

Informe de Sostenibilidad
Toyota España 2008-2009

TOYOTA





Sumario

Entrevista al Presidente, Katsuhito Ohno	4
Toyota España en 2008	6
El ciclo de la innovación sostenible	9
El desafío medioambiental	11
· Movilidad sostenible	14
· Fábricas y concesionarios sostenibles	18
· Logística y medio ambiente	19
· La sostenibilidad en la etapa de post-venta	20
Compromiso con los grupos de interés	22
· Un éxito basado en los empleados	22
· Hacia la satisfacción total del cliente	25
· Cadena de valor responsable	28
· Contribución a la comunidad	29
· Trabajo con la sociedad	32

Entrevista al Presidente de Toyota España

“El crecimiento sólo puede ser sostenible cuando la industria y la naturaleza funcionan en armonía”



K. Ohno

Katsuhito Ohno,
Presidente de Toyota España

¿Cómo se entiende la RSE en Toyota?

Nuestra política de RSE está basada en el compromiso con un desarrollo sostenible y cuenta para ello con nuestros clientes, empleados, socios y con la comunidad en la que trabajamos.

¿Cómo se integra la sostenibilidad en la compañía?

La sostenibilidad está presente en la gestión diaria de la compañía y nuestro objetivo es ser una empresa ejemplar en todos los órdenes. Toyota está convencida de que el crecimiento sólo puede ser sostenible cuando la industria y la naturaleza funcionan en armonía.

¿Cómo encaja el medio ambiente en esta filosofía?

Aunque desde hace ya años Toyota definió su misión como la de proveer productos respetuosos con el medio ambiente, estamos más que nunca comprometidos en renovar nuestros esfuerzos. No sólo para diseñar productos y tecnologías innovadoras, sino también para minimizar las emisiones generadas por nuestro proceso de fabricación y nuestra cadena de distribución en su amplio sentido.

Toyota está activamente involucrada en la reducción de emisiones de CO₂ y su respuesta a este desafío es integral y holística. Cubre el ciclo de vida de todos los productos y está presente en todos los procesos de producción.

¿El medio ambiente es el mayor reto al que se enfrentan?

Toyota, y la industria del automóvil en general, se están enfrentando a tres grandes desafíos medioambientales, como son el creciente desequilibrio entre la oferta y la demanda de energía, la calidad del aire, que está sufriendo considerablemente por la contaminación, y las emisiones de CO₂, como el principal causante del cambio climático.

Como industria, que por sus productos contribuye en parte al deterioro medioambiental, Toyota busca constantemente minimizar ese impacto, diseñando soluciones integrales.

¿Qué papel juega la I+D?

Cada investigación representa otro paso de Toyota hacia su objetivo estratégico: el definitivo ‘Eco-Car’, que se haría realidad con el vehículo que genere cero emisiones. Gracias a su compromiso de mejora continua, Toyota está progresando constantemente para lograr este ambicioso objetivo, que sólo se conseguirá creando una estructura que inspire a los empleados y les dé libertad para encontrar soluciones innovadoras.

La Comisión Europea elaboró una estrategia para reducir las emisiones de CO₂ de los turismos y potenciar el ahorro de energía de cara a 2012.

¿Cómo afronta este compromiso Toyota?

Las emisiones de CO₂ generadas por el sector del transporte representan el 23% del total de las emisiones. Emisiones que Toyota pretende reducir, en primer lugar,

cumpliendo el compromiso voluntario, adquirido a nivel de la Unión Europea, de alcanzar una media de 140gr/km en 2009. Durante 2008 los modelos más populares de Toyota (Aygo, Yaris, Auris o Prius) ya han alcanzado unos niveles de emisión muy por debajo de 140 gr/km de CO₂.

A modo de ejemplo, el porcentaje de vehículos Toyota vendidos en España durante 2008 con menos de 120 gramos de CO₂ se ha incrementado en más de un 50% respecto al año 2006. Además, en este año 2009 han visto la luz tres modelos con un claro objetivo: reducir las emisiones de nuestros productos de manera drástica, como son el Toyota IQ, el nuevo Toyota Avensis y la tercera generación de nuestro híbrido más exitoso, el Toyota Prius.

También puedo adelantarles que nuestra apuesta por la hibridación es clara, pues a mediados del año que viene, 2010, comenzaremos la producción del Toyota Auris híbrido en nuestra fábrica de Gran Bretaña y ya a medio plazo, en 2020, habrá versiones híbridas en toda la gama Toyota, desde las versiones urbanas hasta las grandes berlinas y monovolúmenes.

¿Qué ha supuesto el Toyota Prius, que a finales de 2009 cuenta con su tercera versión, en su apuesta por la sostenibilidad?

Toyota empezó a comercializar el Prius el mismo año en el que se firmó el Protocolo de Kioto, en el año 1997, lo que refleja nuestro compromiso por la sostenibilidad y la preocupación por el medio ambiente. Ya se han vendido más de 200.000 vehículos híbridos en Europa y más de dos millones en el mundo y la misma tecnología híbrida ha sido aplicada a otros 12 modelos de la gama Toyota y Lexus.

¿Cómo va a evolucionar la tecnología híbrida?

Estamos convencidos de que la tecnología híbrida será en un futuro una tecnología transversal que se aplicará a cualquier tipo de motor de combustión ya que su aportación esencial es que minimiza el consumo del combustible y con ello las emisiones de CO₂. La combinación de un motor eléctrico con otro de combustión aporta la gran ventaja que en determinadas circunstancias de conducción –velocidades en entorno urbano, paradas ante un semáforo, frenadas, etc.– sólo se consume energía eléctrica o se recupere la energía cinética de la frenada para recargar la batería eléctrica.

¿Y cuál es la visión de Toyota, el objetivo último que persigue la compañía en el ámbito de la sostenibilidad y la RSE?

La visión de Toyota es fabricar el coche ecológico definitivo. Soñamos con que el coche que se conduce purifique el aire que respiramos. Desgraciadamente, esta solución tardará todavía en materializarse, pero mientras tanto, estamos afrontando los retos del cambio climático. Estamos trabajando Hoy para que Mañana ('Today for Tomorrow') se realice nuestro sueño de cero emisiones. Además, estamos convencidos de que en un futuro sólo las empresas que respeten al máximo el medio ambiente serán aceptadas por los consumidores.

2008 y 2009 están siendo complicados para el sector de la automoción. ¿Cómo se ha afrontado desde Toyota España?

El sector de la automoción está atravesando uno de los peores momentos económicos de la historia. Obviamente, Toyota no escapa de esta crisis a nivel mundial. En España la situación es aún más grave, lo que nos ha obligado a implantar medidas para reducir el gasto laboral, aunque manteniendo el puesto de trabajo de los 184 empleados que conforman la compañía.

Para Toyota los empleados son nuestro activo más importante y nuestra fortaleza competitiva. A esto, se suma que siempre trabajamos pensando en el largo plazo. De ahí, que no hayamos recurrido a las reducciones de personal para lograr ahorros laborales a corto plazo.

Por otra parte, consideramos que los trabajadores necesitan de empleo estable para estar comprometidos con la compañía y trabajar por la mejora continua, una de nuestras señas de identidad.

Toyota España en 2008

57.000 vehículos vendidos, de los que 3.250 incorporan tecnología híbrida

Más de 1/3 de la red de Toyota ya está certificada en ISO 14001

Más de 2.000 participantes en el simulador de conducción eficiente

Medio millón de euros destinados a fomentar la Responsabilidad Social de la compañía

150.000 semillas y 6.200 árboles plantados en el Día de la Reforestación Toyota

10.500 horas de formación para los empleados

Más de 2.200 alumnos formados en el Programa RACE-Toyota de Formación Vial

Más de 190.000 asistentes en los eventos de sensibilización sobre prevención de accidentes realizados junto a la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (Aesleme)

2.325 Toyota Prius vendidos
930 Lexus híbridos vendidos

RESULTADOS ECONÓMICOS	2008	2007
Facturación (miles de euros)*	734.959	1.445.279
Beneficio antes de impuestos (miles de euros)*	(28.882)	23.150
Ventas de Toyota y Lexus**	57.000	76.200
Vehículos híbridos vendidos**	3.255	1.968

* Datos correspondientes a año fiscal japonés (abril - marzo)

** Datos correspondientes a año natural (enero - diciembre)



INDICADORES MEDIOAMBIENTALES	2008	2007
Concesionarios certificados en ISO14001	25	0
Emisión CO ₂ por vehículo vendido (gr/km)	153,53	160,21
Consumo de folio por empleado/año	354	410
Ventas de recambios reacondicionados (Uds.)	2.146	1.615



INDICADORES SOCIALES	2008	2007
Número de empleados	184	168
Porcentaje de mujeres	32%	32%
Inversión en RSC (euros)	500.000	340.000
Número de concesionarios involucrados en causas sociales	72	3



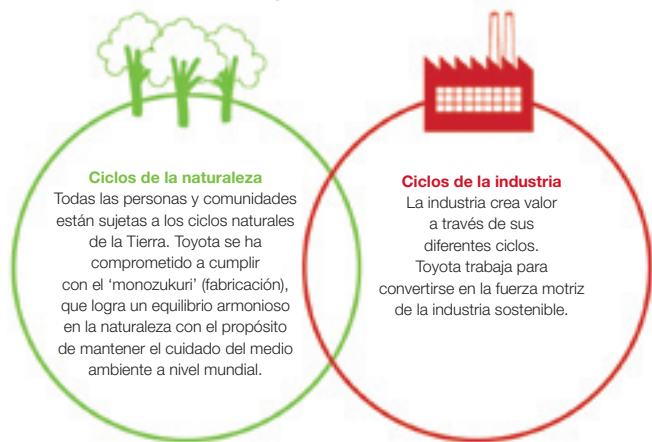
HYBRID

El ciclo de innovación sostenible

Sostenibilidad económica, ambiental y social

Toyota cree que el crecimiento sólo puede ser sostenible cuando la industria y la naturaleza funcionan en armonía. La naturaleza trabaja en ciclos de crecimiento y regeneración, lo mismo que la industria. Alinear ambos ciclos es uno de los principios que yacen detrás de la visión de Toyota Motor Corporación (TMC) 2020, un documento que sirve de guía para todas las operaciones de Toyota en el mundo.

Los ciclos de la naturaleza y de la industria



La visión de Toyota está basada en el perpetuo cambio y renovación, que sólo se consigue creando una estructura que inspire a los empleados y les dé libertad para encontrar soluciones innovadoras. Es este espíritu de superación y mejora continua con el que Toyota se planteó revolucionar el sector del automóvil y del que nació la tecnología híbrida. La filosofía Toyota Way se basa en dos pilares fundamentales: el respeto y el trabajo en equipo. Por ello invita a que los empleados piensen diferente, desafiando la situación actual e identificando nuevas oportunidades, ya sean grandes o pequeñas, para permitir el crecimiento en armonía.

Basada en la Visión 2020 de TMC, Toyota Motor Europe (TME) ha establecido una visión regional: Visión 2015, también aplicable a Toyota España, con la que contribuye al crecimiento sostenible y que se basa en cinco ambiciosos objetivos:

- 1 Posicionarse entre las cinco primeras compañías en cuanto a cuota de mercado.
- 2 Conseguir la completa satisfacción del cliente.
- 3 Asegurar un crecimiento rentable.
- 4 Convertirse en líder medioambiental en todos los mercados.
- 5 Tener una buena reputación corporativa.

La Responsabilidad Social para Toyota se plasma en la contribución al desarrollo sostenible, teniendo en cuenta a todos los grupos de interés, tal y como se deduce de los principios rectores de la compañía.

Los principios rectores de Toyota

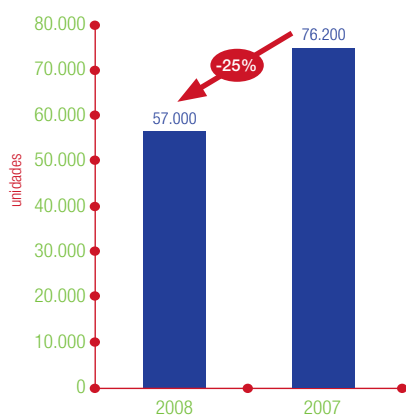
1. **Honrar** la lengua y el espíritu de la **ley** de todas las naciones y llevar a cabo unas **actividades empresariales transparentes y justas** para ser un buen ciudadano corporativo del mundo.
2. **Respetar** la **cultura y las costumbres** de cada nación y contribuir al desarrollo económico y social, a través de las actividades empresariales en las comunidades locales.
3. **Proveer productos limpios y seguros** y **mejorar la calidad de vida** de todo el mundo mediante la actividad de la compañía.
4. **Crear y desarrollar tecnologías avanzadas** y proporcionar productos y servicios que cumplan con las **necesidades de los clientes** en todo el mundo.
5. **Fomentar** una **cultura corporativa** que realce la **creatividad individual** y el valor del **trabajo en equipo**, apostando por la **confianza mutua** y el **respeto** entre el trabajo y la gestión.
6. **Proseguir con el crecimiento en armonía** con la **comunidad mundial** a través de una gestión innovadora.
7. **Trabajar con socios de negocios** en la investigación para alcanzar una **estabilidad, un crecimiento a largo plazo** y beneficios mutuos.

La generación de valor en Toyota

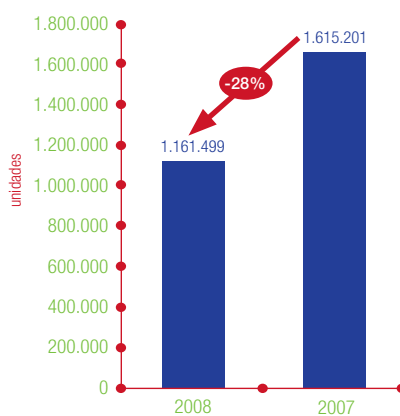
La Responsabilidad Social de Toyota no sólo se apoya en los aspectos ambientales y sociales. La compañía, presente en España desde 1984, mantiene un compromiso con el territorio que se traduce en la generación de valor, riqueza y empleo.

A pesar de la caída de ventas, motivada por la coyuntura económica internacional, Toyota España ha mantenido todos los puestos fijos de trabajo, lo que respalda su compromiso con la creación y mantenimiento de empleo como uno de los pilares de su RSE.

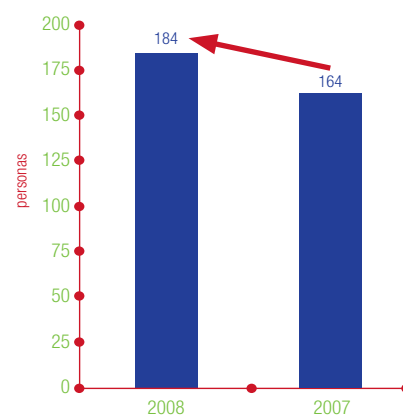
Ventas de vehículos Toyota / Lexus



Mercado automovilístico español



El empleo en Toyota



Esta apuesta por la generación de valor en España se ha visto reforzada con la puesta en marcha en abril de 2008 del nuevo Centro Logístico en Sagunto (Valencia). La instalación, que ha requerido una inversión de 24 millones de euros -de los que Toyota ha aportado 10 millones de euros-, cuenta con más de 200.000 metros cuadrados y ha operado con 80.000 vehículos en su primer año de funcionamiento.

Toyota España en cifras

184 empleos fijos a diciembre 2008.

Más de 57.000 vehículos vendidos en 2008.

Cuota de mercado del 4,9%.

Una red de distribución integrada por 102 empresas independientes, con 213 exposiciones y 373 talleres.

Sedes en Madrid, San Agustín de Guadalix (Madrid) y el Centro logístico de Sagunto (Valencia).

La gama más completa del mercado, bajo las marcas Toyota y Lexus.



El desafío medioambiental

La protección del medio ambiente, especialmente la lucha contra el cambio climático, representa uno de los mayores desafíos para la sociedad y para la industria del automóvil. Toyota está activamente involucrada en la reducción de emisiones de CO₂ y la respuesta a este desafío cubre el ciclo de vida de todos los productos Toyota y está presente en todos los procesos de producción.

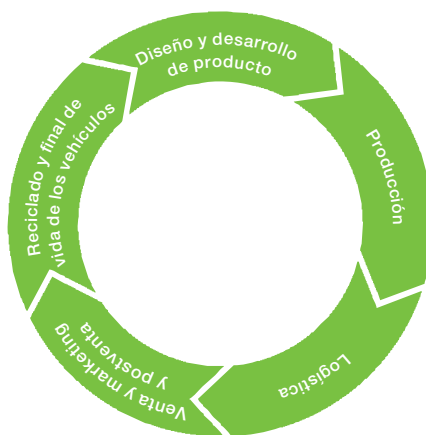
Ciclo de vida

Reciclado y final de vida de los vehículos

- Tratamiento del vehículo
- Red de reciclado
- Información
- Diseñado para ser reciclado

Venta y marketing y postventa

- Conciencia medioambiental
- Encuestas
- Incentivos
- Concienciación medioambiental en la cadena de suministro
- Involucración de los proveedores y de la red de concesionarios



Diseño y desarrollo de producto

- Evaluación del ciclo de vida / Eco-VAS
- CO₂ y otras emisiones
- Desarrollo de nuevas tecnologías

Producción

- Uso de la energía
- Uso del agua
- Compuestos orgánicos volátiles
- Reducción de residuos
- Reducción de riesgos medioambientales

Logística

- Emisiones de CO₂ del transporte
- Materiales peligrosos
- Uso de los recursos
- Reducción de residuos

Como industria que con sus productos contribuye en parte al deterioro medioambiental, Toyota busca constantemente cómo minimizar este impacto, diseñando soluciones integrales.

La responsabilidad en el ámbito medioambiental afecta no sólo a los productos sino a cada aspecto del negocio y a cada persona que trabaja para Toyota, fundamentada en una visión clara de la movilidad sostenible, que establece un equilibrio entre el crecimiento económico y la protección del medio ambiente.

Toyota España ha definido un plan de liderazgo medioambiental con un enfoque de 360° en el cual se tienen en cuenta todas las interacciones de la compañía con los entes que le rodean, desde el producto o servicio que comercializa hasta la comunicación.





Toyota España a través de su política medioambiental y de calidad persigue alinearse con los siguientes propósitos y guías de actuación, propuestos por Toyota Motor Corporation:

El compromiso de Toyota con el entorno

Nuestros propósitos

- 1. Contribuir para lograr una sociedad próspera en el siglo XXI**, a través de un crecimiento en armonía con el medio ambiente y el desafío de conseguir cero emisiones en todas las áreas de nuestra actividad.
- 2. Buscar tecnologías medioambientales**, que permitan que la economía y el medio ambiente coexistan de forma armónica.
- 3. Desarrollar un plan voluntario de mejoras**, no sólo basadas en el cumplimiento de la legislación, sino dirigida hacia solucionar cuestiones medioambientales y que fomenten una acción duradera.
- 4. Trabajar en colaboración con la sociedad**, reforzando las relaciones con un amplio espectro de individuos y organizaciones implicadas en la conservación del medio ambiente.

Nuestra guía de actuación

1. Tener siempre presente la importancia del respeto al medio ambiente.

Perseguir nuestro objetivo de cero emisiones en todas las áreas del negocio: fabricación, uso y reciclado al final de su vida útil.

- Desarrollar y suministrar productos con un alto nivel de eficacia medioambiental.
- Buscar actividades productivas que no generen residuos.
- Implantar medidas preventivas.
- Promover negocios que contribuyan a la defensa del medio ambiente.

2. Trabajar con socios profesionales que estén también comprometidos con la conservación del medio ambiente.

- Cooperación con empresas asociadas.

3. Participar activamente en acciones sociales.

- Participando en la creación de una sociedad sostenible.
- Apoyando las políticas medioambientales gubernamentales.
- Contribuyendo en acciones sin ánimo de lucro.

4. Perseguir una mayor comprensión.

- Divulgando activamente información y promoviendo la concienciación medioambiental.



Movilidad Sostenible

La Visión 2020 de TMC es la responsable de “abrir las fronteras del mañana” a través de la energía creativa de las personas y las tecnologías de vanguardia. La ambición de Toyota comienza con los equipos que conforman los departamentos de Investigación y Desarrollo, que continuamente buscan mejorar la seguridad, la conducción y el respeto medioambiental en toda la gama de vehículos.

El diseño juega un papel central en la filosofía de Toyota, que diseña sus coches no sólo para que sean seguros y se disfrute con su conducción, sino que también tiene en cuenta los retos medioambientales y piensa en la movilidad sostenible. Lo que significa que el diseño de los vehículos es respetuoso con la naturaleza y la sociedad cuando son construidos, cuando son conducidos y cuando son reciclados al final de su vida útil.



En el camino hacia el coche ecológico definitivo

Cada nuevo proyecto de investigación representa otro paso de Toyota hacia su objetivo estratégico: el coche ecológico definitivo, que se haría realidad con el vehículo que genere cero emisiones. Gracias a su compromiso de mejora continua, Toyota está progresando constantemente para lograr este ambicioso objetivo.

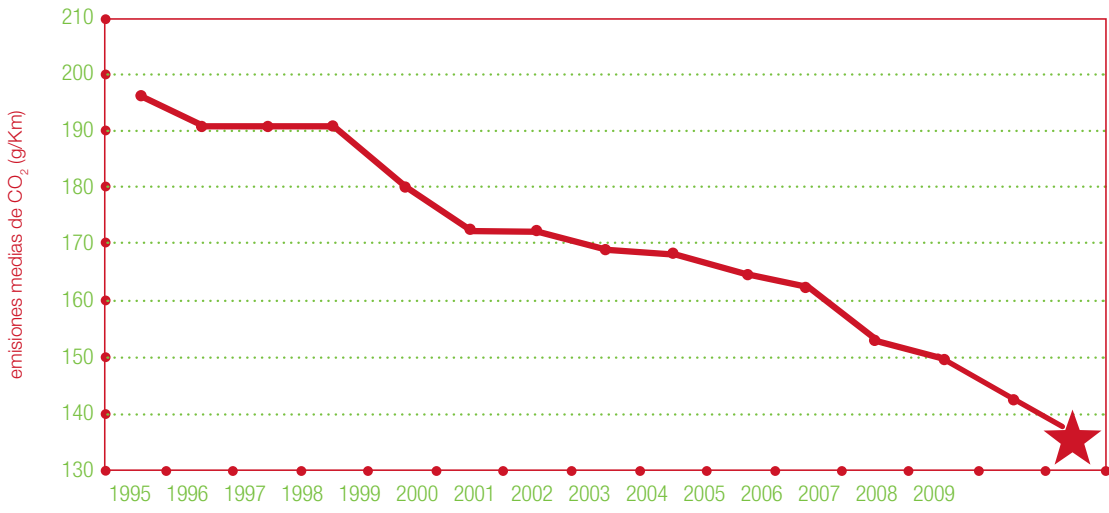
Con la innovadora tecnología híbrida, Toyota ha establecido una plataforma sólida para el desarrollo de vehículos más limpios y más verdes. Ninguna fuente de energía disponible en la actualidad ofrece una solución perfecta, porque cada una tiene sus ventajas y limitaciones. La tecnología híbrida de Toyota mejora significativamente el consumo de combustible y reduce el impacto medioambiental de los vehículos. Desde la compañía se considera que las soluciones híbridas ofrecen la alternativa más óptima para mejorar el rendimiento medioambiental de los vehículos en el corto y medio plazo, independientemente de la fuente de energía que se utilice.



Vehículos que generan un 26% menos de emisiones

En 1998, la Comisión Europea elaboró una estrategia para reducir las emisiones de CO₂ de los turismos y potenciar el ahorro de energía. El objetivo voluntario al cual Toyota se adhirió era alcanzar los 140g/km de emisiones de CO₂ para todos los coches nuevos vendidos en Europa durante 2009.

Evolución de CO₂ de las ventas de Toyota en Europa



El resultado de los esfuerzos de la compañía en los últimos 10 años es tan claro como contundente. Toyota ha conseguido reducir en más de un 26% las emisiones que sus vehículos generan, pasando de 190gr/km de media en 1998 a casi, con toda probabilidad, menos de 140gr/km en 2009.

Nuevas tecnologías para una movilidad más sostenible

Toyota trabaja en la consecución de mejoras que permitan reducir drásticamente tanto consumos como emisiones. Aunque la tecnología híbrida es la más popular, no es la única.



Toyota Optimal Drive

En la actualidad, el 80% de la gama de vehículos está enmarcada bajo el concepto de Toyota Optimal Drive. Se trata de un conjunto de avances tecnológicos y de mejoras que permiten que los motores de los vehículos convencionales reduzcan el consumo y las emisiones mejorando el rendimiento de cada gota de combustible sin comprometer el placer de conducir.

Toyota iQ: último concepto de movilidad urbana

El Toyota iQ representa un nuevo modelo idóneo para las ciudades. Gracias a su diseño innovador, el iQ mide menos de tres metros de largo y cuenta con un interior espacioso y flexible con capacidad para tres adultos, más un niño o equipaje, sin renunciar a viajar cómodos y seguros. Además de su innovadora estética, el nuevo modelo combina la eficiencia con la potencia tecnológica y la sostenibilidad, ya que reduce las emisiones de CO₂ a 99gr/km.

El interior del iQ es sorprendentemente espacioso y su diseño cuenta con seis innovaciones que lo han hecho realidad: cambio de posición del diferencial, depósito de combustible plano bajo el suelo, unidad de calefacción ultra compacta, un salpicadero asimétrico, dirección con acoplamiento central y un diseño de asientos más estilizados. Todas estas innovaciones hacen de este modelo un hito en la historia de Toyota.



PRIUS

Toyota Prius, máximo exponente de la tecnología híbrida

La tecnología híbrida es la solución actual más prometedora disponible en el mercado para una conducción respetuosa con el medio ambiente. Un sistema híbrido combina la potencia de un motor convencional con la eficiencia de un motor eléctrico. Así, se mantienen las ventajas del rendimiento de la gasolina, mientras que la energía eléctrica permite no contaminar el medio ambiente.



El primer vehículo híbrido que se empezó a fabricar en serie fue el Toyota Prius en 1997. Durante 2009, Toyota lanza la tercera generación Prius, que cuenta con la novedad del primer sistema de aire acondicionado que funciona con un sistema de paneles solares sobre su techo. Al Prius le ha seguido el Lexus RX450h, el GS450h y, más recientemente, el LS600h, culminando en el año 2020, donde toda la gama Toyota y Lexus tendrá, al menos, una versión híbrida.

Los cinco beneficios del Hybrid Synergy Drive de Toyota

1. Las emisiones de CO₂ se reducen a 89 gr/km en la tercera generación del Toyota Prius.
2. El gasto de combustible desciende un 14% a los 3,9 litros/100 km si se compara con la primera generación Prius.
3. En comparación con otros híbridos, el Prius puede funcionar sólo con el motor eléctrico, ofreciendo una conducción silenciosa y sin emisiones.
4. Ofrece una conducción similar a la de cualquier vehículo de su segmento con un motor diésel de 2.0 litros.
5. Permite recuperar la energía en las frenadas.

¿Cómo funciona un híbrido?



Caso práctico

Endesa incorpora el Toyota Prius a su red comercial

Endesa renovó en mayo su parque automovilístico con cerca de 400 unidades del vehículo híbrido Toyota Prius, que están siendo utilizadas por la red comercial de la empresa, lo que le ha permitido dejar de emitir a la atmósfera más de 400 toneladas de CO₂, equivalente a la capacidad de absorción de 28.800 árboles.



La eléctrica se decantó por el Prius porque la tecnología híbrida que incorpora el vehículo consigue los niveles de eficiencia energética más elevados de entre todos los modelos de su categoría. Su uso conlleva un ahorro anual de combustible de entre un 20% y un 40% y de una tonelada de CO₂, frente a un automóvil equivalente de motor diésel. Al acto de entrega de los vehículos híbridos asistieron el presidente de Endesa Energía, Javier Uriarte; el vicepresidente de Toyota España, Daniele Schillaci, el director general de Arval; Francois-Xavier Castille, y el jefe del Departamento de Transporte del IDAE, Juan Luis Plá.

Vehículos Híbridos Enchufables (PHEV)

Con el fin de ir aumentando la autonomía del vehículo en modo eléctrico y por tanto ir reduciendo la dependencia del petróleo, ya se está estudiando y probando la tecnología híbrida enchufable.

Se trata de un híbrido que cuenta con el beneficio añadido de que las baterías se pueden cargar mediante un enchufe eléctrico a una toma de electricidad (en casa, en el trabajo o en una estación pública de carga).



Los PHEV pueden ser conducidos en modo eléctrico para distancias cortas o combinado con la gasolina y la electricidad, en modo híbrido, para distancias largas con unos notables ahorros en emisiones de CO₂. Así, son un 60% más eficientes que los Prius para viajes inferiores a los 25 kilómetros y pueden reducir el consumo en un 20%.

Estos nuevos vehículos han sido probados en Estados Unidos y Japón, así como en Europa desde 2007 en colaboración con la eléctrica francesa EDF en Francia e Inglaterra.



Tadashi Arashima, presidente y CEO de TME:

“En el futuro, el PHEV será el complemento perfecto para el Prius. Ofrece una solución de transporte con nulas emisiones de carbono para los clientes que quieran conducir en entornos urbanos utilizando la electricidad, a la vez que permite disfrutar de los beneficios tradicionales del vehículo híbrido convencional en desplazamientos más largos”



El hidrógeno, un combustible con futuro

La reacción química entre el hidrógeno y el oxígeno produce energía eléctrica limpia en la que sólo se “contamina” con vapor de agua. Desde 1992 se está investigando en prototipos que usan esta energía y el último avance de septiembre de 2007 ha demostrado que es un 25% más eficiente y tiene autonomía para recorrer 830 kilómetros.

Aunque aún deben resolverse algunos aspectos técnicos antes de que puedan estar disponibles para uso generalizado, Toyota confía en que el hidrógeno tendrá un papel clave en la movilidad sostenible en el futuro, pero esta solución tardará todavía en llegar debido a la necesidad de una infraestructura de recarga adecuada, que hoy por hoy, no existe.

La alternativa de los biocarburantes

Como parte de la estrategia de Toyota para alcanzar la movilidad sostenible, la compañía cree que los biocarburantes pueden convertirse en una alternativa sostenible al petróleo por su baja emisión de CO₂. Por lo tanto, apoya la mezcla de biocarburantes en la gasolina y el diésel, siempre que el biocarburante cumpla con ciertos criterios para evitar efectos negativos sobre el medio ambiente, en la sociedad o en los propios motores.

Fábricas y concesionarios sostenibles



La visión de Toyota sobre un desarrollo sostenible implica a todas sus operaciones. Los esfuerzos para hacer sus plantas más sostenibles ya están dando sus frutos y desde 2001 Toyota ha reducido la media de consumo de energía por vehículo fabricado en Europa en un 44%.

Todas las plantas de fabricación de Toyota alcanzarán los objetivos establecidos para 2010, tres años antes de lo previsto, con el propósito de convertirse en el referente mundial de la industria de la automoción en fábricas sostenibles.

En España, Toyota no cuenta con plantas de fabricación, pero sí con 80 concesionarios, inmersos todos ellos en el proyecto de certificación ambiental ISO 14001.

Acciones medioambientales en los concesionarios:

Certificación de la Red Toyota: El proyecto de certificación de toda la red con la ISO 14001, con formato multisede, comenzó su andadura en 2007, con la definición de un Sistema de Gestión Medioambiental y el desarrollo de una aplicación informática de gestión y control del sistema, que añade una Guía de Buenas Prácticas Medioambientales y un sistema de identificación de prácticas beneficiosas, con el fin de que toda la Red pueda compartir las mejores prácticas.

Durante 2008 se inició la implantación del Sistema de Gestión Ambiental en los 80 concesionarios de la red española y 25 han logrado la certificación, tras haber pasado la auditoría correspondiente. En 2010 toda la red estará certificada.

Se trata de una iniciativa enmarcada en el ambicioso propósito de la firma de contribuir al desarrollo sostenible, involucrando a todos aquellos que, de una forma u otra, están relacionados con la compañía, desde el mismo personal de Toyota, a los proveedores, colaboradores y, por supuesto, a los concesionarios.



“El objetivo es que en 2010 los 80 concesionarios de Toyota en España dispongan del certificado ambiental ISO 14001”

Más allá de las certificaciones, el Sistema de Gestión de Toyota, en relación al medio ambiente, está consiguiendo resultados muy positivos, ya que la red ha mejorado, de forma notable, con respecto a la gestión de los residuos y los vertidos y a la puesta en marcha de iniciativas de ahorro de consumos, energía, agua, etcétera, lo que, evidentemente, supone un paso importante en favor del medio ambiente.

Logística y medio ambiente

La logística es un área que puede tener un gran impacto en el desempeño ambiental de una compañía, así como en la cuenta de resultados. Toyota Motor Europe realiza un seguimiento continuo de la eficiencia de sus operaciones logísticas y los métodos para garantizar soluciones óptimas que se están utilizando en todo momento. Porque es aquí donde el compromiso de mejora constante de Toyota y su flexibilidad puede marcar la diferencia. Así, se estudian todos los movimientos logísticos posibles y se seleccionan los más eficientes y responsables con el medio ambiente. Las entregas se realizan atendiendo a la máxima eficiencia en el uso de recursos y materiales.

La logística en Toyota Motor Europe



Kg CO₂ por vehículo Toyota transportado

	1r trim.	2º trim.	3r trim.	4º trim.
2007	133	131	130	130
2008	126	126	128	124

Uno de los ejemplos paradigmáticos de la apuesta de Toyota por una logística sostenible es la puesta en marcha del nuevo centro logístico en Valencia. Desde 2008, el puerto de entrada de vehículos a España está situado en Sagunto, sustituyendo al de Santander, lo que ha supuesto una reducción de kilómetros realizados hacia los distintos concesionarios y una reducción de las emisiones de CO₂.

Además, la campa de Sagunto acaba de certificar su Sistema de Gestión Ambiental según la norma ISO 14001.

Caso de éxito

El nuevo Centro Logístico de Sagunto apuesta por la sostenibilidad

El nuevo Centro Logístico de Sagunto (Valencia), el noveno de Toyota en Europa, está concebido bajo criterios de sostenibilidad. Su diseño permite:

- Un 12% de ahorro de electricidad debido a un mayor aislamiento del edificio.
- Un 16% de ahorro en iluminación debido a la aplicación de un avanzado Sistema de Gestión del Edificio.
- Un 49% de ahorro en el consumo de agua gracias a un sistema de almacenamiento de agua de lluvia.
- Una reducción de más de 1.300 toneladas de emisiones de CO₂ en los primeros 12 meses de operaciones, debido a la localización más cercana a los minoristas.



Entrega nocturna de recambios

Los centros logísticos de recambios ofrecen a los concesionarios un servicio de entrega nocturna de recambios desde las 0:00 a 6:30 de la mañana. La intención de Toyota es potenciar este tipo de servicio que, entre otras ventajas, permite un ahorro de combustible -al evitar los atascos diarios en las grandes ciudades-, el incremento de la productividad de los recambistas de la concesión, y la mejora de la calidad del servicio al cliente.

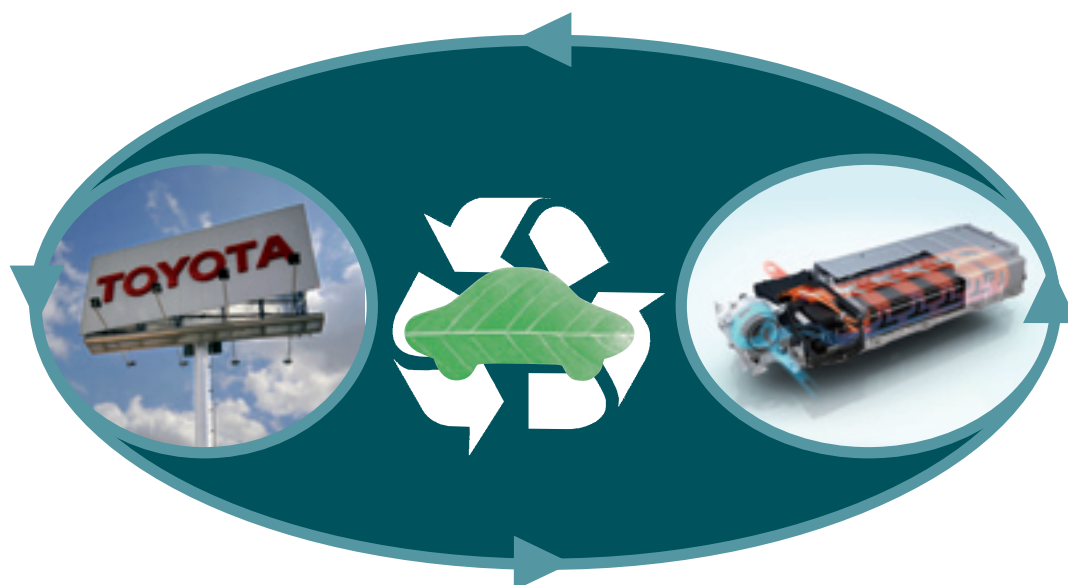
Actualmente, el 70% del volumen de recambios se entrega a través de este servicio, con una cobertura del 52% de instalaciones y con un potencial a medio plazo de llegar a más del 80% del volumen y al 68% instalaciones.

La sostenibilidad en la etapa post-venta

Recogida de residuos

A lo largo de la vida útil de un vehículo es necesario sustituir distintos elementos y Toyota cumple con la ley vigente.

- **Aceites:** Toyota, como comercializadora de sus propios aceites, forma parte del Sistema Integrado de Gestión (Sigaus), que asegura el correcto tratamiento de los aceites, al finalizar su periodo de vida útil.
- **Neumáticos:** Signus garantiza la reutilización de los neumáticos fuera de uso.
- **Tratamiento de vehículos:** Toyota forma parte activa de Sigrauto, que gestiona la red de centros autorizados para el tratamiento de vehículos al final de su vida útil cumpliendo con las directivas exigidas por la UE.
- **Baterías:** Toyota ha firmado un acuerdo de colaboración con Ecopilas, sistema de gestión de pilas usadas con el objetivo de garantizar la correcta gestión de las baterías de todos los aparatos eléctricos que incorporan nuestros vehículos de acuerdo a la normativa vigente.





En las actividades de postventa, los concesionarios están implantando distintas acciones con el objetivo de reducir los residuos, siguiendo el sistema de gestión ambiental:

- **Protecciones de vehículos reutilizables:** Para evitar los residuos en los talleres, Toyota ha introducido protectores de asiento reutilizables. Además, en los protectores de aletas, emplea imanes no plomados evitando tener que recuperar metales al final de la vida útil de estos productos.

También ha introducido alfombras protectoras de taller desechables, hechas de papel 100% reciclado y protectores de volante, palanca de cambios y tapacubos realizados con plástico reciclable.

- **Venta de conjuntos reacondicionados:** Los concesionarios disponen de un sistema de recogida de piezas usadas para su posterior reacondicionamiento. Entran en este sistema, compresores de aire acondicionado, direcciones asistidas, culatas, motores de arranque, transmisiones automáticas, alternadores o kits de embrague, que una vez reacondicionados ofrecen la misma garantía Toyota que un recambio nuevo.

Reducir, reusar y reciclar

Cuando se compra un Toyota se puede confiar en el compromiso medioambiental que abarca toda la vida del vehículo. Esto se extiende desde la selección de los mejores materiales para la creación del diseño más eficiente, hasta la recuperación y el reciclado al final de la vida útil del vehículo. Toyota se compromete a fabricar vehículos que reduzcan al mínimo el impacto ambiental en cada etapa del ciclo de vida.

El objetivo para 2015 es tener el 85% del peso de vehículos en materiales reutilizados o reciclados y recuperar el 10% de su energía, dejando el 5% restante para su eliminación. La compañía tiene previsto lograr este objetivo antes de lo previsto como indica la directiva europea que propugna el 95% de reciclabilidad de todos los vehículos para 2015.

En la búsqueda del coche ecológico definitivo, Toyota ha desarrollado el Eco-Vehicle Assessment System (Eco-VAS) o Sistema de Evaluación Ecológica del Vehículo, que aporta una valoración integral del impacto medioambiental de un vehículo durante todo su ciclo de vida, que se empezó a utilizar en 2004.



Diseñado para ser reciclado

Los coches suelen tener plásticos que son difíciles de reciclar. Por eso Toyota ha desarrollado un plástico especial denominado Toyota Super Olefin Polymer (TSOP), que se usa para hacer parachoques u otras partes del vehículo, que mejora los índices de recuperación de los vehículos Toyota.

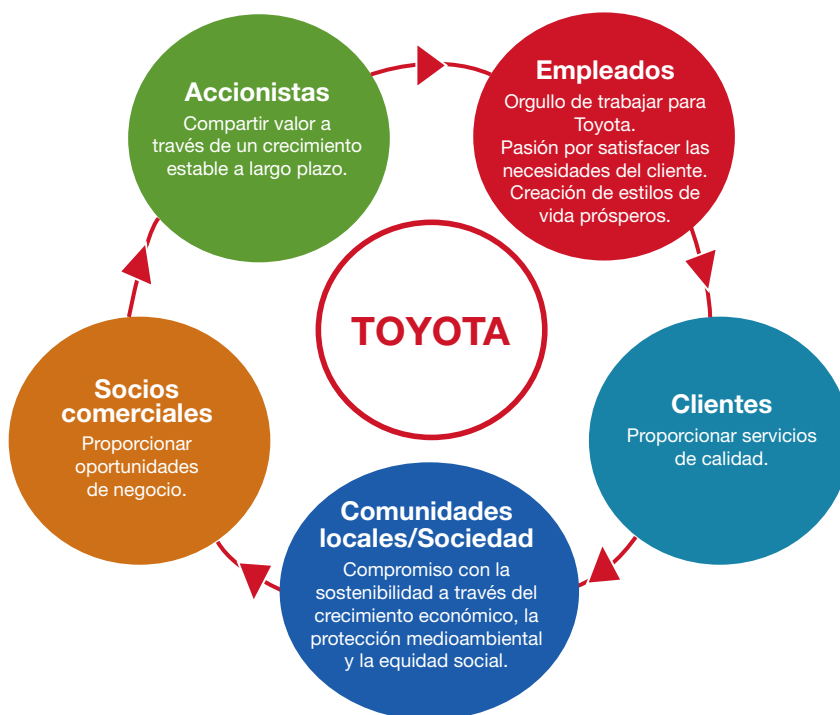
Cuando un Toyota o Lexus llega al final de su vida el propietario sólo tiene que entregarlo en la red de centros autorizados de tratamiento a lo largo de los 30 países en los que la compañía tiene presencia.

Para simplificar el proceso de desmantelación de los coches se ha diseñado un programa, 'Easy to dismantle', para extraer las resinas o indicar los puntos adecuados para extraer el combustible.

Para facilitar la identificación de partes y materiales adecuados para el reciclado, Toyota utiliza normas de codificación internacional. A través del IDIS se provee de información para reciclar 52 modelos de Toyota y 15 de Lexus en 26 lenguas.

Compromiso social con los grupos de interés

La Responsabilidad Social de Toyota se plasma en la voluntad de satisfacer las expectativas y necesidades de todos sus grupos de interés: empleados, clientes, proveedores, comunidad y otras asociaciones.



Un éxito basado en los empleados

La apuesta de Toyota España por la creación y el mantenimiento de empleo se refleja en su plantilla formada en 2008 por 184 personas. Con respecto a 2007, la plantilla media de Toyota España creció un 4% en 2008 y se incorporaron 22 personas a la plantilla fija, de las cuales el 27% fueron mujeres. El 100% de las nuevas incorporaciones fueron licenciados, categoría que posee más del 60% de la plantilla.

El índice de rotación en 2008 se situó en torno al 5%, con un total de nueve salidas de la compañía, de las cuales el 90% fueron voluntarias.

En línea con las políticas de promoción y desarrollo profesional, durante el año fiscal 2008, el 19% de la plantilla rotó internamente, teniendo la posibilidad de desarrollarse profesionalmente en las mismas áreas a niveles superiores o bien en otras áreas de la compañía. Estas facilidades para el desarrollo son correspondidas con bajos índices de absentismo, que en 2008 se han materializado en un 2%.

Toyota posee una plantilla joven, con una edad media de 38 años y una presencia femenina del 32%. La media de antigüedad es de nueve años.



Una política retributiva flexible

La política de retribución de Toyota consta de una parte fija y otra variable y permite al empleado flexibilizar su sueldo eligiendo cómo quiere que se le pague.

Adicionalmente al salario bruto anual, Toyota España paga un importe en concepto de beneficios sociales extraordinarios a todo su personal de plantilla que incluye el seguro médico, un seguro de vida y vales de comida. A esto se añade como herramienta de trabajo, en los puestos de campo y categorías que corresponda, el vehículo de compañía.

En la base de la política retributiva y de carrera y desarrollo se encuentran tres sistemas de evaluación de cuyas bases y resultados se alimentan ambas políticas: Evaluación feedback 270º, Evaluación de Mérito Individual Anual y Dirección por Objetivos.

Conciliación de la vida laboral y personal

Toyota es consciente de que la satisfacción de sus empleados pasa por permitirles compatibilizar la vida profesional con la familiar y personal. Para ello, pone a disposición del empleado una serie de medidas y servicios que les ofrezcan el apoyo necesario para alcanzar esta conciliación.

- Política de flexibilidad horaria y vacaciones que intenta acoplarse a los horarios y necesidades del personal:
 - Horario flexible para todos los empleados.
 - Horario flexible especial para padres con hijos menores de 6 años.
 - Todos los viernes del año sólo medio día de jornada de trabajo.
 - Puente oficial Toyota (1 al año).
 - Días extra de vacaciones por antigüedad.
 - Convocatoria de reuniones respetando horarios de los empleados y nunca más tarde de las 17:30 h.
- Oferta de renting en vehículos para empleados/parejas.
- Descuentos en la compra de vehículos, recambios y accesorios a empleados y familiares.
- Promoción de videoconferencias para disminuir el volumen de viajes.
- Formación en horario laboral.
- Agencia de viajes en la propia oficina.
- Regalo por matrimonio y cesta por nacimiento de hijo.
- Convenio con empresas y subvenciones de Toyota España para hacer deporte (fútbol, baloncesto, maratón, golf, etc.).
- Acuerdos especiales con proveedores para descuentos (bancos, tecnología, restaurantes, etc.).
- Servicio de fisioterapia en la oficina.
- Reserva de plazas de garaje para las mujeres embarazadas en las oficinas.

Más de 10.500 horas en formación

Toyota cuenta con un extenso Plan de Formación anual, individualizado por categorías y que incluye en cada caso cursos obligatorios, recomendados y voluntarios.

El Plan contiene formación corporativa, en habilidades directivas, idiomas, herramientas de oficina, etc. La mayoría se imparte en modalidad presencial, aunque desde el año 2008 se ha incorporado el formato e-learning, modalidad que se explotará más en los próximos años.

Durante 2008, 175 personas participaron en el Plan de Formación de Toyota, impartándose un total de 10.539 horas de formación, lo que corresponde a una media de 60 horas por empleado.

La inversión de Toyota España en formación durante 2008 fue de más de 95.000 euros.



Una comunicación interna fluida

Toyota España dispone de un Portal del Empleado, en el que se integra toda la información relevante de la compañía como, por ejemplo: políticas de RRHH, plantillas, ofertas especiales para empleados, tablón de anuncios, información local, buzón de sugerencias, etc.

Asimismo, con periodicidad bianual, Toyota España participa junto con la matriz de la sociedad y el resto de distribuidoras europeas, en una encuesta de satisfacción, a través de la cual se obtiene información sobre la satisfacción de los empleados. La última encuesta se llevó a cabo en octubre de 2008 con un ratio de participación del 97%.

A modo de ejemplo, el 74% de los empleados de Toyota España manifestaron en dicha encuesta “estar totalmente comprometidos” con la compañía y sus objetivos.

En lo que respecta a las nuevas incorporaciones, Toyota España les ayuda a integrarse con mayor facilidad entregándoles un pack de bienvenida que incluye, entre otro material, un manual con toda la información básica de la compañía (historia, políticas, beneficios, etc.).

Concienciación a empleados

Toyota quiere que sus empleados compartan plenamente el compromiso social y ambiental de la compañía. De ahí que promueva diversas iniciativas de voluntariado corporativo que permitan a los trabajadores expresar su voluntad de colaborar con la sociedad.

Una de las formas de promover el voluntariado es a través del portal del empleado, donde existe un apartado denominado Canal Solidario con un tablón de anuncios solidario donde los empleados pueden compartir iniciativas solidarias e invitar a la colaboración.

Asimismo, Toyota organiza en colaboración con Cruz Roja campañas de donación de sangre de manera trimestral y realiza donaciones de material de merchandising corporativo a fundaciones, ONG, asociaciones, etc.

Campañas Green Month

Durante tres meses al año, con el propósito de sensibilizar a los trabajadores en el respeto al medio ambiente y el uso eficiente de los recursos, se realizan diversas campañas de concienciación.

Durante 2008 las principales acciones que se pusieron en marcha durante estos meses fueron:

1. Programa de reducción del consumo energético mediante el hábito de apagar los aparatos eléctricos de la oficina cuando no están en funcionamiento.
2. Programa para la reducción del consumo de agua por empleado. El consumo ha caído un 1,38% en comparación a 2007.
3. Experiencia ‘Eco-Driving’ a través de un simulador que se puso a disposición de los empleados, con una asistencia de 138 trabajadores.
4. En septiembre se llevó a cabo un concurso de ideas sobre medidas a implantar con el objetivo de obtener ahorro energético. Las más votadas fueron:
 - Campaña permanente para reducir el consumo de los aparatos eléctricos de oficina.
 - Reducción del consumo de papel.
 - Ahorros en viajes de negocio.
 - Implantar la factura electrónica en los concesionarios.
 - Aumentar el compromiso medioambiental.



Hacia la satisfacción total del cliente

Desde la primera toma de contacto con los clientes en el punto de venta, la estrategia global de Toyota está orientada a conseguir clientes completamente satisfechos. Toda la dinámica de atención al cliente de Toyota está pensada para hacer de cada visita a un concesionario una experiencia gratificante y satisfactoria. Para ello se realiza un continuo trabajo de autoevaluación y aprendizaje de manera que permita detectar cualquier pequeño inconveniente y trabajar para resolverlo en el menor tiempo posible y de una manera personalizada.

Para desarrollar esta labor, Toyota cuenta con el Programa de Clientes Completamente Satisfechos por el cual se monitoriza de manera continua la satisfacción de los clientes a través de encuestas.

De forma aleatoria, Toyota España contacta a un número representativo de clientes que han comprado su vehículo en el mes anterior para medir su satisfacción con la experiencia de compra. También se contacta con los clientes de post-venta dos semanas después de su visita a un taller oficial Toyota, ya sea para mantenimiento o reparación. Durante la realización de las entrevistas se anima a los clientes a compartir su experiencia y sus sugerencias de mejora.

Con el resultado de estas encuestas se elaboran estadísticas de satisfacción de clientes en relación a la marca y a los concesionarios. Estas estadísticas se publican y revisan semanalmente como ejercicio de autocritica, aprendizaje y motivación.

Sistemas de alerta de satisfacción de clientes

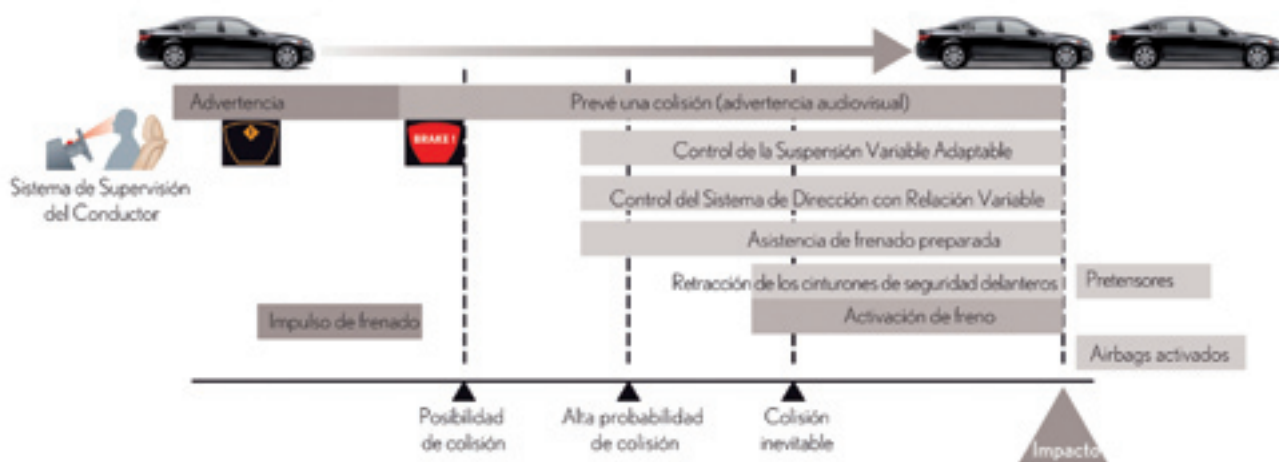
Toyota, en su filosofía de trabajo orientada completamente al cliente, tiene establecidos unos sistemas de alertas que monitorizan continuamente la satisfacción del cliente en su relación con la marca, ya sea en venta, post-venta, etc.

Uno de ellos es el Programa de Clientes Completamente Satisfechos, mediante el cual monitoriza de manera continua la satisfacción de los clientes a través de la realización de encuestas. Si encuentra indicios de que el cliente no está satisfecho al 100%, inmediatamente envía una comunicación urgente reclamando información al concesionario, teniendo éste que dar una solución al cliente en un plazo máximo de 48 horas.



Toyota y la seguridad vial

Acciones del Sistema PCS Avanzado antes de producirse un impacto



Toyota considera que todos los agentes que forman parte de la ecuación de la seguridad vial comparten la responsabilidad de reducir la frecuencia de los accidentes de tráfico. Hay tres factores principales en esa ecuación: los automóviles, los conductores y el entorno. Cada uno de ellos incide de una manera diferente en diversas circunstancias. Toyota dedica muchos recursos a la mejora de sus tecnologías de seguridad y también es consciente de que resulta imposible garantizar la seguridad total únicamente a través de la mejora de sus vehículos; es necesario contar con unas carreteras más seguras y una formación más eficaz en las técnicas de conducción, para lo que se trabaja a nivel europeo en diversos programas orientados a mejorar la seguridad de las carreteras y expandir los conocimientos en técnicas de conducción seguras, colaborando con diversas organizaciones tales como European Transport Safety Council (ETSC) con el PIN Programme, la iniciativa eSafety Aware, Eurorap, etc.

- Programa Europeo de Evaluación de Nuevos Vehículos (Euro NCAP)



El compromiso de Toyota es ofrecer a sus clientes el mayor nivel de protección posible. La mejor prueba de ello es que Euro NCAP, el programa más importante de Europa de evaluación de productos de consumo, haya otorgado a seis modelos Toyota y dos Lexus la máxima calificación, cinco estrellas, en cuanto a la protección de sus ocupantes. En toda la gama de pruebas de Euro NCAP, Toyota y Lexus cuentan con ocho modelos con una clasificación de cinco estrellas para la protección de los ocupantes, ocho modelos con cuatro estrellas para la protección de niños y tres modelos con tres estrellas para la protección de peatones. Esto sitúa a Toyota entre los mejores fabricantes de automóviles en la clasificación de seguridad de las tres pruebas de Euro NCAP.

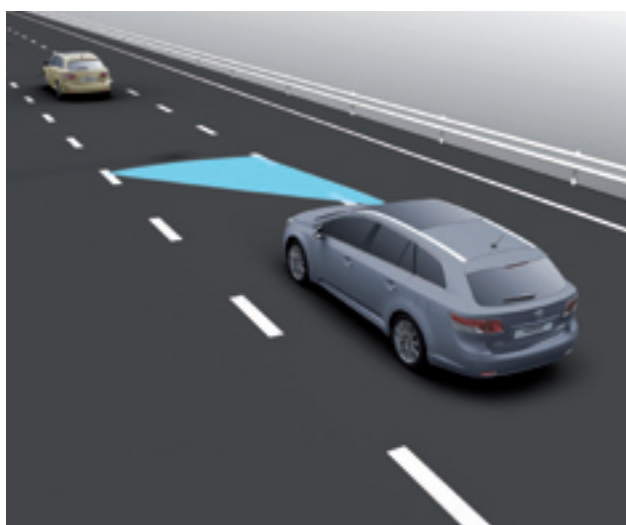
	 Protección de los ocupantes	 Protección de los niños	 Protección de los peatones
Toyota Auris	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆
Toyota Avensis	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆
Toyota Corolla	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆
Toyota IQ	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆
Toyota Prius	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆
Toyota RAV4	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆

- **Una nueva aproximación a la tecnología de la seguridad**

En el campo de la seguridad, el principio de ‘Today for Tomorrow’ (Hoy para Mañana) ha creado el Concepto de Gestión Integral de Seguridad –ISMC por sus siglas en inglés-, que consiste en proporcionar un apoyo óptimo a la conducción en todos los niveles posibles de peligro, desde el estacionamiento hasta una colisión ineludible e incluso en situaciones de respuesta a emergencias tras una colisión. El ISMC no sólo integrará los distintos sistemas y tecnologías de seguridad dentro del vehículo, sino que además dará respuesta a la infraestructura (procesando la información que llega al vehículo procedente de la carretera) e integrará la información obtenida de otros vehículos.

Los principales factores concurrentes en la siniestralidad son tres: VELOCIDAD, INFRACCIÓN Y DISTRACCIÓN

Para ello Toyota intenta dar respuesta de forma integrada teniendo todos los elementos que rodean a la conducción, para ello algunos de los numerosos equipos de seguridad que Toyota incorpora en sus vehículos son: el limitador de velocidad, los controles de estabilidad de 2ª generación (VSC+), controles de tracción (TRC), radares pre-colisión, cámaras traseras de aparcamiento, sistema de aviso de cambio involuntario de carril, sistema de mantenimiento de trayectoria, head-up display, señal de frenada de emergencia, etc.



Sistema de radar y sistema de cambio involuntario de carril

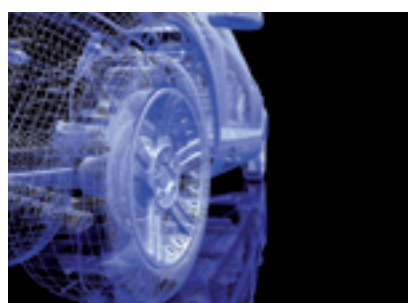
Cadena de valor responsable

Asegurar una estrecha y beneficiosa relación con los proveedores es fundamental para la estrategia de negocio de Toyota, que se basa en ofrecer a los clientes vehículos de calidad superior, respetando los principios éticos, de sostenibilidad y de buena ciudadanía corporativa. Así, la política de compras de Toyota y de todos sus proveedores trata de asegurarse el respeto y el cumplimiento de estos valores con el propósito de obtener el producto perfecto, en el tiempo adecuado.

Dentro del Sistema de Gestión de Medioambiental de Toyota se contemplan varias iniciativas enfocadas a garantizar que las actividades de los proveedores con los que trabajan comparten su filosofía de respeto y conservación del medio ambiente.

Por ello, desde el año 2008 se está trabajando con la finalidad de que los proveedores se comprometan por escrito a cumplir con la Política de Medio Ambiente de Toyota España, mediante la introducción de la una cláusula sobre calidad y medio ambiente en los contratos marco con proveedores.

Además, como parte de del Sistema de Gestión de Calidad, anualmente se realiza una evaluación por parte de cada usuario sobre la calidad de servicio de los proveedores, tomando las medidas oportunas en función de los resultados.



Las claves del éxito en la relación con proveedores

- **Reforzar la gestión medioambiental con los proveedores**

Toyota exige a sus proveedores unos requisitos medioambientales que se concretan en cumplir con los criterios que establece la ISO 14001, eliminación de las sustancias peligrosas, cumplir con el reglamento REACH (Registro, Evaluación, Autorización de Sustancias Químicas), gestión de un transporte y almacenaje seguro y uso de envases reciclables, entre otros.

Contribución a la comunidad

Los principios fundadores de Toyota afirman que parte de su misión es estar al servicio de la sociedad. A lo largo de su historia, la producción de coches ha dado a las personas libertad de movimiento, al igual que lo ha sido la creación de empleo.

Más allá de esto, la compañía se esfuerza por cumplir con su misión en la sociedad en la que opera, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional. En Europa, Toyota tiene como objetivo contribuir a las comunidades locales en colaboración con los grupos de interés, ya sean ONG nacionales o internacionales, asociaciones y federaciones internacionales, administraciones públicas o instituciones educativas. Este enfoque permite a Toyota España y a sus concesionarios trabajar más estrechamente con los miembros de la comunidad y comprender mejor sus necesidades y expectativas.

El compromiso con la comunidad de Toyota España se centra en el medio ambiente, la seguridad vial, la formación y la acción social.

Medio ambiente

El respeto medioambiental está presente en toda la cadena de valor de Toyota y se transmite a la sociedad a través de diferentes acciones en la que se involucra a la plantilla de Toyota España y a toda la red de concesionarios.



1. Día de la Reforestación de Toyota

El 23 de noviembre de 2008, 8.500 clientes Toyota ayudaron a la compañía a plantar 150.000 bellotas en 65 terrenos diseminados por toda la geografía española. Esta acción se llevó a cabo en colaboración con la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente.

El objetivo era busca la concienciación y la implantación social para recuperar los bosques, que cumplen con la importante misión de retener agua, evitar la erosión del terreno y, por supuesto, favorecer la absorción del CO₂.



2. Proyecto de Reforestación Toyota Prius junto con WWF España

Desde el año 2006 Toyota España está participando, junto a WWF España, en un proyecto en la Sierra del Rincón de Madrid para recuperar bosques autóctonos de la zona con tareas de reforestación junto a los propietarios de Toyota Prius.



3. Programa de Ecodriving

El Programa de Ecodriving ha sido desarrollado por Toyota España con el propósito de concienciar a los conductores para que bajen el consumo de carburante, reduciendo las emisiones de CO₂ y también el coste de mantenimiento del vehículo. Este “nuevo estilo de conducción” aporta una serie de pautas y comportamientos sencillos, pero eficaces, que tratan de aprovechar las posibilidades que ofrecen las tecnologías de los coches actuales.



Ventajas de una conducción eficiente

- Ahorro medio carburantes del 15%.
- Disminución global de la contaminación ambiental.
- Reducción del 15% de las emisiones de CO₂ a la atmósfera.
- Disminución de la contaminación acústica.
- Aumento del confort en el vehículo.
- Disminución del riesgo de accidentes.
- Reducción del estrés del conductor.
- Ahorro en costes de mantenimiento del vehículo: sistemas de frenado, embrague, caja de cambio y motor.

Con este programa, Toyota colabora con otras grandes empresas en España a la hora de realizar tareas de concienciación sobre el cambio climático, entre las que destacan los cursos de eco-conducción que ha desarrollado Toyota con el que se consiguen reducciones tanto en emisiones como en consumos. En colaboración con la ONG GAP se han organizado jornadas sobre Ecoconducción y talleres de formación para las siguientes empresas o instituciones: Endesa, Grupo Antolín, Casa Encendida (Caja Madrid) o la Semana de la Movilidad con el Ministerio de Medio Ambiente.



Seguridad Vial

1. Programa Race-Toyota de formación vial

Un total de 2.242 alumnos han participado en el Programa RACE-Toyota de Formación Vial desarrollado durante 2008 en A Coruña, Almería y Alicante, con el que se pretende fomentar conductas seguras entre los más jóvenes, que dieron una nota media de valoración de 4,48 sobre cinco en cuanto al curso, las instalaciones y los monitores.

Los escolares participaron en cuatro talleres -Seguridad pasiva de los vehículos, Seguridad infantil, Riesgos asociados al consumo del alcohol y Aula de la seguridad y la sostenibilidad- que con sus respectivas actividades prácticas les ayudaron a conocer las consecuencias que puede llegar a tener un mal uso de los diferentes elementos de seguridad y los beneficios de una conducción sostenible, gracias a gestos simples, pero importantes.

Cámara de supervisión del conductor



Reposacabezas activo



2. Prevención de accidentes con Aesleme

Toyota apoya a la Asociación Española para el Estudio de la Lesión Medular (Aesleme), junto a la que ha emprendido dos proyectos durante 2008:

- La campaña de prevención 'Te puede pasar...', dirigida a niños y jóvenes, con el objetivo de incorporar hábitos de conducta seguros que conformen ciudadanos responsables.
- La firma de un convenio de colaboración, junto a Aesleme para desarrollar conjuntamente una acción de educación vial específica para jóvenes de entre 16 y 25 años denominada 'Road Show'. Esta actividad, de gran atractivo, consiste en recrear una noche de un joven que comienza en la discoteca con sus amigos y finaliza con la tragedia inesperada de un accidente de tráfico y sus consecuencias. Su éxito reside en su puesta en escena, ya que se trata de un espectáculo multimedia con efectos especiales e imágenes impactantes y en la fuerza de los testimonios de los protagonistas: joven temerario, discjockey, policía, bombero, médico de emergencias, médico de hospital, familiar de víctima y lesionado medular por accidente.

El proyecto está fundamentado en el desarrollo de iniciativas similares con éxito en otros países europeos. En la actualidad, el 'Road Show' puede considerarse como una de las más innovadoras, eficaces e impactantes formas de llegar a la juventud para sensibilizarla sobre los peligros de determinadas conductas viales.

Formación Técnica



El Programa Toyota Technical Education Program (T-TEP) es un convenio de colaboración con las escuelas de Formación Profesional para el desarrollo de profesionales formados en nuevas tecnologías, que cuenta ya con cuatro centros que suman unos 400 alumnos de la rama de automoción.

El campeonato entre las escuelas T-TEP 2009 se celebró durante los meses de mayo y junio con una importante participación estudiantil, donde los alumnos demostraron sus conocimientos técnicos y generales sobre Toyota.

Los ganadores de esta competición fueron invitados a recibir un curso teórico-práctico de 4x4 en Segovia. Al evento asistieron profesores de todos los Institutos de Formación Profesional, que mostraron su satisfacción con el programa T-TEP y la alta implicación de Toyota España con la educación de futuros profesionales del automóvil.

Acción Social

1. Apoyo a las ONG

Toyota ha alcanzado un acuerdo de colaboración con la Fundación Plan Internacional España para el Programa 'Paremos la pobreza', que supone la cesión del uso de un vehículo, modelo Previa, con el fin de ayudarle en su actividad. Por otra parte, Toyota ha donado otro modelo Previa a la asociación Cogami para el desplazamiento de sus socios cuando tienen que realizar sus visitas diarias al hospital para su rehabilitación.

2. Colaboración ciudadana

El compromiso de Toyota con el entorno en el que tiene su sede en Alcobendas (Madrid) es total. Así, trabaja codo con codo con la Policía de Alcobendas, cediéndole vehículos híbridos para su labor diaria.

3. Compromiso con la sociedad



Toyota España organizó en 2008 la 9ª edición consecutiva del Raid Femenino Toyota, una travesía todoterreno, sin carácter competitivo y sólo para mujeres, en la que 20 participantes recorrieron durante cinco días cerca de 1.000 kilómetros por caminos y pistas 4x4. Además, durante todo el recorrido del Raid Femenino Toyota se realizaron actividades sociales y medioambientales por las ciudades donde pasó la travesía.

Este compromiso tiene como objetivo convertirse en una plataforma de comunicación para que la Asociación Española Contra el Cáncer (aecc) conciencie a la sociedad de que el cáncer de mama, si se detecta a tiempo, se cura en la inmensa mayoría de los casos. 'Mucho x Vivir' fue el lema elegido.

Trabajo con la sociedad



Además de colaborar con diferentes asociaciones, Toyota forma parte de algunas entidades del ámbito de la RSE, la solidaridad y la seguridad vial con el objetivo de construir conocimiento y compartir su experiencia en estos aspectos.

- Toyota es miembro de **Forética**, una de las principales asociaciones de empresas y profesionales de la RSE en España que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la Responsabilidad Social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.
- La compañía también es miembro de la **Fundación Lealtad**, una entidad que ofrece a particulares y empresas información independiente, objetiva, homogénea y gratuita sobre las ONG para ayudarles a decidir con qué ONG colaborar y orientarles para hacer un seguimiento de sus donaciones.
- Toyota es la única empresa de automoción en España que es miembro de la **Asociación Española de la Carretera**, lo que corrobora su interés en la fabricación de vehículos con las máximas dotaciones de seguridad.
- Toyota con su división de vehículos premium Lexus, ha sido una de las 19 empresas del sector automovilístico y energético que ha firmado el **Código de Autorregulación en Buenas Prácticas Ambientales**, que pretende garantizar la transparencia del impacto real de la actividad de las compañías en el medio ambiente. Con esta iniciativa, puesta en marcha por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, se ha logrado consensuar un Código que establece un conjunto de reglas que guiarán a las compañías adheridas en el desarrollo, ejecución y difusión de sus mensajes publicitarios en los que se incluyan argumentos y referencias ambientales.
- **Experiencia Toyota**. Para fortalecer su imagen de marca y aumentar su conocimiento entre el público, Toyota ha desarrollado una serie de 'road shows' o caravanas itinerantes, donde a parte de exponer sus tecnologías también se explican sus proyectos como las campañas de reforestación o de concienciación medioambiental.



Reconocimientos:

La actuación de Toyota, en los ámbitos económico, social y ambiental le ha valido una excelente reputación corporativa que se ha saldado en 2008 con una serie de reconocimientos:



- Toyota lideró en el año 2008 el ránking mundial elaborado por el Reputation Institute, por tercer año consecutivo, que mide las empresas con mejor reputación corporativa. La multinacional japonesa, sexta en 2006 y 2007, escala al primer lugar. El estudio realizó 60.000 entrevistas on line a consumidores de 27 países sobre más de 1.000 empresas, de las que 52 eran españolas (cotizadas y no cotizadas). De ellas, 600 han sido incluidas en el ránking (23 españolas).

- Los concesionarios Toyota han sido reconocidos con el Premio 'Líderes en Excelencia 2009' dentro del sector de la automoción, otorgados en base al Índice STIGA de Satisfacción del Consumidor Español (ISSCE), que identifican las mejores empresas españolas en opinión de los consumidores. El índice de satisfacción de los clientes se eleva al 81,63%, la fidelidad al 80,31% y la prescripción al 90%.

- La asociación española Women Together reconoció el trabajo de Toyota por su apuesta por el desarrollo sostenible y su promoción de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), gracias a su compromiso con la fabricación de vehículos híbridos.

- El Toyota Prius ha sido galardonado con el premio 'Engine of the Year 2008' en la categoría de 'Motor Verde'. Esta no es la primera vez que lo consigue y ya fue reconocido con este premio en 2006.



TOYOTA ESPAÑA, S.L.U.

Avda. Bruselas, 22

28108 Alcobendas (Madrid)

Teléfono: 91 151 33 00

Fax: 91 151 33 97

www.toyota.es

Esta publicación ha sido impresa con papeles con programa de Reconocimiento de Sistemas de Certificación Forestal

LOGO FSC/PEFC
(Lo facilita la oficina de FSC
una vez aprobado el producto
a imprimir)

Contexto y ámbito del informe

Siguiendo la línea de Toyota Europa, que lleva siete años haciendo llegar al gran público un informe anual de sus actividades medioambientales, Toyota España publica por tercer año consecutivo su Informe de Sostenibilidad, cuyo objetivo es proporcionar información sobre las actividades desarrolladas por Toyota durante el año fiscal 2008 (abril 2008-marzo 2009), en especial de sus acciones de responsabilidad social corporativa y de las encaminadas al cuidado del entorno.



© TOYOTA ESPAÑA. Todos los derechos reservados 2008.

Toyota España S.L.U.

Avda. Bruselas, 22
28108 Alcobendas (Madrid)

El Informe de Sostenibilidad 2008-2009 ha sido elaborado por Toyota España y se distribuye únicamente a efectos informativos.

Para más información:
www.toyota.es