

Informe de Sostenibilidad  
Toyota España 2009-2010



**TOYOTA**

# Alcance y metodología de la memoria

La memoria que tienen en sus manos hace referencia a las actividades de **Toyota España**, aunque también incluye información sobre diversos aspectos de **Toyota Motor Europe (TME)**. En cada caso se especifica si la información es referente a Toyota España o bien a TME.

El periodo analizado corresponde al año fiscal de **Toyota España** (abril de 2009-marzo 2010) e incluye alguna actividad que se ha llevado a cabo durante el segundo trimestre de 2010.

Para la elaboración del presente documento, **Toyota España** ha seguido las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), la guía internacional más extendida para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

**Entrevista al presidente y vicepresidente de Toyota España** 4

Toyota en cifras 6

**Descubre Toyota** 7

Toyota España 7

Visión y estrategia 8

**Los clientes en el centro del negocio** 11

Compromiso 11

Seguridad del cliente 12

**Compromiso con los empleados** 15

Apuesta por un empleo de calidad 15

Formación y desarrollo 16

Conciliación y beneficios sociales 17

Igualdad y diversidad 18

Salud y seguridad 18

Comunicación transversal 19

**Proveedores responsables** 21

**Medio ambiente e innovación** 22

El medio ambiente como eje estratégico 22

Tecnologías sostenibles 24

Ciclo de vida sostenible 28

**Contribución a la comunidad** 31

Concienciación medioambiental 31

Seguridad vial 32

Acción social 33

Premios y distinciones 34

Asociaciones con las que colabora Toyota España 34

# Presentación



Katsuhito Ohno,  
Presidente de **Toyota España**



Jacques Pieraerts,  
Vicepresidente de **Toyota España**

## “Seguiremos apostando por la innovación tecnológica y la movilidad sostenible”

### ¿Cómo se integra la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) y la sostenibilidad en el día a día de Toyota?

**K. Ohno:** Estamos comprometidos con el desarrollo sostenible porque es la única manera de crecer en armonía con la sociedad y para ello involucramos a nuestros empleados, clientes, proveedores, concesionarios y a la comunidad en la que trabajamos. Nuestra ‘Contribución al Desarrollo Sostenible’, como se conoce la política de RSE de Toyota Motor Corporation, establece los principios fundamentales que guían la forma en que la compañía lleva a cabo sus actividades allí donde está presente, como es el caso de España.

**J. Pieraerts:** Los Principios Rectores y el Toyota Way son la base del enfoque de gestión y de producción de Toyota. Además, la Visión 2020 de Toyota Europa pretende liderar la contribución medioambiental a través del desarrollo, producción y venta de vehículos respetuosos con el entorno.

### ¿Cómo se traduce su compromiso medioambiental?

**K. Ohno:** El objetivo final de Toyota es crear un automóvil con cero emisiones y ningún impacto medioambiental. Mientras tanto, producimos vehículos que cada vez emitan menos emisiones de CO<sub>2</sub> y realizamos un esfuerzo continuo de minimización de nuestro impacto medioambiental en todas las fases del ciclo de vida útil del vehículo, desde su fabricación hasta el posterior reciclaje de piezas en todas las áreas de negocio.

**J. Pieraerts:** Un dato a resaltar es que el promedio de emisiones de CO<sub>2</sub> por modelo vendido en España durante 2009 se ha reducido un 12% respecto al año anterior, hasta situarse en 135,70 g/km. Por otra parte, al no contar aquí con plantas de producción, tratamos de minimizar el consumo de energía tanto en nuestra sede de Alcobendas (Madrid), como en el centro de distribución de componentes y accesorios de San Agustín de Guadalix (Madrid) y en el centro logístico de Sagunto (Valencia). Además, 56 de los 80 concesionarios que hay España ya están certificados con la ISO 14001 y en 2011 lo estarán todos.

## **La innovación es una característica de la marca. ¿Cómo apuesta Toyota por la innovación tecnológica y la movilidad sostenible?**

**K. Ohno:** Seguiremos apostando por la innovación tecnológica y la movilidad sostenible. Con unas ventas superiores a 2,4 millones de vehículos híbridos en todo el mundo, estamos comprometidos con la búsqueda de soluciones de movilidad cada vez más sostenibles para nuestros clientes, principio que también lo aplicamos y exigimos a todos aquellos que trabajan con nosotros: proveedores, colaboradores, empleados y concesionarios.

### **¿Qué es la tecnología híbrida para Toyota?**

**J. Pieraerts:** La tecnología híbrida es una apuesta por la movilidad sostenible. Partiendo de la base de que creemos que no hay una sola solución, sino distintas tecnologías aplicadas a distintos usos, apostamos por una plataforma híbrida central aplicada a diferentes soluciones dependiendo de las necesidades.

### **En 2010 ha salido la primera versión híbrida del Auris. ¿Qué ha supuesto este lanzamiento?**

**K. Ohno:** Marca el punto de partida de la incorporación de la tecnología híbrida a todos los modelos, cuyo objetivo es tener una versión híbrida en todos los segmentos de la gama para 2020. Esta apuesta por la tecnología híbrida se inició en 1997 con el lanzamiento de la primera versión del Prius.

### **¿Cuál es el potencial del vehículo híbrido enchufable?**

**K. Ohno:** Tanto el vehículo híbrido como el híbrido enchufable ofrecen ya hoy una alternativa real en la reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> para acercarnos a una movilidad sostenible.

**J. Pieraerts:** Concretamente, el híbrido enchufable es como dos coches en uno, lo que constituye una solución alternativa para los conductores de hoy, y ofrece el mejor equilibrio entre autonomía y reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.

### **Durante 2010 Toyota España ha llamado a revisión a más de 103.000 modelos, al igual que en el resto del mundo, por un posible defecto en el pedal del acelerador y en el ABS de los Prius. ¿Cómo se ha vivido esta situación?**

**K. Ohno:** La estrategia global de la compañía está orientada a conseguir clientes completamente satisfechos. Por eso, cuando se detectó el problema pusimos en funcionamiento todo el sistema de información a nuestros clientes, formamos a la red comercial y activamos los sistemas de suministro y regulación para llevar a cabo la revisión de la manera más efectiva. Nuestro cliente en España ha estado puntualmente informado y se ha mostrado tranquilo y confiado hacia la marca.

**J. Pieraerts:** Desde fuera de Toyota se ha dicho que hemos tenido 103.000 problemas, pero nosotros pensamos que hemos encontrado 103.000 soluciones. La confianza de nuestros clientes es lo primero y siempre nos hemos centrado en la calidad para hacer vehículos seguros.

### **¿Cómo se refleja el espíritu de Toyota en el equipo humano?**

**K. Ohno:** En Toyota es muy importante el respeto por las personas y su entorno. Siempre bajo el paraguas de valores como la convicción, la gratitud y la humildad. La formación continua y el compromiso de todos son esenciales en esta compañía.

**J. Pieraerts:** En el día a día se valora mucho la iniciativa y la creatividad, pero lo que más apreciamos es la capacidad de un líder de innovar y desarrollar un equipo hacia unos objetivos comunes, anteponiendo siempre de forma sistemática las necesidades del cliente.

# Toyota en cifras

INDICADORES ECONÓMICOS	2009	2008	2007
Facturación (miles de euros)*	925.890	734.959	1.445.279
Resultado de explotación (miles de euros)*	2.528	28.882	23.150
Venta de Toyota y Lexus**	55.453	57.000	76.200
Vehículos híbridos vendidos**	3.787	3.255	1.968
Cuota de mercado**	5,4%	4,9%	4,8%

\* Datos correspondientes al año fiscal de Toyota España SLU (abril-marzo).

\*\* Datos correspondientes al año natural (enero-diciembre).

INDICADORES MEDIOAMBIENTALES	2009	2008	2007
Consumo energía eléctrica* kWh	887.834	920.016	813.404
Consumo agua m <sup>3</sup> empleado/mes	1.5	1.20	1.19
Emisión CO <sub>2</sub> por vehículo vendido (g/km)	135,70	153,53	160,21
CO <sub>2</sub> por vehículo transportado (g/km)	126,70	126,66	—
Concesionarios certificados en ISO 14001	56	25	0
Consumo de folio por empleado/año	331	354	410
Ventas de recambios reacondicionados (uds.)	2.100	2.146	1.615

\*Sede de Madrid.

INDICADORES SOCIALES	2009	2008	2007
Número de empleados	179	184	168
Porcentaje de mujeres	32,96%	33,69%	32,54%
Inversión total en formación (euros)	105.287	93.396	64.733
Inversión media empleado en formación (euros)	697	504,84	355,68
Inversión en Acción Social (euros)	500.000	500.000	340.000
Concesionarios involucrados en causas sociales	70	72	3

# Toyota Motor Europe en cifras

INDICADORES ECONÓMICOS*	2009	2008	2007
Facturación (millones de euros)	16.390	20.924	24.651
Resultado de explotación (millones de euros)	-252	-995	874
Número de vehículos fabricados	544.050	589.794	814.093
Vehículos híbridos vendidos	55.456	57.814	48.958
Cuota de mercado	4,9%	5,3%	5,6%

\* Datos correspondientes al año fiscal de Toyota Motor Europe (abril-marzo).

INDICADORES MEDIOAMBIENTALES	2009	2008	2007
Centros de producción con ISO 14001	7	7	7
Sedes europeas con ISO 14001	28	26	22
Consumo de energía por vehículo fabricado Kwh	1.442	1.495	1.356
Emisiones CO <sub>2</sub> por vehículo fabricado (kg)	419	443	417
Emisiones CO <sub>2</sub> en las sedes europeas (t CO <sub>2</sub> )	11.747	11.009	12.650
Emisiones de CO <sub>2</sub> por transporte de vehículos (t CO <sub>2</sub> )	53.154	75.562	82.273
Media de emisiones de CO <sub>2</sub> por vehículo vendido	130	145	151

INDICADORES SOCIALES	2009	2008	2007
Empleados	20.051	27.198	26.352
% mujeres en fábricas	11%	9%	10%
% mujeres excepto en fábricas	32%	28%	26%
Inversión en Acción Social (millones de euros)	4,2	7,8	10,5





# Descubre Toyota

## Toyota España

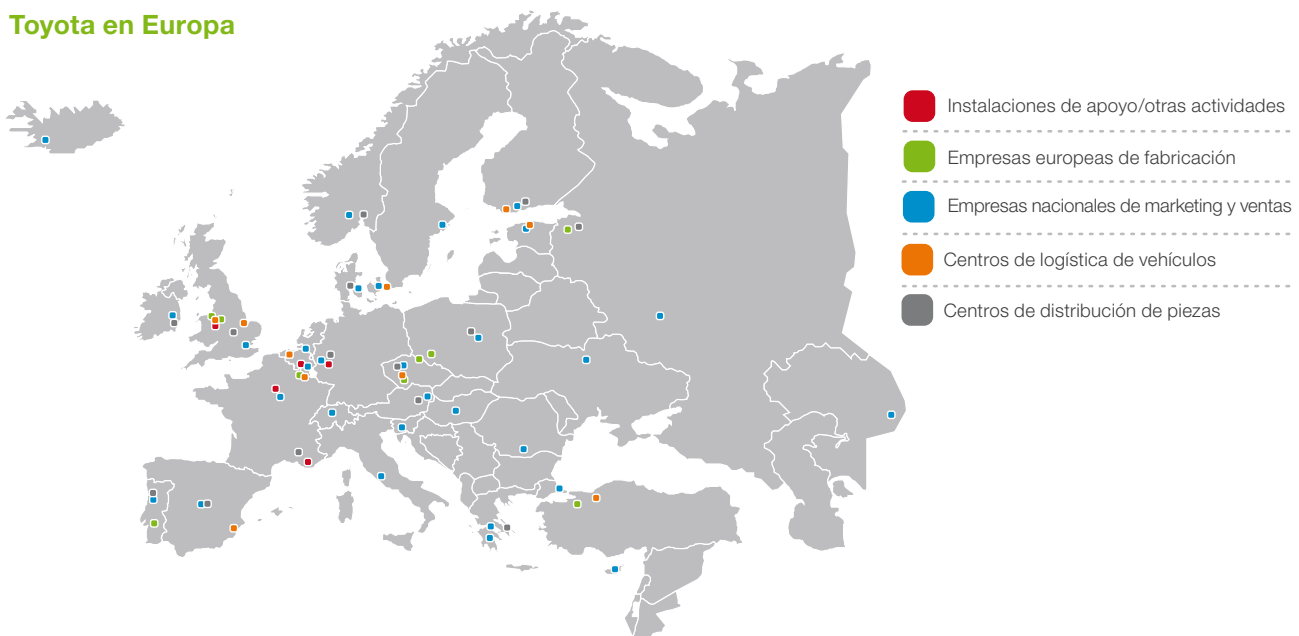
Comercializa en España **15 modelos distintos con más de 60 versiones** entre las gamas de turismos, monovolúmenes, todoterrenos y vehículos comerciales, contando con motorizaciones gasolina, diésel y tecnología híbrida.

El accionista único de Toyota España es Toyota Motor Europe (TME). La filial cuenta con una plantilla de **179 empleados** en su sede central en Alcobendas (Madrid) y **una red de 80 concesionarios, 31 reparadores autorizados, lo que supone 183 puntos de venta y 179 puntos de asistencia, donde trabajan más de 3.400 personas**. La compañía no cuenta con plantas de producción en nuestro país, pero dispone de un centro de distribución de componentes y accesorios en San Agustín de Guadalix (Madrid) y de un centro logístico en Sagunto (Valencia).

Durante 2009, las ventas se situaron en 55.453 unidades, lo que permitió a la empresa elevar nueve décimas su cuota de penetración hasta situarla en el 5,4%. Además, Toyota España aumentó un 14,4% la venta de híbridos en el mismo periodo hasta situarse en 3.787 unidades.

La multinacional japonesa está presente en 31 países europeos con filiales, que dan cobertura a un total de 56. Además, cuenta con nueve centros de producción.

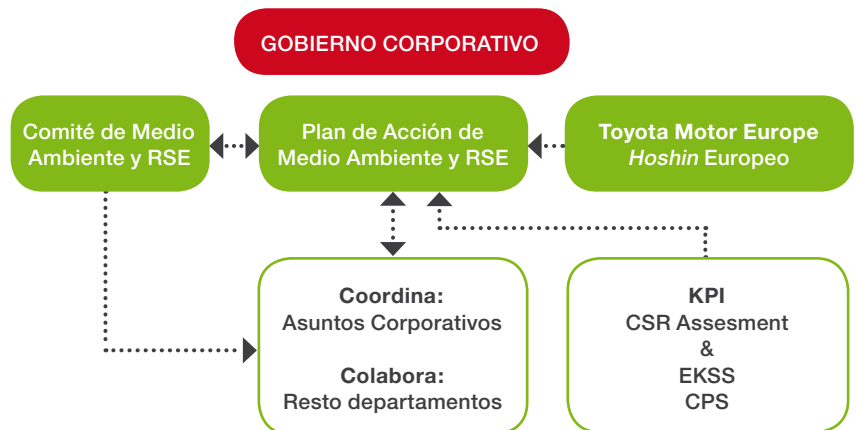
## Toyota en Europa



## Gobierno Corporativo de Toyota España

Katsuhito Ohno es el presidente y consejero delegado de Toyota España y el máximo responsable de la aplicación de las políticas de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) y de Medio Ambiente de la compañía, que provienen de Toyota Motor Europe.

El Gobierno Corporativo de la filial española sobre las acciones de Responsabilidad Social y las medioambientales consiste en los siguientes tres elementos: **El Hoshin europeo** inspira las prioridades y objetivos de la marca a medio plazo para elaborar **los planes de acción** propuestos por el departamento de Asuntos Corporativos y consensuados y **aprobados en el Comité de Medio Ambiente y RSE**, compuesto por el Comité de Dirección de la empresa.



La evolución se mide mediante unos indicadores, como el CSR Assesment por el que las distintas compañías distribuidoras de Toyota reportan una serie de indicadores (KPI), a través de los cuales se miden en relación al resto de países europeos y el EKSS (European Key Stakeholder Survey), que da una visión sobre la percepción que tienen los grupos de interés de la compañía en España y en otros países. **En 2010 se ha creado el Comité de Medio Ambiente y RSE que se reúne cada tres meses para marcar la estrategia y supervisar el progreso y el compromiso con los grupos de interés.**



## Visión y estrategia

La visión de Toyota Motor Europe (TME), de la que forma parte Toyota España, se resume en **lograr un crecimiento en armonía con la sociedad**. Para ello, la compañía cuenta con unos principios rectores, que fundamentan su actividad diaria. Además, cuenta con una **Política de Responsabilidad Social: 'Contribución al Desarrollo Sostenible'**; con una estrategia europea, denominada **Vision 2020**, y con una **Política de Medio Ambiente** (*Más información en la pág. 22 del capítulo de Medio Ambiente*).

Para lograr ese crecimiento en armonía con la sociedad, TME se basa en el **Toyota Way** y en el **Código de Conducta de Toyota**, a través de los cuales las personas que trabajan en la compañía ponen en práctica los principios rectores y cumplen con las responsabilidades sociales de la empresa, así como la suya propia.



## Principios rectores de Toyota

**Honar el contenido y el espíritu** de la ley de todas las naciones. Realizar actividades empresariales transparentes y justas para ser un buen ciudadano corporativo.

Respetar la cultura y las costumbres de cada nación y contribuir al **desarrollo económico y social**.

**Proporcionar tecnologías, productos y servicios limpios y seguros** que mejoren la calidad de vida de todo el mundo.

**Cultura corporativa** que realce la creatividad individual y el valor del trabajo en equipo.

Proseguir con el crecimiento en armonía con la comunidad mundial a través de una **gestión innovadora**.

Trabajar con socios de negocios en la investigación para alcanzar una estabilidad, un **crecimiento a largo plazo** y beneficios mutuos.

## Contribución al Desarrollo Sostenible

Toyota Motor Corporation (TMC) diseñó su Política de Responsabilidad Social bajo el título de '**Contribución al Desarrollo Sostenible**', que establece los principios fundamentales que guían la forma en la que la compañía lleva a cabo sus actividades, así como su compromiso con el desarrollo sostenible, lo que le permite mejorar su desempeño económico, ambiental y social para satisfacer las expectativas de todos los grupos de interés:

- TMC y sus subsidiarias contribuyen al **desarrollo armonioso y sostenible** de la sociedad y del planeta.
- La compañía lleva a cabo sus operaciones de negocios con **honestidad e integridad**.
- Toyota se esfuerza por construir y mantener relaciones sólidas con sus grupos de interés mediante una **comunicación abierta y justa**.



## Visión 2020

Toyota Motor Corporation (TMC) ha establecido la Visión 2020 en base a la cual Toyota Motor Europe ha planteado los siguientes objetivos:

- **Superar las expectativas** del cliente con los productos Toyota y en todos los puntos de contacto con este grupo de interés.
- **Liderar la contribución medioambiental** a través del desarrollo, producción y venta de vehículos respetuosos con el entorno.
- Ser **fuentes de admiración y respeto** por su contribución sostenible a la sociedad.
- **Conseguir la rentabilidad a través de los modelos de producción local.**

**Ser un actor líder en el conjunto de Europa**

**Hacer una aportación clave al éxito mundial de Toyota**

Satisfacción del cliente

Liderazgo medioambiental

Buen ciudadano corporativo

Autosuficiencia centrada en los modelos de producción locales

## Toyota Way

Toyota Way es un ideal, un estándar, una luz que guía a los empleados de la organización global de Toyota, que expresa las creencias y valores compartidos por todos los empleados.

Toyota Way está sostenido por dos pilares principales: **Mejora Continua y Respeto por las Personas**. Así, nunca se está satisfecho con los logros y siempre se trata de mejorar el negocio mediante la puesta en marcha de las mejores ideas y el esfuerzo continuo. De este modo, se respeta a la gente y se considera que el éxito del negocio se debe a los esfuerzos individuales y al buen trabajo en equipo.

Se espera que todos los miembros del equipo Toyota en todos los niveles utilicen estos dos valores en su tarea e interacciones diarias.



## Código de Conducta

El Código de Conducta es la herramienta que recuerda a los empleados **cómo se tienen que relacionar con el resto de compañeros de manera respetuosa**, teniendo presente los valores de la compañía. Este Código de Conducta se transmite a todos los nuevos empleados y ofrece la posibilidad de denunciar cualquier falta grave de manera confidencial.



# Los clientes en el centro del negocio

La estrategia global de la compañía 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 satisfactoria y gratificante. De este modo, la filial española apuesta por una comunicación proactiva y por la construcción de vehículos cada vez más seguros.

## Compromiso

Para Toyota lo más importante de sus vehículos son las personas que deciden conducirlos y su mayor objetivo es su completa satisfacción. Así, ha desarrollado una amplia gama de servicios a nivel de garantía, financiación, asistencia o seguros.

### Clientes Completamente Satisfechos

	2009	2008	2007
Venta	70,3	71,6	61,3
Post-venta	59,7	56,3	53,1

El continuo trabajo de autoevaluación y aprendizaje permite a la compañía detectar cualquier inconveniente y trabajar para resolverlo en el menor tiempo posible y de una manera personalizada. Así, a través del **Programa de Clientes Completamente Satisfechos** se monitoriza la percepción que tienen de sus vehículos mediante encuestas. Con los resultados se elaboran estadísticas de satisfacción en relación a la marca y a los concesionarios, que se revisan semanalmente para establecer acciones de mejora.

## Ichiban: Número 1

La satisfacción de los clientes es un pilar clave dentro de la estrategia global de Toyota. Por esta razón, reconoce la labor y el esfuerzo de sus concesionarios y premia a los que consiguen ofrecer una mejor experiencia de compra y un mejor servicio postventa a los clientes con el galardón ICHIBAN, una palabra japonesa que significa número 1.





## Comunicación proactiva

La compañía mantiene informados a sus clientes de la actualidad que genera a través de:



### Mi Toyota Web

[www.mitoyotaweb.com](http://www.mitoyotaweb.com)

Toyota trabaja para ofrecer a sus clientes un servicio exclusivo y personalizado. Por ello ha creado **Mi Toyota Web**, un portal que ofrece a los propietarios de un vehículo Toyota información sobre su automóvil, revisiones, accesorios, consejos para sacar el máximo partido a su vehículo, ofertas especiales, descuentos y promociones.



### Toyota Live

[www.toyotalive.com](http://www.toyotalive.com)

A través de este portal, los clientes de Toyota cuentan con cuatro canales de información: Futuro (información sobre vehículos y prototipos respetuosos con la naturaleza), Aventura (rutas y escapadas para todoterrenos), Dakar (información del rally) y Golf (guías y trucos).



### Vive Toyota 360°

La revista **Vive Toyota 360°** es una publicación de interés general que está dirigida a los clientes de la firma en España. Ofrece información sobre la empresa, sus productos, servicios y eventos.

## Durante 2009, Toyota España ha registrado un 70,3% de clientes completamente satisfechos

### Seguridad del cliente

Como fabricante de vehículos, la multinacional busca reducir los accidentes de tráfico haciendo coches cada vez más seguros. Además, trabaja con una visión integral de la seguridad a través de acuerdos y convenios con sus grupos de interés.

El trabajo en I+D+i contempla tanto la seguridad activa –todo aquello que ayuda a evitar un accidente– como la pasiva –todo aquello que ayuda a sobrevivir a una colisión–.

El **Programa Avanzado de Seguridad de Vehículos** incorpora las últimas innovaciones como la alarma anti-sueño del conductor y un sistema de evasión de accidentes.





## Seguridad activa

- **Asistencia de los frenos:** esta tecnología aplica presión de frenado adicional en los casos de emergencia.
- **TRC (Control de tracción):** ayuda a que las ruedas se adhieran mejor a la superficie de la carretera aplicando una fuerza de frenado a las ruedas motrices.
- **VSC (Control de la estabilidad del vehículo):** permite evitar los accidentes debidos al derrape lateral controlando automáticamente la fuerza de frenado de las cuatro ruedas.
- **Lane-Keeping Assist:** este asistente avisa al conductor con pitidos y otros medios cuando el vehículo está a punto de salirse del carril.
- **Pre-Crash Safety:** reconoce la posibilidad de una colisión de la que el conductor no se ha dado cuenta y le avisa para que pueda maniobrar a tiempo.

## Seguridad pasiva

- **Carrocería de absorción de impactos y cabina de gran resistencia:** las zonas que se arrugan de las partes delantera y trasera del vehículo absorben el impacto con eficacia y los laterales cuentan con un bastidor de la carrocería de gran resistencia.
- **Pretensor y limitador de fuerza:** los pretensores de los cinturones sujetan a los ocupantes con rapidez y los limitadores de fuerza amortiguan el impacto en el pecho de los ocupantes.
- **Asiento WIL:** los asientos que incorporan el concepto WIL están diseñados para amortiguar simultáneamente la cabeza y el pecho del pasajero, disminuyendo las lesiones por movimientos bruscos en estas partes del cuerpo. Toyota ha añadido un apoyacabezas activo al asiento WIL tradicional, lo que permite una reducción adicional de entre el 10% y el 20% del índice de lesiones de cuello.
- **Estructura de absorción del impacto en los peatones:** a través de estas estructuras Toyota trata de reducir las lesiones sufridas por los peatones.



## Seguridad testada

El constante esfuerzo que realiza Toyota por mejorar la seguridad de sus vehículos, incorporando las últimas tecnologías, le ha llevado a estar **entre los mejores fabricantes de automóviles en la clasificación de seguridad de Euro NCAP**. Así, durante 2009 los modelos Prius, Avensis e IQ han obtenido la máxima calificación de cinco estrellas, mientras que en 2010 la consiguió el Toyota Verso.

						
	Año	Valoración global	Protección de los ocupantes	Protección de los niños	Protección de los peatones	Dispositivos de asistencia al conductor
Toyota Verso	2010	★★★★★	89%	75%	69%	69%
Toyota Prius	2009	★★★★★	88%	82%	68%	68%
Toyota Avensis	2009	★★★★★	90%	86%	53%	53%
Toyota IQ	2009	★★★★★	91%	71%	54%	54%

## Un dummy muy humano

El **THUMS** es un modelo de ser humano virtual desarrollado por Toyota que simula no sólo la forma externa del cuerpo humano sino también sus estructuras internas como los huesos y los tejidos blandos.

La multinacional japonesa ya ha desarrollado la cuarta versión de su modelo humano, que permite el análisis detallado de las lesiones producidas en órganos internos.



## Llamadas a revisión

A finales de enero, Toyota realizó la mayor llamada a revisión de su historia. En España 103.000 unidades de los modelos que comercializa -Aygo, IQ, Yaris, Auris, Corolla, Verso, Avensis y RAV4- fueron reclamados en los talleres para su inspección.

“En Toyota, apostamos ante todo por la seguridad; sabemos cuál es el problema y cómo arreglarlo, así que ahora nuestra prioridad es hacerlo en el menor tiempo posible”, señaló Tadashi Arashima, el entonces presidente y consejero delegado de Toyota Motor Europe con motivo de esta medida.

## Respuesta eficaz

Para gestionar esta revisión preventiva, Toyota España ha formado a los operadores que hacen las entrevistas del **Programa Clientes Completamente Satisfechos** para dar una respuesta homogénea a los usuarios y explicarles en qué consistía la campaña. Durante este proceso, Toyota ha contactado con cerca de 5.000 clientes al mes.

La gestión de la campaña realizada por todo el personal y la red de concesionarios ha sido muy positiva a percepción del cliente, ya que los indicadores de satisfacción de los usuarios que fueron al taller a reparar su vehículo han sido los mejores de la historia en el área de Postventa, debido en gran manera a la rapidez con la que se han llevado a cabo las revisiones.

Las llamadas a revisión han supuesto para la compañía una oportunidad para aprender y mejorar, así como de reafirmar su compromiso de futuro con la satisfacción de los clientes.

“Hemos recuperado la confianza de nuestros clientes, sin embargo para mantener nuestro liderazgo de calidad en la industria tenemos que trabajar aún más duro, escuchar la voz de los clientes e incorporar rápidamente sus enseñanzas.

Se han identificado e implementado una serie de acciones de mejora como:

- Revisión de todos los procesos que tienen un impacto en calidad: desde la fase planificación de producción del vehículo hasta el Servicio Postventa suministrado a los clientes.
- Incremento de la capacidad para identificar y resolver las preocupaciones de los clientes: reforzando las operaciones de postventa con el objetivo de obtener mejor información y suministrar soluciones más rápidas y eficaces
- Refuerzo del desarrollo de Recursos Humanos como clave para asegurar la calidad: formación de los empleados para asegurar su evolución en línea con la rápida expansión de Toyota y su crecimiento.”

**Didier Leroy, presidente de Toyota Motor Europe**







# Compromiso con los empleados

El desarrollo continuo de las personas es fundamental para hacer frente a los desafíos y cambios. Así, el entorno económico actual se presenta como una gran oportunidad para:

- Mantener una buena plantilla y crear unas relaciones laborales basadas en la **confianza mutua** y en una comunicación bidireccional.
- Llevar a cabo **procesos de mejora** que disminuyan la carga de trabajo.
- Desarrollar medidas que favorezcan la **flexibilidad laboral** y contribuyan a equilibrar la **conciliación de la vida laboral y personal**.
- Mantener los **valores de inclusión y diversidad**, así como respetar el Código de Conducta de la compañía.
- Reorientar y priorizar la **formación y el desarrollo profesional**.
- Mejorar continuamente las condiciones de trabajo, especialmente las relacionadas con la **salud y seguridad**.

## El principal objetivo de la Dirección de RRHH de Toyota España es mantener su compromiso con el empleo estable

### Apuesta por un empleo de calidad

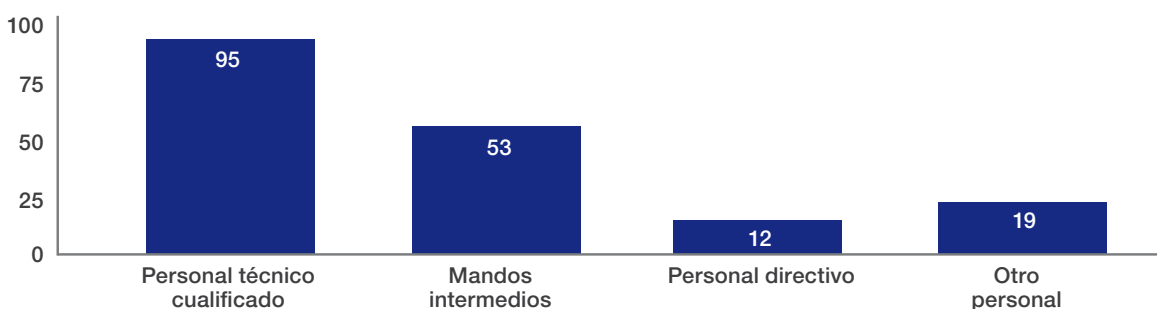
---

Durante este complicado periodo de crisis, la compañía ha seguido una política de *painsharing*, con la que intenta mantener los empleos en base a esfuerzos compartidos entre todos los miembros de Toyota España y de todos los países en los que está presente.

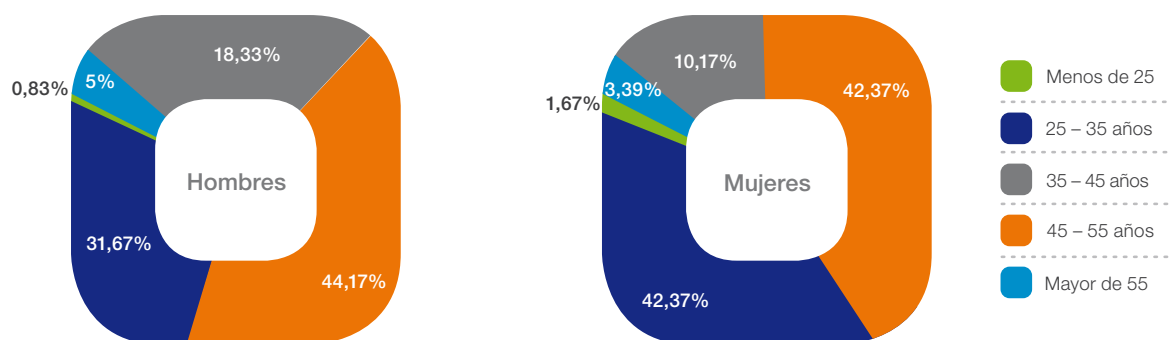
La compañía considera que su mejor contribución a la sociedad es **mantener el empleo estable** y bajo esta premisa trabaja para ofrecer estabilidad, seguridad y protección a sus trabajadores, teniendo muy presente su desarrollo laboral y la conciliación entre la vida profesional y laboral.



### Distribución de la plantilla de Toyota España por categorías en 2009



### Composición de la plantilla por edad



## Formación y desarrollo

Las **personas son el valor principal de Toyota** y por ello contribuye a formar y desarrollar su plantilla en los valores y prácticas de negocio propios de la corporación.

Como consecuencia de la política de reducción de gastos de los dos últimos años, el **Plan de Formación** se ha visto reducido temporalmente. Durante 2009 este plan se ha centrado en formación corporativa desarrollada e impartida internamente y en formación *e-learning*.

En 2010, el Departamento de RRHH ha introducido formación en gestión de personas y habilidades directivas, y ha reincorporado la formación en inglés pero a nivel más individual.



### Datos globales de formación

	2009
Total horas formación	2.619
Total empleados participantes	182
Media horas/alumno	14,5
Total coste formación (euros)	64.733
Coste formación/ empleado (euros)	697

### Promedio horas formación al año por empleado por categorías

	2009
Personal técnico cualificado	18
Mandos intermedios	12
Personal directivo	14
Otro personal	13





## Conciliación y beneficios sociales

Trabajar por una mejor **conciliación de la vida personal y profesional de los empleados de Toyota España** es uno de los objetivos fundamentales de la Dirección de Recursos Humanos.

Dentro de las limitaciones derivadas de la situación de reducción general de costes, a lo largo de 2009 la compañía ha intentado proponer e implantar acciones creativas de mejora de la conciliación que no supusieran un gasto excesivo.

Éstas son algunas de las iniciativas llevadas a cabo para fomentar dicha conciliación:

- Política de **flexibilidad horaria**.
- **Política de vacaciones:** puente oficial de Toyota (uno al año), un día extra de vacaciones por cada tres años de antigüedad.
- Sistema de **retribución flexible**.
- **Formación** en horario laboral.
- **Compensación** del 100% de la baja de maternidad y de las bajas por enfermedad.
- **Beneficios sociales:**
  - Seguro médico para el empleado.
  - Vales de comida (cinco euros por día).
  - Seguro de vida.
- **Servicio de fisioterapia** en la oficina (coste a cargo del empleado).
- **Agencia de viajes** en la propia oficina que ofrece descuentos a los empleados.



### Facilitando el día a día a los empleados

Toyota España ofrece a sus empleados los servicios de **Más Vida Red**, una empresa que ayuda a los trabajadores a realizar aquellas gestiones que les puedan quitar tiempo en su jornada laboral, ayudándoles a conciliar en su vida personal.

## Igualdad y diversidad

Existe una política explícita de igualdad que además está apoyada y complementada por el Código de Conducta en el que se exige una serie de **comportamientos no discriminatorios**.

La compañía trata a todo el personal y posibles empleados potenciales con absoluta imparcialidad, valorando sus capacidades individuales independientemente de su sexo, raza, edad, religión, etc.

La firma se ha comprometido a guiarse en todo momento por **un criterio objetivo tanto en la selección, como en la promoción y reconocimiento sin importar las diferencias individuales**. En base a este compromiso, se definen e implementan las políticas de igualdad para hombres y mujeres. De este modo, se ha fijado que el horario especial para padres es el mismo tanto para padres como para madres.



Respecto a la diversidad, Toyota España cuenta con empleados de siete nacionalidades distintas: española, japonesa, belga, francesa, venezolana, griega y holandesa.

### Distribución de la plantilla por género

	2009	2008	2007
Hombres	120 (67%)	122 (66%)	114 (67%)
Mujeres	59 (33%)	62 (34%)	64 (33%)

Durante 2009, la filial española se ha sumado al **Chárter de la Diversidad**, una iniciativa impulsada por la Fundación para la Diversidad en España para luchar desde el mundo de la empresa y las instituciones contra la discriminación por razones de sexo o género e impulsar la inclusión, la igualdad y la conciliación.



## Salud y seguridad

Toyota cuenta con una **Política Preventiva de Seguridad y Salud** ampliamente desarrollada a nivel global. Así, se trabaja a nivel europeo para coordinar que en las diferentes filiales se lleven a cabo las medidas necesarias relativas a esta materia.

La Dirección de Toyota España, consciente de la importancia de la seguridad y salud de sus trabajadores y de terceras personas que puedan permanecer en sus instalaciones, ha desarrollado un sistema de gestión de prevención de riesgos laborales integrado en su actividad. Todo ello se traduce en un Plan de Prevención de Riesgos Laborales y la declaración de una Política Preventiva.

En el **Portal del Empleado**, los trabajadores pueden acceder a información sobre las normas de seguridad y salud, primeros auxilios, actuación en caso de emergencia y prevención de incendios, entre otros aspectos.

La filial española ha seguido fomentando la comunicación transversal para que el mensaje llegue de una manera más cercana a sus empleados. Además, durante este periodo de crisis, ha hecho hincapié en comunicar con más periodicidad y transparencia para transmitir a los trabajadores seguridad y tranquilidad. Sus principales canales de comunicación interna son:

- **Portal del Empleado.** A través de este canal, Toyota comparte información corporativa y recibe el *feedback* de los trabajadores: encuestas, buzón anónimo de sugerencias, noticias de empresa, nóminas, tablón de anuncios, tablón solidario, etc.
- **Reunión de personal.** Cada tres meses Toyota España organiza una reunión presencial con toda la compañía a la vez para compartir información sobre la situación actual de empresa.

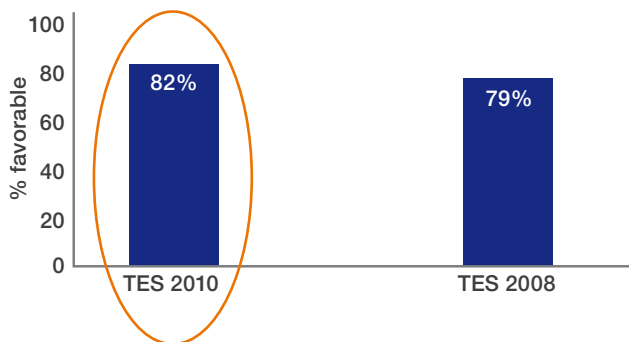


- **Comité de Recursos Humanos con la Dirección.** En este Comité se proponen acciones, políticas y mejoras en materia de RRHH.
- **Encuesta de satisfacción.** Cada dos años Toyota realiza una encuesta de satisfacción a nivel europeo para conocer el nivel del compromiso y motivación de sus equipos.

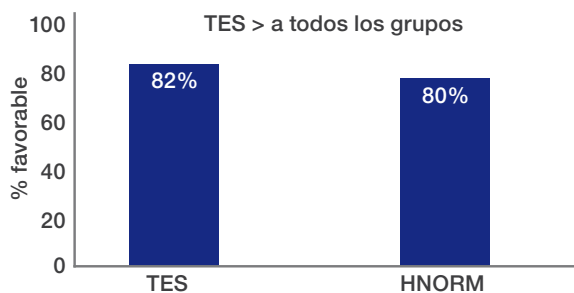
En 2010, la participación de los empleados en la encuesta de satisfacción ha sido muy elevada. Así, el 93% enviaron la encuesta cumplimentada, lo que aporta gran representatividad a los resultados.

### Las principales conclusiones se pueden resumir en:

#### Índice de Compromiso



#### Vs. Benchmarking groups



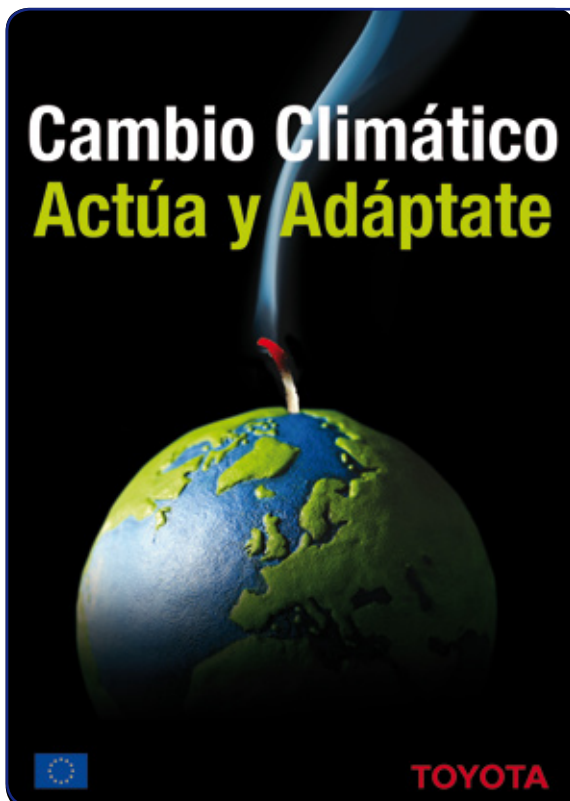
Las preguntas que se han evaluado para obtener este índice han sido:

- Pienso continuar mi carrera en Toyota. (**Intención de quedarse**)
- Me siento orgullos@ de Toyota. (**Orgullo**)
- En general, me siento muy satisfecho con Toyota como lugar para trabajar. (**Satisfacción**)
- Le recomendaría a un buen amigo o familiar Toyota para trabajar. (**Apoyo**)

En cuanto a los aspectos sobre conciliación, el resultado sube siete puntos en relación a 2008, lo que corrobora que las medidas adoptadas han sido acogidas positivamente por parte de los empleados.

En relación a los resultados generales, destaca el buen posicionamiento de Toyota España en cuanto a: **compromiso, trabajo en equipo y enfoque de la gestión hacia el cliente, pilares fundamentales del Toyota Way.**





## 'Green Month'

Toyota España lleva a cabo diferentes iniciativas de sensibilización entre sus trabajadores como son los 'Green Month', una serie de campañas de concienciación medioambiental que se extienden durante tres meses al año. En 2009 se han realizado tres iniciativas:

- Reducción del consumo energético en los aparatos eléctricos de la sede central. En comparación a 2008 se produjo una disminución del 7%.
- Reducción del consumo de electricidad en las oficinas. En julio de 2009 se logró un 23% menos y en agosto un 22%, respecto a 2008.
- A través del 'Eco driving workshop' se concienció a los empleados en una conducción más respetuosa con el medio ambiente.

## Los empleados, protagonistas de un spot

Durante 2010, Toyota ha lanzado la campaña publicitaria 'Tu Toyota es mi Toyota' donde los protagonistas son diferentes empleados que explican aspectos concretos de su jornada laboral que reflejan el compromiso de la corporación y el suyo personal con la calidad y la seguridad. Se trata de testimonios reales.

Así, por ejemplo, Mónica Soler, asesora comercial de Toyota España, señala: "Para mí no hay mejor argumento de venta que la calidad de cualquier Toyota. Puedo enumerar la larga lista de cualidades de nuestros coches pero estoy segura de que nada es comparable a disfrutarlo uno mismo, por eso insisto en que los conduzcan. Cuando un cliente prueba un Toyota tengo el convencimiento de que volverá con ganas de tener el suyo propio".

La compañía ha atribuido la elección de varios trabajadores como protagonistas de la publicidad al hecho de que "las personas marcan las diferencias en Toyota, la calidad característica de la marca no es un dato que una máquina pueda crear, es el resultado del factor humano, el resultado del compromiso de los empleados por mejorar todos los días".

El objetivo de la campaña es reforzar la confianza en la marca y el producto, mostrando el compromiso de todos los trabajadores de Toyota y los rigurosos controles de calidad a los que se somete cada vehículo que sale de cada una de sus fábricas.

**Tu Toyota también es mi Toyota**

"El mejor consejo que puedo dar a los clientes es que lo prueben ellos mismos".

Para mí no hay mejor argumento de venta que la calidad de cualquier Toyota. Puedo enumerar la larga lista de cualidades de nuestros coches pero estoy segura de que nada es comparable a disfrutarlo uno mismo, por eso insisto en que los conduzcan. Cuando un cliente prueba un Toyota tengo el convencimiento de que volverá con ganas de tener el suyo propio.

Mónica Soler  
Asesora Comercial, España.

Today Tomorrow  
Toyota

Entra y conoce más historias reales en [www.toyota.es](http://www.toyota.es)





# Proveedores responsables

Los proveedores son unos compañeros de viaje fundamentales para Toyota, que entiende que sin su crecimiento, la compañía no puede seguir evolucionando. Trabaja con ellos a través de relaciones a largo plazo para lograr un crecimiento común basado en la confianza mutua. Por eso apuesta por:

- Una red de proveedores muy motivados para abastecer a **niveles de calidad, coste y servicio competitivos** a escala mundial, siendo Toyota el cliente máspreciado.
- Explorar oportunidades de establecer colaboraciones orientadas a la **innovación** con proveedores estratégicos para desarrollar y utilizar tecnologías punta.
- Los proveedores tienen que estar a la altura de los estándares sociales y medioambientales de Toyota.

De este modo, la compañía mantiene una estrecha relación con los proveedores, respetando los **principios éticos, de sostenibilidad y de buena ciudadanía corporativa**. Así, la política de compras y de todos sus proveedores contempla el respeto y el cumplimiento de estos valores con el propósito de obtener el producto perfecto, en el tiempo adecuado.

Los proveedores tienen que compartir la filosofía de respeto y conservación del entorno de la compañía y tienen que cumplir con la **Política de Medio Ambiente**, mediante la introducción de una cláusula sobre calidad y medio ambiente en los contratos marco con proveedores. La filial española también transmite sus valores a través de cursos específicos del Toyota Way.

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





# Medio ambiente e Innovación

En su contribución a la lucha contra el cambio climático, Toyota no sólo produce vehículos con bajas emisiones de CO<sub>2</sub> sino que realiza un esfuerzo continuo de minimización de su impacto medioambiental en todas las fases del ciclo de vida útil del vehículo y en todas las áreas de negocio.

En España la compañía materializa su compromiso con el **Plan Anual de Medio Ambiente**, con el que pretende convertirse en un referente para la sociedad y sus grupos de interés.

## El medio ambiente como eje estratégico

Para consolidar la gestión medioambiental, la compañía cuenta con la **Política de Medio Ambiente** y la **Carta de la Tierra** de Toyota como ejes de su actividad.

### Política de Medio Ambiente

Toyota Motor Europe (TME) aprobó la Política de Medio Ambiente en 2001 y en 2009 se ha comprometido a aumentar su contribución al desarrollo sostenible con una nueva política ambiental que aborda el ciclo de vida del vehículo completo. Toyota España, como parte de TME, adquiere el compromiso de contribuir a que sus actividades estén orientadas a la satisfacción de sus clientes y al respeto del medio ambiente, a través de:

**El respeto** a la legislación local, regional, nacional y europea y otros requisitos de obligado cumplimiento, así como el **desarrollo de iniciativas de carácter voluntario** relativas al medio ambiente en línea con el compromiso medioambiental de Toyota Motor Corporation en su compromiso con el entorno.

**La mejora continua** de sus procesos de trabajo y de la gestión del medio ambiente orientándolos al cumplimiento de los requisitos de los clientes y su satisfacción, así como la **prevención de la contaminación**.

**La focalización** de la promoción comercial **hacia el uso de vehículos más respetuosos con el medio ambiente** y colaborar con en desarrollo de una sociedad más concienciada con el medio ambiente.





## La Carta de la Tierra

La **Carta de la Tierra** de Toyota plantea el enfoque global de la firma frente a los desafíos del medio ambiente.

- Contribuir a un crecimiento en armonía con el medio ambiente a través de negocios sostenibles, tecnologías respetuosas con el entorno, productos con un alto nivel de eficacia medioambiental y procesos productivos que no generen residuos para conseguir cero emisiones en todas las áreas de actividad.
- Buscar tecnologías medioambientales, que permitan que la economía y el medio ambiente coexistan de forma armoniosa.
- Desarrollar un plan voluntario de mejoras medioambientales que vayan más allá de la legislación y fomenten una acción duradera.
- Trabajar en colaboración con la sociedad, reforzando las relaciones con organizaciones y socios implicados en la conservación del medio ambiente.



## 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 una mejora medioambiental.
2. Trabajar con socios profesionales que estén también comprometidos con la conservación del medio ambiente.
3. Participar activamente en acciones sociales como miembro de la sociedad.
  - 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.





## PLAN ANUAL DE MEDIO AMBIENTE

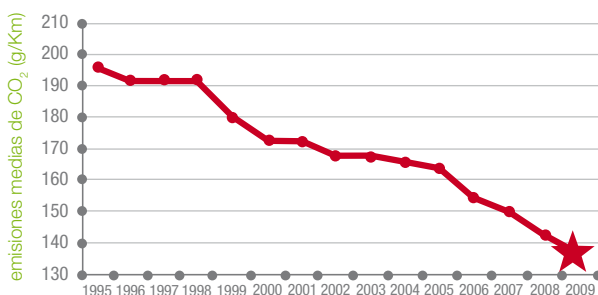
Área de actuación		Logros 2009	Objetivos 2010
Reducción de energía y lucha contra el cambio climático	Reducción de las emisiones de CO <sub>2</sub> y aumentar la eficiencia de los motores	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; La flota de vehículos de empresa no supere los 140gr CO<sub>2</sub>.</li> <li>&gt; Mantener la huella de carbono por vehículo transportado. En 2008 era de 126,6 gr y en 2009 de 128,19 gr.</li> <li>&gt; Lanzamiento de nuevos modelos con un consumo de CO<sub>2</sub> menor a 120 gr.</li> <li>&gt; Aumentar la venta de vehículos híbridos (+16%).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Mantener o reducir la huella de carbono por vehículo transportado.</li> <li>&gt; Nuevos modelos más respetuosos con el medio ambiente.</li> <li>&gt; Aumentar la venta de vehículos híbridos.</li> <li>&gt; Presentar el proyecto del híbrido enchufable PHV.</li> <li>&gt; Hacer públicos los consumos de energía y las emisiones de CO<sub>2</sub>.</li> </ul>
Uso efectivo de los recursos	Contribuir y fomentar el reciclaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Cumplir con la directiva europea 2000/53/EC en el reciclado y final de vida de los vehículos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Continuar trabajando para conseguir los retos marcados para 2015 en materia de reciclaje.</li> <li>&gt; Publicar nuevos datos sobre el reciclado de vehículos.</li> <li>&gt; Mejorar el reciclaje de las baterías de los vehículos híbridos.</li> <li>&gt; Cumplimiento de la legislación de residuos.</li> </ul>
Reducir el uso de sustancias contaminantes	Cumplimiento de la legislación de residuos	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Cumplir con la directiva europea REACH, relativa al registro, evaluación, autorización y restricción de las sustancias y preparados químicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Mantener el cumplimiento de la directiva REACH.</li> </ul>
Expandir la legislación medioambiental	Consolidar los sistemas de gestión medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Renovación de la certificación medioambiental ISO 14000 en la sede de Toyota España.</li> <li>&gt; Continuar con la implantación de la ISO 14001 en todos los concesionarios <b>Toyota</b> (56 de 80).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Renovación de la certificación medioambiental ISO 14001 en la sede de Toyota España.</li> <li>&gt; Finalizar la implantación de la ISO 14001 en todos los concesionarios.</li> </ul>

### Tecnologías sostenibles

El objetivo final de Toyota es llegar a crear un automóvil con cero emisiones y ningún impacto medioambiental. Mientras tanto, trabaja para ofrecer el vehículo adecuado, en el momento adecuado y en el lugar adecuado sin desestimar ninguna tecnología. Bajo esta premisa, desarrolla vehículos que cuentan con las tecnologías más respetuosas con el medio ambiente, en los modelos diésel o gasolina, híbridos, híbridos enchufables y otras energías alternativas.

### Reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>

El promedio de emisiones de CO<sub>2</sub> por modelo vendido durante 2009 se ha reducido un 11,61% respecto al año anterior, hasta situarse en 135,70 g/km.



eco-car

Diversidad energética

Reducción CO<sub>2</sub>

Calidad del Aire

## TECNOLOGÍA HÍBRIDA

Gasolina /  
DiéselCombustibles  
sintéticos

Biocombustibles

Hidrógeno

Electricidad

Coche adecuado

Momento adecuado

Lugar adecuado

## Motores diésel y gasolina



- **Toyota Optimal Drive** es un conjunto de avances tecnológicos y de mejoras que permiten que los motores de los vehículos convencionales reduzcan el consumo y las emisiones sin comprometer el placer de conducir. El 80% de la gama de vehículos de la firma está enmarcada bajo este concepto.

- Toyota ha desarrollado una serie de tecnologías sostenibles como el **Regulador Inteligente de los Tiempos Variables de las Válvulas (VVT-i)**, que gasta menos combustible y emite una menor cantidad de gases de efecto invernadero.
- La **Tecnología Diesel Common Rail (D-4D)** inyecta una cantidad precisa de combustible directamente a la cámara de combustión para un mayor ahorro de combustible y una reducción de las emisiones.

## Tecnología Híbrida (HSD)

- La **Tecnología Híbrida o Hybrid Synergy Drive (HSD)** es la combinación de un motor eléctrico y otro de gasolina. La energía que se recupera de la frenada se almacena en la batería y se reutiliza a través del motor eléctrico. La sinergia entre estos dos motores hace posible un consumo de combustible de 3,9 litros a los 100 km y unas emisiones de CO<sub>2</sub> de tan sólo 89 g/km.
- En 1997 Toyota lanzó su primer vehículo con motor híbrido, el Prius, y hasta 2009 se han vendido en todo el mundo 2,3 millones de híbridos. El objetivo es que a partir de 2020 cada gama de vehículos cuente, por lo menos, con un híbrido. En la actualidad, los modelos Prius y Auris ya cuentan con un modelo, mientras que en Lexus el RX 450 h, GS 450 h y el LS 600 h también disponen de motor híbrido.



## Flotas sostenibles

Toyota España ha vuelto a dotar a las empresas e instituciones españolas con flotas de vehículos sostenibles. Entre las más destacadas, la Policía del Ayuntamiento de Madrid (50 vehículos), Tragsa (30) o el Ayuntamiento de Madrid (30).



## Cómo funciona el sistema híbrido

Un sofisticado sistema, regula automáticamente, cuando cada uno de los motores debe entrar en funcionamiento, para dar la respuesta más eficiente en base a la potencia que el conductor pide al vehículo en su conducción.

Así, al arrancar el vehículo, sólo se pondrá en funcionamiento el motor eléctrico, hasta alcanzar 3 kilómetros de distancia o superar una velocidad de 50 Kilómetros por hora.

Para acelerar, o cuando más potencia es requerida, se pondrán en funcionamiento los dos motores a la vez.

Cada frenada, o desaceleración es aprovechada para recuperar la energía cinética y recargar la batería para luego alimentar el motor eléctrico.

En las paradas, el vehículo funciona en modo eléctrico, para permitir el funcionamiento del equipo de audio o el aire acondicionado. Todo esto, sin que el conductor tenga que intervenir.



## El nuevo paso hacia la hibridación: El nuevo Auris Híbrido

La compañía japonesa ha lanzado durante el otoño de 2010 su segundo modelo híbrido, el Auris Híbrido –tras el Toyota Prius, que ya va por su tercera generación–, que marca el punto de partida de la incorporación de la tecnología híbrida a todos los modelos. Es el primer coche plenamente híbrido de su categoría.

Fabricado en Europa, este nuevo híbrido proporciona la máxima potencia de una forma muy eficiente gracias a una inteligente combinación de dos motores eléctricos, uno de 60 kW, alimentado por una batería de hidruro de níquel de 27 kW, y un motor 1.8 gasolina convencional, con lo que el sistema genera una potencia total de 136 CV. Además, el Auris híbrido ofrece unas emisiones de CO<sub>2</sub> de menos de 89 g/km, y unas emisiones de 6,7 mg/km NO<sub>x</sub> (Óxidos de Nitrógeno) considerablemente inferiores a las de vehículos diesel con prestaciones similares.





## Vehículo Híbrido Enchufable

El **Prius Plug In Hybrid Vehicle (PHV)** representa una expansión considerable de las capacidades del sistema Hybrid Synergy Drive, y supone un nuevo paso adelante en la movilidad urbana respetuosa con el medio ambiente.

Con el lanzamiento del **Prius Híbrido Enchufable**, Toyota considera que la arquitectura híbrida recargable es la solución tecnológica más viable para la electrificación de los motores, debido a que no tiene problema de autonomía limitada al combinar el modo EV (eléctrico) con el híbrido convencional:

- Emite tan sólo 59g/km de CO<sub>2</sub>.
- Consume 2,6 litros cada 100 km.
- Se recarga desde una toma convencional de electricidad en sólo 1,5 horas.
- Tiene una autonomía de 20 km en modo eléctrico (EV), en el que se pueden alcanzar los 100 km/h.



### Proyecto Prius Plug In

A través del **Proyecto Prius Plug In**, Toyota ha introducido 600 Prius Híbridos Enchufables en todo el mundo y ha elegido cinco para que sean probados en España. Se trata de una prueba piloto que en nuestro país se llevará a cabo entre 2010 y 2013, y en la que participan administraciones públicas, empresas del sector energético, de infraestructuras y otras compañías.

A través de un proceso de monitorización se analizará la viabilidad del híbrido enchufable y se estudiarán los hábitos de conducción, los tipos de recorrido, la disponibilidad de infraestructuras, la compatibilidad de enchufes, los horarios de recarga y el tiempo de recarga.



## Energías alternativas

La multinacional japonesa se ha situado a la cabeza en el **desarrollo de diversas tecnologías alternativas** que ofrecen soluciones más ecológicas para la movilidad sostenible y ya ha demostrado que estas soluciones innovadoras pueden comercializarse para usos específicos. Así, está trabajando con pilas de combustible, gas natural comprimido, gas líquido y biocombustibles.

## Ciclo de vida sostenible

Toyota introduce parámetros sostenibles en todas las fases del ciclo de vida del vehículo, aplicando las **3R: reducir, reciclar y reutilizar, con resultados visibles.**



### Diseño y desarrollo

La división de I+D está investigando **programas de reducción de emisiones** que cumplan con las normativas y regulaciones regionales. Así, se están adaptando los vehículos con tecnologías más eficientes, como el gas licuado de petróleo (que consume un 10% menos de CO<sub>2</sub> en comparación a la gasolina) o el gas natural licuado (que ahorra un 25% de emisiones de CO<sub>2</sub> respecto a la gasolina).

### El sistema de producción de Toyota (TPS)

**Las fábricas europeas de Toyota han reducido considerablemente su impacto medioambiental:** desde 2001 han disminuido un 73% el vertido de residuos, un 37% el uso total de energía por cada coche y un 34% el de agua.

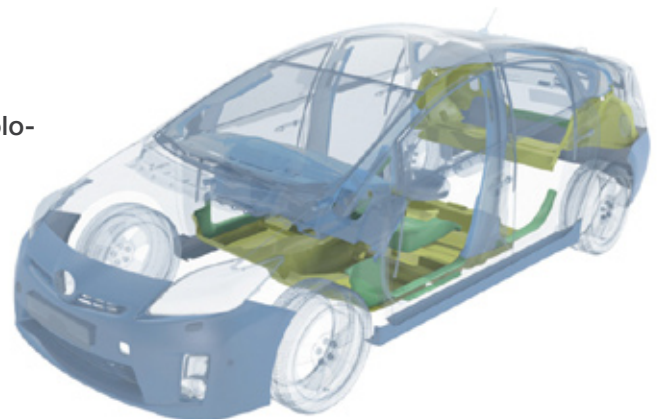
Concretamente, las emisiones de CO<sub>2</sub> durante la fabricación del nuevo Prius se han reducido un 31%. Este nuevo modelo es reciclable en un 90%.

### Materiales reciclables

Toyota está firmemente comprometida con las **tecnologías para el reciclaje** de resinas y cauchos.

Así, la **Toyota Super Olefin Polymer (TSOP)** es una resina termoplástica que proporciona una recuperación mejor que el polipropileno compuesto reforzado. La TSOP, que emite un 20% menos de CO<sub>2</sub> durante el ciclo de vida del producto, se utiliza en una amplia gama de piezas interiores y exteriores que pueden reciclarse en sucesivas ocasiones.

La tecnología de reciclaje del caucho de Toyota permite reciclar anualmente cerca de 200 toneladas de residuos y dedicarlos a la producción de vehículos de Toyota en Japón.



- Toyota Super Olefin Polymer (TSOP)
- Plástico ecológico
- Material reciclado (incluyendo productos de insonorización reciclados)

## Venta y post-venta

En 2007, Toyota España inició el proyecto de implantación de un sistema de gestión ambiental en toda la red de concesionarios.

En España, **31 concesionarios de Toyota obtuvieron la ISO 1400 durante 2009**, con lo que a finales del año pasado ya eran 56 los que contaban con este certificado. La firma tiene previsto que 70 concesionarios ubicados en nuestro país dispongan de esta acreditación antes de que acabe 2010. El 100% se certificará en 2011.

## 56 de los 80 concesionarios de Toyota en España ya cuentan con la ISO 14001

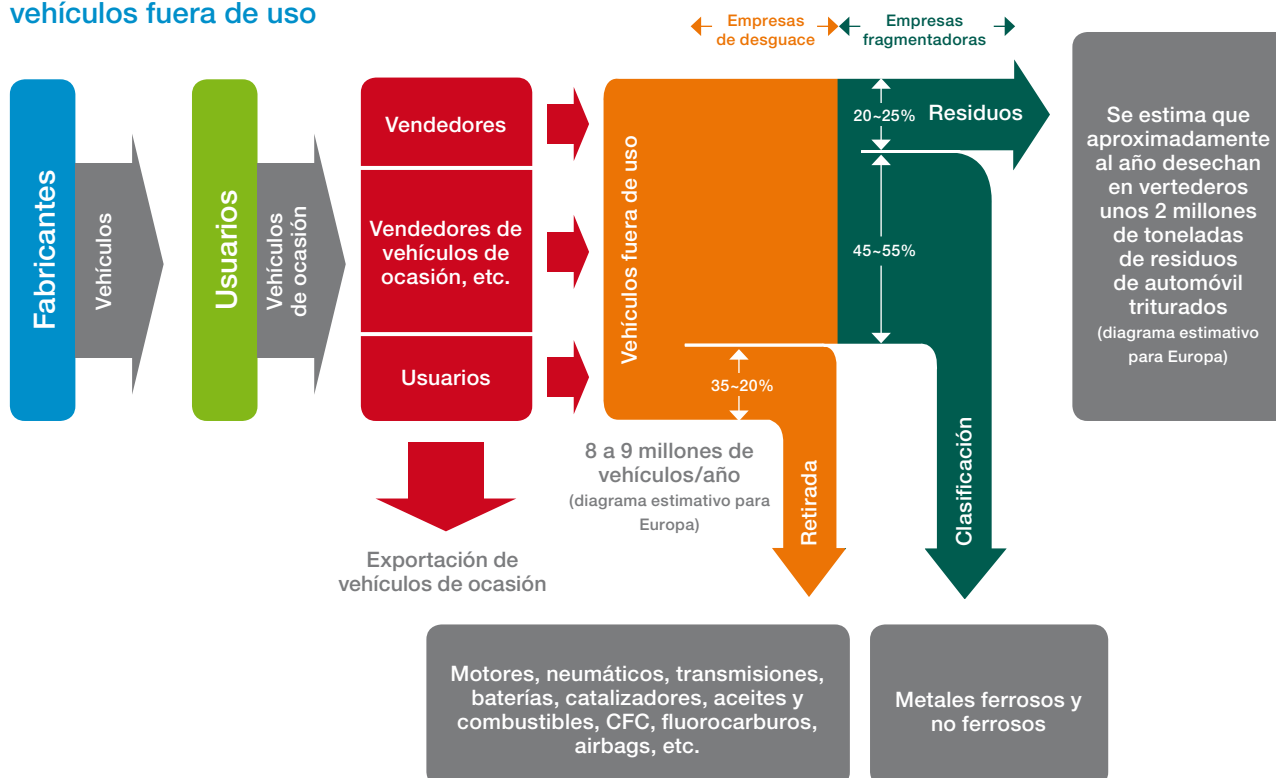
### Gestión sostenible de residuos

El reciclaje constituye una contribución positiva a la reducción del impacto ambiental. La compañía lo considera como parte fundamental del ciclo de vida útil del vehículo y colabora con diferentes asociaciones en su reciclaje:

- **Aceite:** Como comercializadora de sus propios aceites, la compañía forma parte del Sistema Integrado de Gestión de Aceites Usados (Sigaus), que se encarga del correcto tratamiento de los aceites al final de su periodo de vida útil.
- **Neumáticos:** El sistema integrado Signus se responsabiliza de la gestión de los neumáticos fuera de uso.
- **Baterías:** La Fundación Ecopilas garantiza una gestión sostenible de las baterías y de los aparatos eléctricos de los vehículos.
- **Tratamiento de vehículos:** La asociación Sigrauto se encarga de garantizar el tratamiento de vehículos al final de su vida útil, según las directivas de la UE.



### Proceso de eliminación de los vehículos fuera de uso





## Logística

Toyota busca también **reducir los impactos** en esta fase de la actividad empresarial a través de las siguientes medidas:

- Mejora de la capacidad de llenado de los camiones.
- Aumento del uso de trailers más grandes.

### Transporte de vehículos Toyota en España

	2009	2008	2007
<b>Km recorridos</b>	<b>1.743.125</b>	<b>1.772.125</b>	<b>N.D.</b>
<b>Emisiones de CO<sub>2</sub> (g/km)</b>	<b>128,19</b>	<b>126,66</b>	<b>126,7</b>

Durante 2008, Toyota puso en funcionamiento el nuevo centro logístico de Sagunto (Valencia). Estas instalaciones, que cuentan con la certificación ISO 14001, han registrado en 2009 una reducción del 60% del consumo eléctrico, principalmente a través de una optimización del uso de la iluminación de la campa y de un uso más responsable de la climatización en el taller y las oficinas. También se ha reducido un 11% el consumo de papel por vehículo procesado.

## Eficiencia energética en el almacén de recambios de Bélgica

Desde marzo de 2010 el almacén de recambios de Bélgica que suministra a toda Europa cuenta con un sofisticado sistema de paneles solares en el techo: 12.800 paneles sobre una superficie de 85.000m<sup>2</sup>, que producen 1600MWh al año con lo que se autoabastece del 16% de su consumo, mientras que el resto de la electricidad es electricidad verde. En total, se dejan de emitir 733 toneladas de CO<sub>2</sub> al año.



## Progresos medioambientales de Toyota España

Toyota España ha logrado progresos importantes en su desempeño medioambiental, reduciendo significativamente su impacto en el entorno en sus diferentes ámbitos de actuación.

Durante 2009, la compañía ha reducido en su sede de Alcobendas (Madrid) un 4% su consumo de energía eléctrica, hasta situarse en 1.120.417 Kwh. Además, la disminución en iluminación ha sido del 7,5% durante el mismo periodo.



También se ha realizado una auditoría energética con el objetivo de identificar áreas de mejora en consumos o reducción de residuos. Una vez analizadas todas las propuestas, las medidas adoptadas se están terminando de implantar.

**La instalación de un sistema centralizado para el control electrónico de la iluminación y la temperatura supondrá un ahorro del 10% sobre el consumo eléctrico**, mientras que el cambio de luminarias que se está efectuando supondrá un ahorro de otro 10%. A través del sistema de gestión medioambiental será posible medir los resultados en un corto plazo de tiempo.

Por otra parte, con el fomento de la videoconferencia se ha logrado un ahorro de 155 toneladas de CO<sub>2</sub> y a nivel de oficinas el consumo de folio por empleado (331) se ha reducido un 6,55% en 2009 y todas las impresoras se han configurado en blanco y negro por las dos caras.

## La sede de Toyota España renueva la ISO 14001 y 9001

La sede de Toyota España ha recertificado su Sistema de Gestión de Calidad (9001) y Medio Ambiente (14001) implantado en dichas instalaciones desde 2004.







# Contribución a la comunidad

Parte de la misión de Toyota es estar al servicio de la sociedad, tal y como apuntan sus principios fundacionales. Así, más allá de la actividad económica, 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. La filial centra su compromiso con la comunidad en tres pilares: medio ambiente, seguridad vial y acción social.

## Concienciación medioambiental

### Día de la Reforestación Toyota 2009

Con el objetivo de concienciar a la sociedad e implicar a las comunidades locales, el 22 de noviembre de 2009 se celebró la segunda edición del Día de Reforestación Toyota, en la que participaron más de **10.000 voluntarios** entre empleados, clientes, familiares y amigos con la siembra de **160.000 bellotas** del género Quercus y **10.000 árboles** en 61 terrenos distribuidos por toda la geografía española. Este evento se celebró en colaboración con la **Fundación Félix Rodríguez de la Fuente**, la **Fundación Biodiversidad** y el **Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino**.



### Colaboración con WWF en la Sierra del Rincón

Por cuarto año y en colaboración con WWF, 70 personas, entre empleados de Toyota y familiares, participaron en una jornada, celebrada el 13 de marzo de 2009, para la **recuperación de la Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón de Madrid**, en la que se plantaron 1.000 árboles. Este proyecto se prolongará hasta 2011.





### WWF 'La Hora del Planeta'

Toyota participó en La Hora del Planeta, el pasado 28 de marzo, con el apagado de sus instalaciones entre las 20.30 y las 21.30 horas. Con esta iniciativa, organizada por WWF, se pretende **informar y concienciar a la población sobre la amenaza del cambio climático** y lo fácil que es actuar de forma individual.

### Concienciación sobre conducción eficiente

Durante 2009 los concesionarios de Guadalajara, Lérica, Córdoba, Santiago de Compostela, Vigo y Mérida, ofrecieron a sus clientes **la posibilidad de adquirir unas interesantes nociones sobre conducción eficiente, a través de un avanzado simulador.**



### Global Nature

Desde 2005 Toyota y la **Fundación Global Nature** desarrollan un proyecto de reforestación de la dehesa de la perillanura cacereña, con el propósito de mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero plantando encinas, alcornoques, pinos piñoneros y robles para recuperar el entorno. En total se está regenerando una superficie de 20 hectáreas en la comarca de Cuatro Lugares, dehesa 'El Baldío', y durante 2009 se han realizado trabajos de mantenimiento del arbolado.

### Experiencia Toyota

Es una oportunidad para acercar Toyota al consumidor general y **presentar de una forma dinámica el firme compromiso existente con la sociedad y el medio ambiente.** Durante 2009 se estuvo presente en cinco localidades con 157.800 visitantes, mientras que en 2010 se visitaron 10 localidades y se alcanzó la cifra de 78.100 visitantes.



### Seguridad vial



### Programa FORMA-T

Toyota y el Race a través del program FORMA-T visitaron en 2009 seis ciudades españolas (Guadalajara, Lérica, Córdoba, Santiago de Compostela, Vigo y Mérida) **con el objetivo de fomentar entre los futuros conductores de diferentes centros educativos actitudes seguras y responsables.** Este año, la previsión es estar en siete ciudades más. De esta forma se llegará entre 2009 y 2010 a un total de 6.000 alumnos. La actividad consiste en varios talleres de formación, como el simulador de impacto o el circuito con gafas de visión desvirtuada.



## Campaña de prevención 'Te puede pasar a ti'

Toyota España ha organizado junto a la Asociación Española para el Estudio de la Lesión Medular (Aesleme) la campaña de prevención 'Te puede tocar a ti', cuyo objetivo es **sensibilizar sobre los problemas que presentan las personas con discapacidad después de un accidente**. En total, se han celebrado 3.606 conferencias a las que han asistido 181.344 personas.

## Roadshow

Toyota ha organizado 46 *roadshows* en España con el objetivo de **concienciar a los jóvenes sobre una conducción segura**, debido a que se trata del grupo de población que sufre más accidentes. En esta iniciativa han participado 15.220 personas.

## Formación técnica

El Programa Toyota Technical Education Program (T-TEP) es un acuerdo entre Toyota y diversos Institutos de Formación Profesional en todo el mundo para potenciar los niveles educativos de los estudiantes de automoción que en un futuro pueden trabajar en la red de Toyota. La filial española ha celebrado, los días 1 y 2 de junio de 2010, unas jornadas de formación en tecnología Toyota 4x4 con los ganadores de las distintas competiciones de los Institutos T-TEP. En esta ocasión participaron más de cien alumnos de Barcelona, Santiago de Compostela, Sevilla y Badajoz.



## Acción social



## 10º Raid Femenino Toyota

Toyota España organiza desde el año 2000 el **Raid Femenino Toyota**, una ruta todoterreno sin carácter competitivo y sólo para mujeres, en la que un grupo de participantes recorren durante cinco días cerca de 1.000 kilómetros de aventura por caminos y pistas 4x4. Desde 2007, la carrera contribuye a la **concienciación y divulgación de la lucha contra el cáncer de mama** en el marco de un acuerdo con la AECC y bajo el lema 'muchoxvivir'. Las participantes del Raid también llevan a cabo acciones de conservación y recuperación ambiental.

## VII Edición de la Carrera de la Mujer

Con el fin de colaborar en la lucha contra el cáncer de mama, cada año se celebra en distintas ciudades de España la tradicional Carrera de la Mujer, que tiene como lema '**Nunca estarás sola contra el cáncer**'. Durante 2010, esta carrera, en la que Toyota ha sido el coche oficial, se ha celebrado en las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Santiago, Sevilla, Vitoria, Gijón y Zaragoza.

## 'Operación Kilo' de Cruz Roja

50 kilos de comida consiguió reunir Toyota España para la campaña de Cruz Roja de Navidad '**Operación Kilo**', que se unieron a las 27 toneladas de comida que se destinaron al Banco de Alimentos de la Comunidad de Madrid.

## Toyota España dialoga con sus grupos de interés

La compañía ha dado un paso más en el diálogo con sus *stakeholders* y ha realizado un encuentro para evaluar el *Informe de Sostenibilidad 2008-2009*, en el que han participado 12 representantes de entidades del ámbito económico, social y medioambiental vinculadas a Toyota España.

El presidente de Toyota España, Katsuhito Ohno, estuvo presente durante todo el diálogo con los grupos de interés, junto al senior coordinator, Norio Asukagawa, y el director de Asuntos Corporativos y RRHH, Karl Van Dijck. Los responsables de la filial española conocieron las opiniones que los participantes tenían sobre el *Informe de Sostenibilidad de 2008-2009* y la estrategia de sostenibilidad.

En el desayuno participaron:

- Ricardo Trujillo e Íñigo Luis (Forética): “Habría que equilibrar la información económica, medioambiental y social”.
- Luis Guijarro (APIA): “A pesar de la crisis, estáis manteniendo el empleo”.
- Elvira Carles (Fundación Empresa y Clima): “Toyota genera una gran confianza en la sociedad”.
- Juan Carlos del Olmo y Clorinda Maldonado (WWF/Adena): “El compromiso de 0 emisiones tendría que ser un compromiso de todos los fabricantes de automóviles”.
- Marion Stoler (Fundación Félix Rodríguez de la Fuente): “Toyota está comprometida con la sostenibilidad”.
- Anna Bajo (Universidad Pontificia de Comillas): “Hay un gran compromiso con los empleados y la sociedad”.
- Marta de la Cuesta (UNED): “Habría que aportar más información cuantitativa”.
- Tomás Santa Cecilia (RACE): “La tecnología híbrida es el futuro, pero en el caso de Toyota es el presente”.
- Ángel Llorente y Félix Soto (Asociación de Concesionarios de Toyota): “La Memoria de Sostenibilidad refleja el buen hacer de Toyota y su compromiso con la sociedad”.

Los participantes destacaron la concisión y claridad del Informe, así como el compromiso con la sostenibilidad de la alta dirección. También apuntaron áreas de mejora como ampliar datos relevantes en el área económica (pág. 6), explicar cuál es la presencia de Toyota en Europa (pág. 7), las políticas de transparencia y códigos de conducta implementados (págs. 8-10) o equilibrar el desempeño económico y social con el medioambiental.



## Premios y distinciones

Los concesionarios de automóviles Toyota son los mejor valorados por los clientes, según el Estudio de Satisfacción del Consumidor Español 2009 que realiza la compañía Stiga.

Dos motores Toyota han sido nuevamente galardonados con el ‘**International Engine of the Year**’ del año 2010 como mejores motores dentro de sus respectivas categorías:

- **Motor más respetuoso con el Medio Ambiente:** 1.8L HSD (montado en Prius y Auris).
- **Mejor motor de hasta 1 Litro:** 1.0L VVT-i (montado en iQ, Aygo y Yaris).

Además, Toyota España también ha recibido estos galardones:

- **Premio Telva Motor más Ecológico:** Auris HSD.
- **Woman Awards UN:** Por el compromiso de la compañía en la fabricación de coches híbridos.

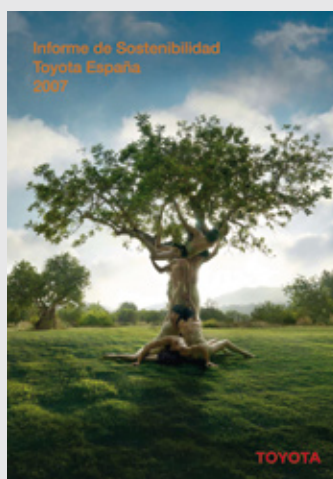
## Asociaciones con las que colabora Toyota España

En su compromiso con la sociedad en la que desarrolla su actividad y con sus grupos de interés, Toyota España colabora con:

- Aesleme
- Asociación Española contra el Cáncer
- Asociación Española de la Carretera
- Apadrina un Árbol
- Fundación Lealtad
- Fundación Félix Rodríguez de la Fuente
- Forética
- Global Nature
- WWF
- Real Asociación Amigos del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía
- RACE
- Fundación Biodiversidad

# Contexto y ámbito del informe

Siguiendo la línea de Toyota Europa, que lleva ocho años haciendo llegar al gran público un informe anual de sus actividades medioambientales, **Toyota España** publica por cuarto año consecutivo su Informe de Sostenibilidad, cuyo objetivo es proporcionar información sobre las actividades desarrolladas por Toyota durante el año fiscal 2009 (abril 2009-marzo 2010), en especial de sus acciones de Responsabilidad Social y de las encaminadas al cuidado del entorno.



TOYOTA ESPAÑA, S.L.U.  
Avda. Bruselas, 22  
28108 Alcobendas (Madrid)  
Teléfono: 91 151 33 00  
Fax: 91 151 33 97  
[www.toyota.es](http://www.toyota.es)

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





© TOYOTA ESPAÑA. Todos los derechos reservados 2009-2010.

**Toyota España, S.L.U.**

Avda. Bruselas, 22  
28108 Alcobendas (Madrid)

El Informe de Sostenibilidad 2009-2010 ha sido elaborado por Toyota España y se distribuye únicamente a efectos informativos.

Para más información:  
[www.toyota.es](http://www.toyota.es)