



# EL DESAFIO QUE NOS MUEVE

INFORME DE SOSTENIBILIDAD  
TOYOTA ESPAÑA 2016-2017



**TOYOTA**

©2017 Toyota España, S.L.U.

Está prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, de esta publicación sin el consentimiento previo por escrito de Toyota España, S.L.U.

Toyota España S.L.U.  
Avda. Bruselas, 22  
28108 Alcobendas (Madrid)

El Informe de Sostenibilidad 2016-2017 ha sido elaborado por Toyota España y se distribuye únicamente a efectos informativos.

Para más información:

[www.toyota.es](http://www.toyota.es)

[www.prensa.toyota.es](http://www.prensa.toyota.es)

[www.sostenibilidad.toyota.es](http://www.sostenibilidad.toyota.es)



@Toyota\_Esp



[www.facebook.com/ToyotaEsp](http://www.facebook.com/ToyotaEsp)



@ToyotaPrensa



Toyota España, S.L.U.



Este informe se ha impreso con papel certificado FSC procedente de bosques gestionados de forma sostenible.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD  
TOYOTA ESPAÑA 2016-2017



# ÍNDICE

	<b>CARTA DEL CEO</b>	<i>Pág. 6</i>
<b>1</b>	<b>VISIÓN GLOBAL Y TOYOTA WAY</b>	<i>Pág. 8</i>
<b>2</b>	<b>PERFIL DE LA EMPRESA</b>	<i>Pág. 12</i>
<b>3</b>	<b>DESAFÍO MEDIOAMBIENTAL 2050</b>	<i>Pág. 14</i>
<b>4</b>	<b>VEHÍCULOS COMPROMETIDOS CON LA SEGURIDAD VIAL, LA CALIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE</b>	<i>Pág. 22</i>
<b>5</b>	<b>RELACIONES CON EL ENTORNO</b>	<i>Pág. 32</i>
<b>6</b>	<b>GESTIÓN DE LAS PERSONAS</b>	<i>Pág. 36</i>
<b>7</b>	<b>CLIENTES EN EL CENTRO</b>	<i>Pág. 40</i>
<b>8</b>	<b>GESTIÓN DE NEGOCIO</b>	<i>Pág. 42</i>
<b>9</b>	<b>SOCIEDAD</b>	<i>Pág. 46</i>
<b>10</b>	<b>PRINCIPALES CIFRAS AÑO FISCAL 2016</b>	<i>Pág. 52</i>



## CARTA DEL CEO

---

Con la mirada puesta en nuestros ambiciosos objetivos medioambientales para el año 2050, hoy desde Toyota quiero haceros partícipes de nuestra apuesta presente por la movilidad sostenible a través de nuestra tecnología híbrida, que este año celebra el 20 aniversario de su lanzamiento comercial con el visionario Toyota Prius. Una celebración muy especial en la que hoy contamos con otros 6 modelos híbridos Toyota y un total de 8 en la gama Lexus y que conjuntamente conforman la oferta híbrida más completa y accesible del mercado español.

Fruto del empeño durante todos estos años en hacer accesible y real una movilidad más sostenible para cada vez más clientes, hoy las matriculaciones de vehículos con tecnología híbrida alcanzan casi el 60% del total de todas las matriculaciones Toyota y el 99% en la gama Lexus, lo que confirma nuestro liderazgo indiscutible en el mercado del vehículo alternativo en España, representando más del 80% del mercado emergente español de tecnologías alternativas. Nuestro proyecto de movilidad sostenible es hoy una realidad presente y, gracias a nuestra trayectoria de hibridación, accesible cada vez más a los ciudadanos.

Porque para conseguir avances significativos en nuestro impacto sobre el planeta solo es posible con tecnologías que puedan ser adoptadas de forma mayoritaria, Toyota continúa con su firme compromiso, anunciado en 2008, de contar con un modelo híbrido en cada segmento de mercado en el año 2020.

Y como objetivo a 2050, mucho más. Entre nuestros desafíos está seguir optimizando nuestra tecnología híbrida y trabajar por popularizar y hacer accesibles otras tecnologías como la híbrida enchufable, la eléctrica de batería o eléctrica de pila de combustible ya disponible en varios países europeos, donde comienza a establecerse una incipiente red de estaciones de hidrógeno, necesarias para la implementación de estos vehículos que aún no podemos comercializar en España.

De forma paralela, estamos muy orgullosos de presentarnos como colaborador oficial de movilidad de todo el movimiento olímpico y paralímpico tanto a nivel mundial como en España.

Fundamentos del Toyota Way, como la mejora continua y el respeto a las personas, son compartidos por el olimpismo, que reúne al mundo entero en torno a la amistad y la solidaridad para celebrar la máxima realización del potencial humano. De este modo, nuestro objetivo es desarrollar y ofrecer soluciones de movilidad innovadoras y accesibles a todos, independientemente de las circunstancias, ayudando a conseguir romper muchas de las barreras. Porque la movilidad va más allá de los automóviles y tiene que ver con superar retos y hacer sueños realidad.

Motorizaciones alternativas, vehículos automatizados, movilidad como servicio y asistencia robótica son importantes oportunidades que tenemos para transportar a las personas y transformar la compañía para crear nuevas formas de movilidad. Y en esta línea continuamos también trabajando en el desarrollo tecnológico en campos tan importantes como la conectividad y la inteligencia artificial para el impulso de la tecnología de coche automatizado, con el importante objetivo de alcanzar una sociedad con cero accidentes de tráfico.

Confío en que la presente memoria constituya un estímulo para seguir aportando lo mejor de cada uno de nosotros, así como fortalecer nuestro compromiso por ofrecer soluciones de movilidad cada vez más seguras, limpias y eficientes.

En nombre de Toyota España, muchas gracias.



*Agustín Martín*  
Presidente y CEO de Toyota España



# 1 VISION GLOBAL Y TOYOTA WAY

---

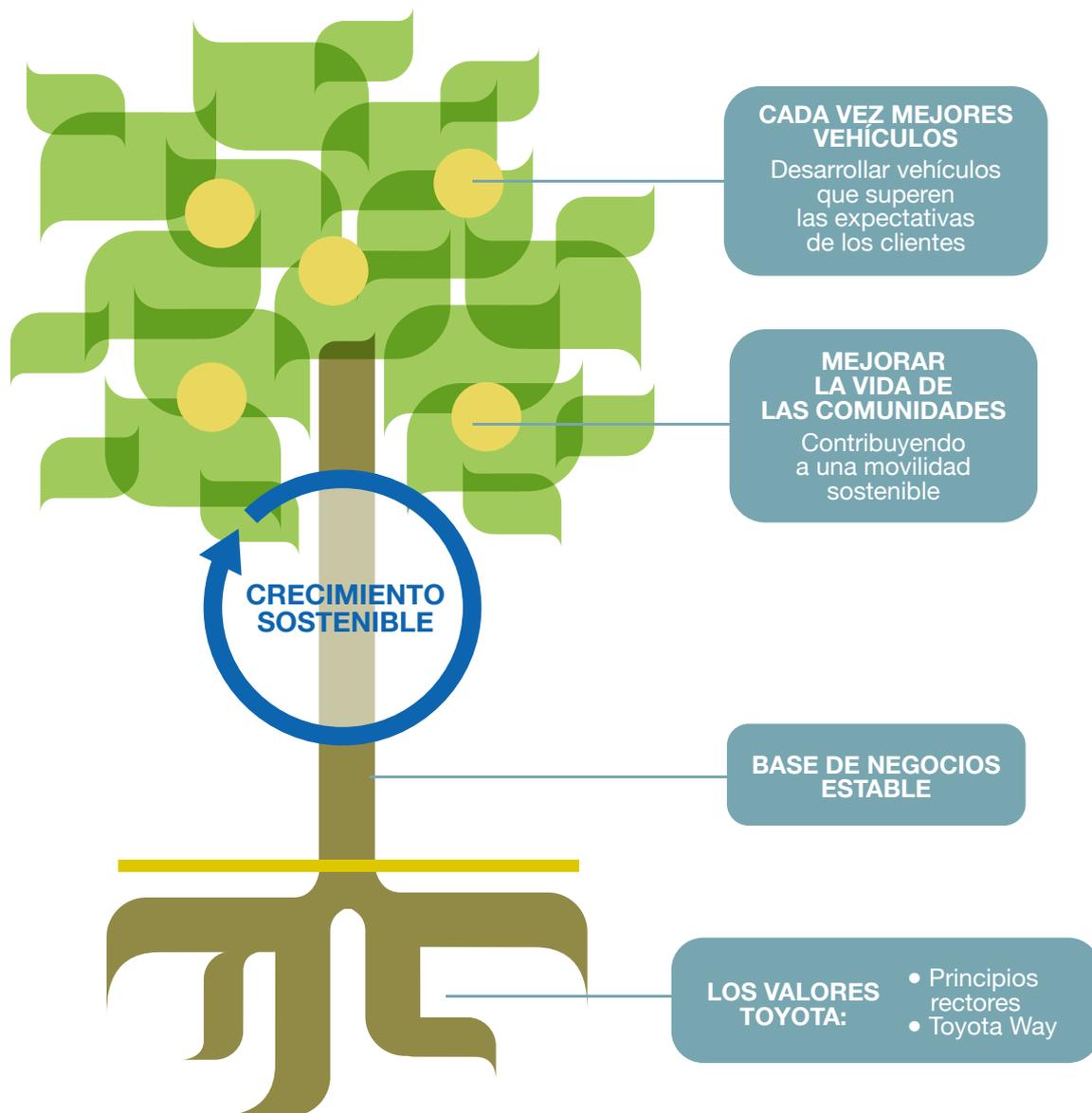
“Una sonrisa por superar sus expectativas, nuestra mejor recompensa”

Toyota liderará el camino hacia el futuro de la movilidad, enriqueciendo la vida de las personas a través del desarrollo de tecnologías cada vez más seguras, responsables y sostenibles.

Toyota se fija desafíos exigentes aprovechando el talento y la pasión de las personas que creen que siempre hay un modo mejor de hacer las cosas.

A lo largo de su historia, Toyota se ha esforzado para crear automóviles en beneficio de la sociedad y por conseguir satisfacer a los clientes de todo el mundo.

Toyota se compromete con la calidad, la constante innovación y el respeto por el planeta. Queremos superar las expectativas de nuestros clientes y obtener como recompensa una sonrisa.



**La Visión Global de Toyota se expresa en la metáfora del árbol**

Las “raíces” simbolizan los valores compartidos por todo el equipo de Toyota y se manifiestan en los principios rectores de Toyota y el Toyota Way.

Los “frutos” simbolizan el compromiso de Toyota por crear vehículos cada vez mejores así como por contribuir al impulso económico y social de las comunidades en las que la compañía opera. Por eso, Toyota es bienvenida en las sociedades en las que se establece.

El “tronco” simboliza la vitalidad empresarial de Toyota para crear productos que generen satisfacción entre los clientes obteniendo unos frutos generosos para la sociedad.

Así pues, la visión de Toyota evoca un círculo virtuoso en el que la compañía contribuirá al desarrollo a través de la fabricación de automóviles sobresalientes.

# Qué implica la visión global de Toyota

## Formas más seguras y responsables de transportar a personas

- Seguridad como prioridad de Toyota
- Mejora del bienestar humano mediante la reducción del impacto medioambiental

## Compromiso con la calidad e innovación

- Fiabilidad en la conducción
- Desarrollos tecnológicos para satisfacer las necesidades de los clientes

## Respeto por el planeta

- Reducción del impacto medioambiental
- Minimizar las emisiones de CO<sub>2</sub> desde el momento de la producción, así como fomentar el reciclaje

## Búsqueda de la excelencia

- Los empleados de Toyota comparten el convencimiento de que siempre hay un modo mejor de hacer las cosas con un compromiso con la mejora continua

## Enriquecer vidas por todo el mundo

- Servir a la sociedad a través de una fabricación responsable
- Impacto económico positivo allá donde realiza operaciones

## Liderar el camino hacia el futuro de la movilidad

- Avances tecnológicos punteros
- Tecnologías bajas en emisiones contaminantes

## Superar las expectativas del cliente

- Todos los trabajadores de Toyota se esfuerzan en alcanzar la máxima satisfacción de los clientes

## Alcanzar objetivos exigentes

- Cultura empresarial en la que se promueva el talento del equipo y la creatividad individual
- Diversidad en la contratación y promoción



## Principios rectores de Toyota

La identidad de Toyota queda reflejada en sus principios rectores. Estos, a su vez, son la base de la responsabilidad social corporativa de la compañía, del Toyota Way y del Código de Conducta.

### 1. Comprometidos

con el cumplimiento de la normativa vigente en España y con el desarrollo de los negocios justos y transparentes para ser una compañía socialmente responsable.

### 2. Respetamos la cultura y costumbres

de todos los países y contribuimos a su progreso económico y social a través de nuestras actividades corporativas en cada una de las naciones.

### 3. Promovemos productos sostenibles y seguros

dirigidos a lograr una mejor calidad de vida en todas las comunidades locales en las que trabajamos.

### 4. Desarrollamos tecnologías avanzadas

en productos y servicios que cubren las necesidades de nuestros clientes a lo largo del mundo.

### 5. Impulsamos la cultura corporativa

dirigida a alentar la creatividad individual y el trabajo en equipo a la vez que promovemos la confianza y el respeto entre los trabajadores y la gerencia.

### 6. Incentivamos la innovación

a través de la armonía con la comunidad global.

### 7. Trabajamos con nuestros socios

en la investigación y producción para conseguir un crecimiento sostenible a largo plazo y beneficios mutuos, siempre abiertos a nuevos socios.

## Toyota Way

Toyota Way representa los cimientos para funcionar como una compañía global. Está guiada por una cultura empresarial común y unos valores compartidos basados en los Principios rectores de Toyota, que garantizan un espíritu y un modo de ser y actuar común en todas las filiales.

Toyota Way surge con el fin de orientar la forma de actuar de cada uno de los empleados de la corporación, trascendiendo las barreras del idioma y la nacionalidad.

Se fundamenta sobre dos pilares principales:

### Mejora continua

Trabajamos permanentemente para mejorar nuestro negocio desarrollando nuevas ideas y aportando lo mejor de nuestras habilidades.

**Desafío:** Afrontando los desafíos con determinación y creatividad para cumplir los objetivos propuestos.

**Kaizen:** Mejora continua, responsabilidad, compromiso con la innovación y evolución.

**Genchi Genbutsu:** Profesionalidad para tomar decisiones adecuadas acudiendo a las fuentes correctas.

### Respeto por la gente

El éxito de nuestro negocio es el resultado del trabajo en equipo y una relación cercana y positiva con cada uno de los grupos de interés.

**Respeto** que genera confianza mutua.

**Trabajo en equipo** para un crecimiento personal y profesional.



## 2 PERFIL DE LA EMPRESA

### TOYOTA ESPAÑA

143  EMPLEADOS

TOYOTA LEXUS  
160 31  
EXPOSICIONES



TOYOTA LEXUS  
80 25  
DISTRIBUIDORES  
MINORISTAS AUTORIZADOS  
±2.500 

TOYOTA LEXUS  
174 33  
PUNTOS DE ASISTENCIA



### TOYOTA MOTOR EUROPE

53 PAÍSES  
EN EUROPA  
9 PLANTAS  
DE PRODUCCIÓN



### TOYOTA MOTOR CORPORATION

170 PAÍSES  
EN EL MUNDO  
68 PLANTAS  
DE PRODUCCIÓN

### 2.1. Toyota España

Toyota España S.L.U. distribuye y comercializa los vehículos de Toyota y Lexus para todo el país, teniendo como mercado toda la Península, Baleares Ceuta y Melilla.

Cuenta con una plantilla de 143 empleados, una red de 160 centros de exposición de Toyota y 31 de Lexus; 174 puntos de asistencia de Toyota y 33 de Lexus; y 80 Distribuidores Minoristas Autorizados de Toyota y 25 de Lexus, en los que trabajan alrededor de 2.500 personas.

Su sede central se encuentra en la Avenida de Bruselas, 22, en Alcobendas, provincia de Madrid. Desde allí se coordinan las actividades de marketing y venta de los distintos modelos Toyota y Lexus.

Además de la sede central, dispone en España de un centro de formación y un centro técnico en San Agustín de Guadalix (Madrid), así como de centros logísticos de recambios en Illescas (Toledo) y de vehículos en Sagunto (Valencia).

Toyota España pertenece en su totalidad a Toyota Motor Europe S.A (TME), presente en más de 53 países en Europa con 9 plantas de producción. TME es la división europea de la multinacional japonesa Toyota Motor Corporation, la cual agrupa 68 plantas de producción de vehículos y/o componentes, con distribución en más de 170 países alrededor del mundo.

## 2.2. Hitos de una trayectoria hacia la hibridación

“En 1997, Toyota lanzó el primer coche híbrido. En 2016 la mitad de los vehículos vendidos en España fueron híbridos, teniendo como meta aumentar la gama para contar con un modelo híbrido en cada segmento de mercado en el que se tenga presencia para 2020”

Desde que en el año 2000 Toyota España comenzó a comercializar el Toyota Prius, el primer vehículo de tecnología híbrida fabricado en serie en el mundo, la compañía emprendió la apuesta por acercar las tecnologías híbridas al mayor número de clientes.

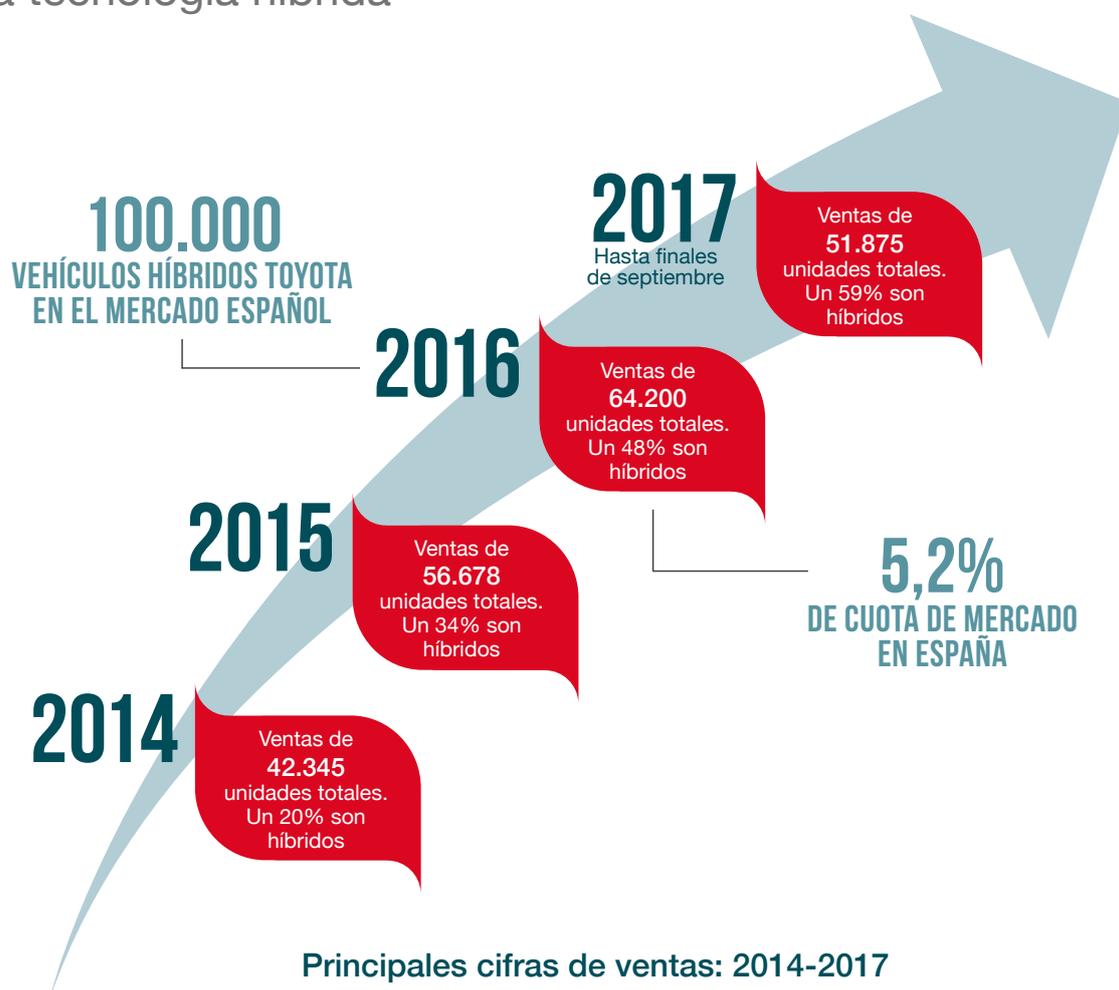
El Toyota Prius fue el primero de una amplia gama de modelos híbridos que han ido llegando en años sucesivos hasta colocar a Toyota como líder en esta tecnología en todo el mundo.

En noviembre de 2016, Toyota vendió el híbrido número 100.000 en el mercado español. En concreto, se alcanzaron los 77.000 híbridos de Toyota y 23.000 de Lexus desde el primer Toyota Prius vendido.

Toyota España cerró el ejercicio 2016 con 64.200 unidades vendidas, con una cuota de mercado del 5,2%. 58.500 unidades de Toyota y 5.700 unidades de Lexus (12,5% y 21,5% superior a las de 2015).

La compañía mantiene el compromiso de que en el año 2020 se ofrezca un modelo híbrido en todos los segmentos de mercado donde la marca está presente.

“La evolución de la marca muestra una clara trayectoria enfocada hacia la electrificación de la gama a través de la tecnología híbrida”





## 3 DESAFÍO MEDIOAMBIENTAL 2050

“Toyota contribuye al crecimiento sostenible y responsable de la sociedad, trabajando para conservar el medio ambiente”

“Cuidar y preservar nuestro planeta: una de las principales preocupaciones de Toyota”

Toyota España trabaja para minimizar los impactos negativos que producen los gases efecto invernadero (GEI) en la atmósfera, consecuencia de su actividad, y para impulsar los impactos positivos en el medio ambiente y establecer una sociedad en armonía con la naturaleza. Toyota vela por el cuidado del planeta sin renunciar a la experiencia de la conducción.

En 2015, Toyota presentó el Desafío Medioambiental 2050 en el que planteó seis ambiciosos objetivos que la compañía quiere alcanzar en un plazo de 35 años.





## Desafío 1: Cero emisiones de CO<sub>2</sub> en vehículos nuevos

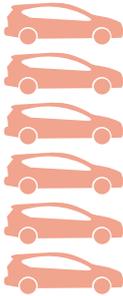
En este primer desafío, el reto es conseguir que en el año 2050 los nuevos modelos emitan un 90% menos de CO<sub>2</sub> que los que estaban a la venta en 2010. Para ello, Toyota investiga y desarrolla nuevas tecnologías más respetuosas con el medio ambiente.

Para alcanzar este objetivo, Toyota España se ha propuesto aumentar las ventas de vehículos con bajas emisiones, sensibilizando a la sociedad e ins-

tituciones sobre la importancia de utilizar este tipo de automóviles.

Además, desde Toyota se promueven los hábitos de conducción eficiente, para conseguir que los conductores se beneficien de las máximas prestaciones de los vehículos reduciendo aún más las emisiones de los mismos.

**100.000**  
**VEHÍCULOS**  
**HÍBRIDOS**  
**VENDIDOS**  
EN ESPAÑA  
HASTA NOVIEMBRE 2016



**277**  
**MILLONES**  
**DE LITROS DE**  
**COMBUSTIBLE**  
**AHORRADOS**



**744.000**  
**TONELADAS**  
**DE CO<sub>2</sub>**  
**NO EMITIDAS**



Entre las medidas llevadas a cabo por Toyota España para promover la movilidad sostenible cabe destacar la firma, en 2016, de un acuerdo de colaboración con la Asociación Española del Hidrógeno (AeH2) por el que ambas partes se comprometen a trabajar conjuntamente para desarrollar el sector, promover la implantación de los vehículos de pila de combustible en España e impulsar una sociedad basada en el hidrógeno.

### XXI Edición del Congreso Mundial del Hidrógeno en Zaragoza 2016

Fruto de la alianza con la Asociación Española del Hidrógeno, Toyota participó activamente en el XXI Congreso Mundial del Hidrógeno 'World Hydrogen Energy Conference' (WHEC), considerado actualmente el primer foro a nivel mundial sobre el uso del hidrógeno como vector energético y organizado por AeH2 en Zaragoza en el mes de junio de 2016.

La presencia de Toyota en este Congreso supuso una ocasión para resaltar el papel, cada vez más importante, que el hidrógeno desempeñará en las próximas décadas, en las que su desarrollo y penetración en el mercado crecerán de modo exponencial.

Fue también una buena oportunidad traer por primera vez el Toyota Mirai a España para que las distintas autoridades, prensa y participantes del congreso pudieran comprobar, de primera mano, cómo funcionan los vehículos de pila de combustible.



El Mirai es la primera berlina de pila de combustible producida en serie en el mundo, fruto de la labor de investigación y desarrollo de Toyota. Utiliza el hidrógeno como fuente de energía para generar la electricidad que alimenta el motor eléctrico encargado de accionar las ruedas, además de almacenarse la electricidad sobrante en una batería que se utiliza

para el funcionamiento de los sistemas auxiliares del coche. El único residuo que emite es agua. Entre las ventajas que esta tecnología aporta, frente a otras alternativas, está el hecho de que un repostaje de entre tres y cinco minutos de duración permite recorrer unos 550 km.



0 emisiones



solo agua

± 550 Km



de autonomía

3-5 min



repostaje

### Beneficios de la pila de combustible



#### 1. Cero Emisiones de CO<sub>2</sub>

El uso del hidrógeno como fuente de energía produce cero emisiones de CO<sub>2</sub>.



#### 2. Puede ser producido por una amplia diversidad de fuentes de energía primaria

Al contrario que los combustibles fósiles, no hay problema por agotamiento de recursos.



#### 3. Energía almacenada para producción y uso local

El hidrógeno almacenado se puede utilizar para proveer de energía en la medida en que se necesite.



#### 4. Seguridad de suministro

Se solucionan los problemas por fluctuación en el abastecimiento de energías renovables. La cantidad de energía renovable frecuentemente depende de las condiciones naturales. Al convertirla en hidrógeno, se puede almacenar fácilmente y proveer según la demanda.



### Desafío 2: Cero emisiones de CO<sub>2</sub> en el ciclo de vida

El reto de Toyota es reducir a cero las emisiones en todo el ciclo de vida de los vehículos, desde su fabricación y transporte al punto de venta, hasta el fin de su vida útil.

Toyota España desarrolla políticas medioambientales y despliega una serie de acciones con toda la cadena de suministros dirigidas a lograr este desafío.





### Desafío 3: Cero emisiones de CO<sub>2</sub> en las fábricas



El grupo Toyota aspira a reducir el impacto negativo que provoca sobre la naturaleza el proceso de fabricación y la conducción de vehículos. Un paso importante para lograrlo es reducir a cero las emisiones de CO<sub>2</sub> en las fábricas.

Toyota España contribuye a este desafío:

- Promoviendo iniciativas dirigidas a dar a conocer la fabricación de vehículos eco-friendly.
- Comprometiéndose a reducir las emisiones a través de la venta de vehículos que han sido producidos con el Sistema de Producción de Toyota (TPS), que cumple con los compromisos medioambientales relacionados con la reducción de la energía y la minimización del uso del agua.



### Desafío 4: Reducir al mínimo y optimizar el uso de agua

Toyota quiere lograr una gestión eficaz de aguas residuales y reducir al mínimo el consumo de agua, teniendo en cuenta las condiciones de cada país y región.

Para hacer posible esta meta, Toyota España centra sus esfuerzos en el trabajo conjunto con sus aliados y socios comerciales consiguiendo así:

- La implantación y certificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 en la red de centros oficiales Toyota.
- El establecimiento de condiciones de compras a socios y proveedores en las que se tenga en cuenta este objetivo ambiental.

#### Toyota y AUARA se unen para un uso responsable del agua

En enero de 2017, Toyota España lanza el Desafío del Agua en una campaña realizada junto con AUARA, una empresa 100% social, que destina todos sus beneficios a llevar agua potable a personas que no tienen acceso a ella.

El objetivo es sensibilizar a empleados, concesionarios, proveedores y clientes sobre la necesidad de hacer un consumo responsable del agua.





## Desafío 5: Construir una sociedad y sistemas basados en el reciclaje

El objetivo es promover el despliegue a escala mundial de tecnologías que favorezcan el reciclaje y el tratamiento de los vehículos que son desguazados.

Las acciones para lograrlo se basan en cuatro ámbitos clave:

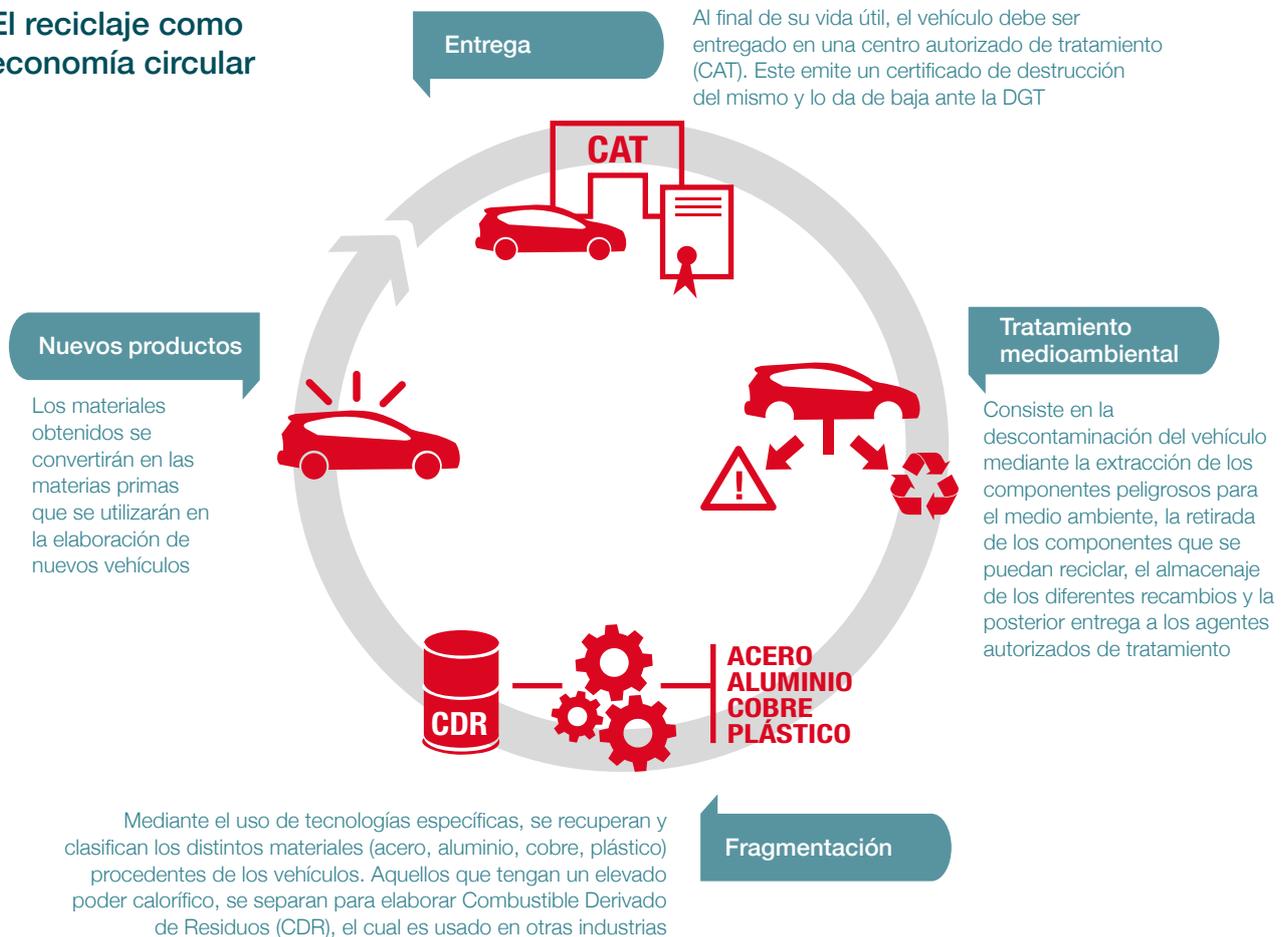
- La utilización de materiales eco-friendly.
- El aumento de la durabilidad de los componentes del automóvil.
- El desarrollo de tecnologías de reciclaje.
- La fabricación de nuevos vehículos a partir del reciclaje de los que llegan al fin de su vida útil.

Toyota España concreta este reto estableciendo unos objetivos y KPIs ambientales que tanto la empresa como la red de concesionarios deben cumplir.

De igual modo, en cumplimiento del Real Decreto 20/2017, sobre los vehículos al final de su vida útil, se han establecido acuerdos con la Asociación Española para el Tratamiento Medioambiental de los Vehículos Fuera de Uso (SIGRAUTO) con el fin de garantizar la adecuada destrucción y reciclaje de los materiales y componentes de los vehículos susceptibles de ello.



### El reciclaje como economía circular





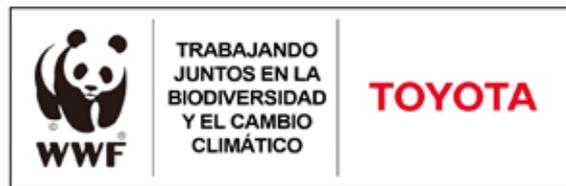
## Desafío 6: Construir una sociedad futura en armonía con la naturaleza

Para llevar a cabo este desafío, Toyota ha firmado acuerdos con distintas organizaciones dedicadas a la conservación de la naturaleza, y tiene previsto seguir haciendo aportaciones encaminadas a la consecución de una sociedad futura en armonía con la naturaleza, a través de diferentes formas de apoyo.



Hace más de 40 años, en 1973, Toyota puso en marcha “Green Month”, mes del medio ambiente, que se celebra cada año en junio. Esta iniciativa es un reflejo de la declaración del Día Mundial del Medio Ambiente de las Naciones Unidas. El objetivo del Green Month es dedicar un mes específico para la búsqueda de nuevas ideas y el desarrollo de iniciativas que ayuden a disminuir el impacto de las actividades Toyota sobre el medio ambiente.

En 2016, se realizaron varias sesiones de sensibilización medioambiental para los empleados. Además, se realizó una encuesta en la que los trabajadores de Toyota decidieron cómo se podía reutilizar la lona que decora la parte exterior de las oficinas centrales, en una acción que se desarrolla de forma más detallada en el Capítulo 9, página 50 del presente informe. Finalmente, se escogió transformarla en alfombrillas para el ratón, que se repartieron entre los propios trabajadores.



### Acuerdo con World Wildlife Fund (WWF)

Toyota España colabora desde 2008 con World Wildlife Fund (WWF) —Fondo Mundial para la Naturaleza—, la mayor entidad conservacionista independiente del mundo, cuyo objetivo es detener la degradación del medio ambiente y construir un futuro en que los seres humanos vivan en armonía con la naturaleza. La primera cooperación consistió en una campaña para la mejora forestal de la Sierra del Rincón, favoreciendo la repoblación de la vegetación autóctona de la zona.

Cada año, Toyota España se suma a la Hora del Planeta, que consiste en un apagón mundial contra el cambio climático, animando a sus empleados y clientes a unirse en las distintas plataformas sociales —Twitter, Facebook e Instagram—.

En 2016, se ha consolidado esta colaboración gracias a la firma del acuerdo de Toyota Motor Corporation (TMC) con WWF, para trabajar conjuntamente y durante cinco años en promover la conservación de la biodiversidad, ampliar la concienciación medioambiental y avanzar hacia una sociedad baja en carbono. Toyota se convierte así en la primera compañía de automoción, y la primera empresa japonesa, en firmar una alianza empresarial internacional con WWF.

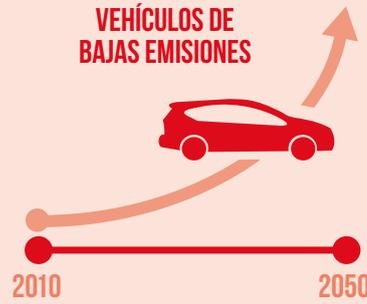
Por este motivo, Toyota España ha ampliado su cooperación con la cesión de un Toyota Hilux para las tareas de reforestación y acciones preventivas contra el fuego que realizan los empleados y colaboradores de esta ONG. Además, a finales de año 2016, se publicó el Calendario de Toyota 2017 en colaboración con WWF para contribuir a la sensibilización medioambiental.

# Desafío Mediambiental 2050

DESAFÍO 1



Cero emisiones de CO<sub>2</sub> en vehículos nuevos



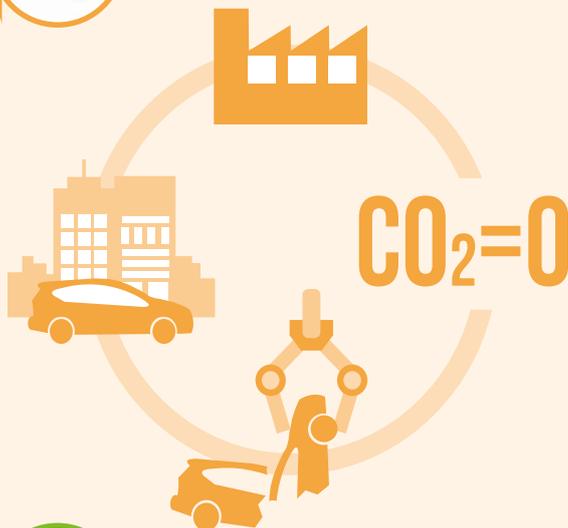
MOVILIDAD SOSTENIBLE



DESAFÍO 2



Cero emisiones de CO<sub>2</sub> en el ciclo de vida



MATERIALES



COMPONENTES

CO<sub>2</sub>=0

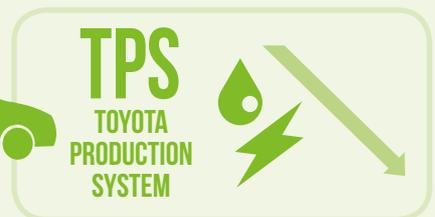
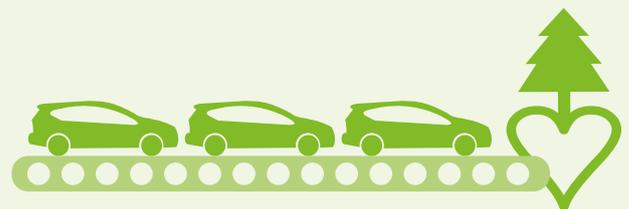
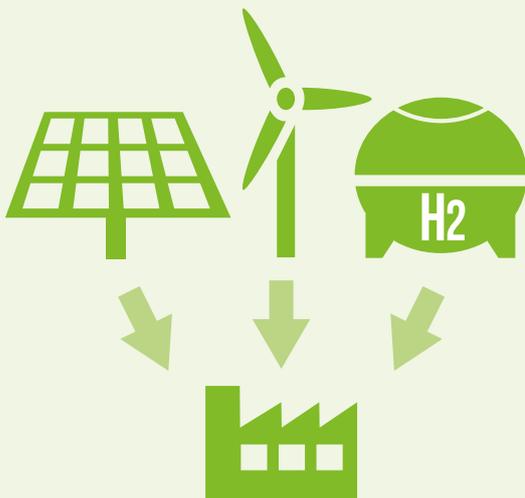


CADENA DE SUMINISTRO

DESAFÍO 3



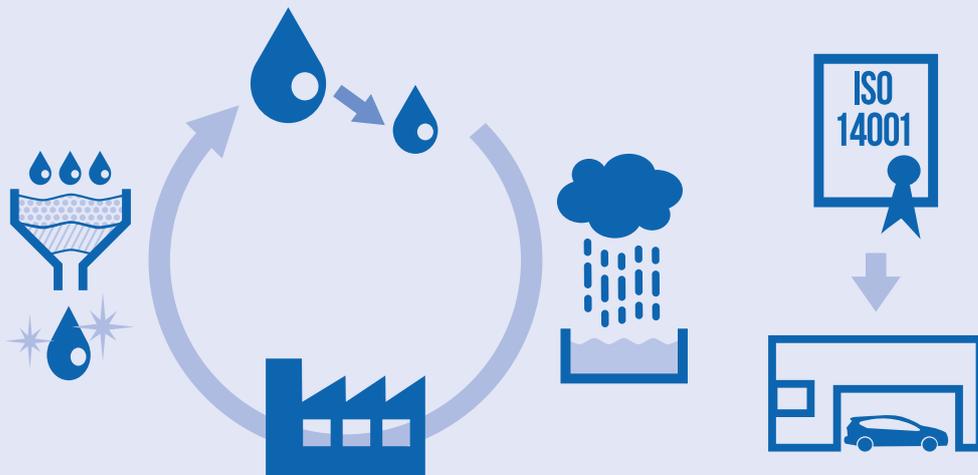
Cero emisiones de CO<sub>2</sub> en las fábricas



**DESAFÍO 4**



Reducir al mínimo y optimizar el uso de agua



**DESAFÍO 5**



Construir una sociedad y sistemas basados en el reciclaje



**DESAFÍO 6**



Construir una sociedad futura en armonía con la Naturaleza





# 4 VEHÍCULOS COMPROMETIDOS

## CON LA SEGURIDAD VIAL, LA CALIDAD Y EL MEDIO AMBIENTE

---

“Toyota apuesta firmemente por la Seguridad Vial trabajando para alcanzar una sociedad con cero víctimas por accidente”

### 4.1. Seguridad vial

Toyota investiga, desarrolla, diseña y fabrica vehículos que son objeto de rigurosos controles de calidad para ofrecer los niveles de confort y seguridad que demandan los clientes.

El trabajo realizado en las últimas dos décadas implica constantes innovaciones y exigentes pruebas internas que redundan en una mayor protección de los ocupantes y de los peatones.

Fruto de este esfuerzo, Toyota España ha desarrollado tecnologías para mejorar la seguridad de los vehículos, dirigidas tanto a prevenir al máximo los posibles accidentes como a mitigar el daño causado en caso de que estos inevitablemente se produzcan. Entre estas tecnologías destaca el sistema de seguridad Toyota Safety Sense/Lexus Safety System +.

En la actualidad, alrededor de un 90% de la gama comercializada por Toyota España ofrece el Toyota Safety Sense/Lexus Safety System +:



Toyota Yaris



Toyota Auris



Toyota C-HR



Toyota Prius



Toyota Prius+



Toyota Avensis



Toyota RAV4



Toyota PROACE VERSO



Lexus IS 300h



Lexus RX 450h



Lexus GS 300h



Lexus GS 450h



Lexus GS F



Lexus 600h



Lexus LC 500



Lexus LC 500h

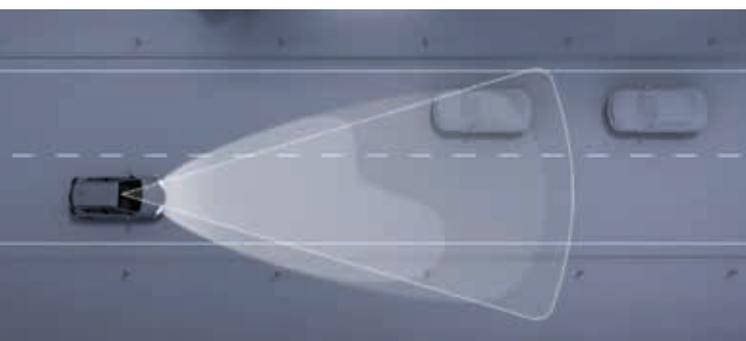
El Toyota Safety Sense/Lexus Safety System + está constituido principalmente por cinco dispositivos:

**Sistema de Seguridad Precolisión -Pre-Collision System (PCS)-**, que ayuda a detectar la presencia de un objeto o de un peatón en la calzada, tanto de día como de noche. El sistema avisa al conductor

para que frene. Si hay riesgo de colisión, el vehículo puede hacerlo por él, evitando el accidente o minimizando sus consecuencias.

**Avisador de Cambio Involuntario de Carril -Lane Departure Alert (LDA)-**, que utiliza una cámara para detectar las marcas blancas o amarillas del carril. Si el vehículo empieza a desviarse del carril, el sistema avisa al conductor con una alerta sonora y visual. En algunos casos, además, actúa sobre la dirección para corregir la trayectoria.

**Control Inteligente de Luces de Carretera -Automatic High Beam (AHB)-**, que emplea una cámara para detectar los faros delanteros de los vehículos que se acercan en sentido contrario y las luces de posición de los que circulan por delante, y cambia automáticamente entre luces largas y cortas para no deslumbrar a los demás conductores.



**Reconocimiento de Señales de Tráfico -Road Sign Assist (RSA)-**, que está pensado para lograr una conducción más segura y disminuir los riesgos de circular a una velocidad superior a la legal o adelantarse en zona prohibida, por ejemplo.

**Control Crucero Adaptativo -Adaptative Cruis Control (ACC)-**, que permite, de forma automática, establecer la distancia de seguridad con el vehículo precedente, manteniendo una velocidad constante y haciendo uso del acelerador o los frenos según se necesite.

Asimismo, con el objetivo de brindar la mayor seguridad a cada uno de los pasajeros, Toyota ha desarrollado una serie de sistemas adicionales que repercuten a favor de la seguridad como el Detector



de Ángulo Muerto (BSM) con Alerta de Tráfico Posterior (RCTA) o el Sistema de Asistencia Inteligente al Aparcamiento, destinados a evitar las colisiones así como minimizar el impacto de las mismas.

### Toyota Safety Sense/Lexus Safety System +

Modelo / Sistema	Sistema de seguridad Precolisión (PSC)	Alerta de cambio involuntario de carril (LDW)	Control de luces de carretera (AHB)	Reconocimiento de señales de tráfico (RSA)	Control crucero adaptativo (ACC)
Toyota AYGO	• (1)	• (1)	-	-	-
Toyota Yaris	•	•	•	• (1)	-
Toyota Auris	•	•	•	•	-
Toyota C-HR	•	•	•	•	•
Toyota Verso	•	•	•	n/d	-
Toyota Prius	•	•	•	•	•
Toyota Prius +	•	•	•	•	•
Toyota Avensis	•	•	•	•	-
Toyota RAV4	•	•	•	•	•
Toyota Land Cruiser	•	• (2)	• (2)	• (2)	• (2)
Toyota Hilux	•	•	n/d	• (1)	• (1)
Toyota PROACE	• (1)	•	-	•	-
Toyota PROACE VERSO	• (1)	• (1)	•	•	• (1)
Lexus CT200	•	-	-	-	• (1)
Lexus IS 300h	•	•	•	•	• (1)
Lexus NX300	• (1)	•	•	-	• (1)
Lexus RC300h	• (1)	-	• (1)	n/d	• (1)
Lexus RC F	• (1)	• (1)	• (1)	n/d	• (1)
Lexus RX 450h	•	•	• (1)	•	• (1)
Lexus GS 300h	•	•	•	•	• (1)
Lexus GS 450h	•	•	•	•	• (1)
Lexus GS F	•	•	•	•	• (1)
Lexus LS 600h	• (1)	• (1)	•	•	• (1)
Lexus LS 600h L	•	•	•	•	• (1)
Lexus LC 500	•	•	•	•	• (1)
Lexus LC 500h	•	•	•	•	• (1)

(1) Disponible para algunas versiones

(2) Disponible en el modelo 2018

Además, los modelos Toyota Prius y Toyota C-HR se producen bajo la Nueva Arquitectura Global (TNGA), que mejora la calidad y los niveles de seguridad gracias a refuerzos estratégicos y el uso de acero de alta resistencia para absorber las fuerzas del impacto.

Del mismo modo, Toyota ha desarrollado el Concepto "Mobility Teammate" basándose en que la interacción de las personas con los coches debería comportarse como lo hacen dos amigos que comparten un objetivo común y se apoyan uno al otro. Este concepto engloba dos tecnologías de conducción automatizada "Automated Driving Tech": Urban Teammate y Highway Teammate.

Destacamos esta última porque permitirá la conducción automatizada en las autopistas y su tecnología está integrada, de tal modo que evalúa todas las variables del tráfico para tomar decisiones y conducir de manera segura. Este lanzamiento está previsto para el año 2020.

Desde Toyota se impulsa también la Iniciativa "Integrated Three Part", que promueve mejoras en las tres partes involucradas en la conducción: personas, vehículos y tráfico.



Estas innovaciones de carácter tecnológico que Toyota integra en sus vehículos ofrecen, tanto a conductores como a terceros, una mayor seguridad y tranquilidad en sus desplazamientos.



Una manifestación de estos esfuerzos son las excelentes calificaciones de Toyota Prius y Hilux en las pruebas Euro NCAP de 2016 y las de Toyota C-HR en 2017. De hecho, la última generación de Prius logró la máxima calificación (5 estrellas), con una nota global del 92%, la mejor de los nueve modelos

de su categoría –vehículos familiares grandes– testados en 2016. También el nuevo C-HR alcanzó la máxima puntuación (cinco estrellas) con un 95% en la protección global de los ocupantes adultos del vehículo.

## Resultados de Toyota y Lexus en Euro NCAP

Modelo	Calificación general	Adulto	Niño	Peatón	Asistencia de seguridad
Toyota AYGO	5 estrellas	80%	80%	62%	56%
Toyota Yaris	5 estrellas	89%	81%	60%	86%
Toyota Auris	5 estrellas	92%	84%	68%	66%
Toyota CH-R	5 estrellas	95%	77%	76%	78%
Toyota Verso	5 estrellas	89%	75%	69%	86%
Toyota Prius	5 estrellas	92%	82%	77%	85%
Toyota Avensis	5 estrellas	93%	85%	78%	81%
Toyota RAV4	5 estrellas	89%	82%	66%	66%
Toyota Hilux	5 estrellas	93%	82%	83%	63%
Toyota Proace	5 estrellas	87%	91%	64%	78%
Toyota Corolla	5 estrellas	94%	82%	67%	66%
Lexus RX	5 estrellas	91%	82%	79%	77%
Lexus NX	5 estrellas	82%	82%	69%	71%
Lexus IS	5 estrellas	91%	85%	80%	66%
Lexus 200h	5 estrellas	94%	84%	55%	86%

El departamento de homologación de vehículos de Toyota vela por la seguridad, la calidad y asegura su adecuación a la legislación sectorial, a nivel nacional e internacional.

### Proyecto REVIVE

En noviembre, Toyota Europa junto a sus filiales europeas lanzaron el Proyecto REVIVE, impulsado por la ONG European Transport Safety Council (ETSC).

“Toyota se compromete con la sociedad a ofrecer vehículos sostenibles que mejoren la calidad de vida de las personas”

Se trata de un programa a tres años que, partiendo de la investigación de las mejores prácticas de los servicios de emergencias, tiene como objetivo minimizar los tiempos de respuesta en los accidentes de tráfico y mejorar los cuidados que se les prestan a las víctimas de las colisiones.

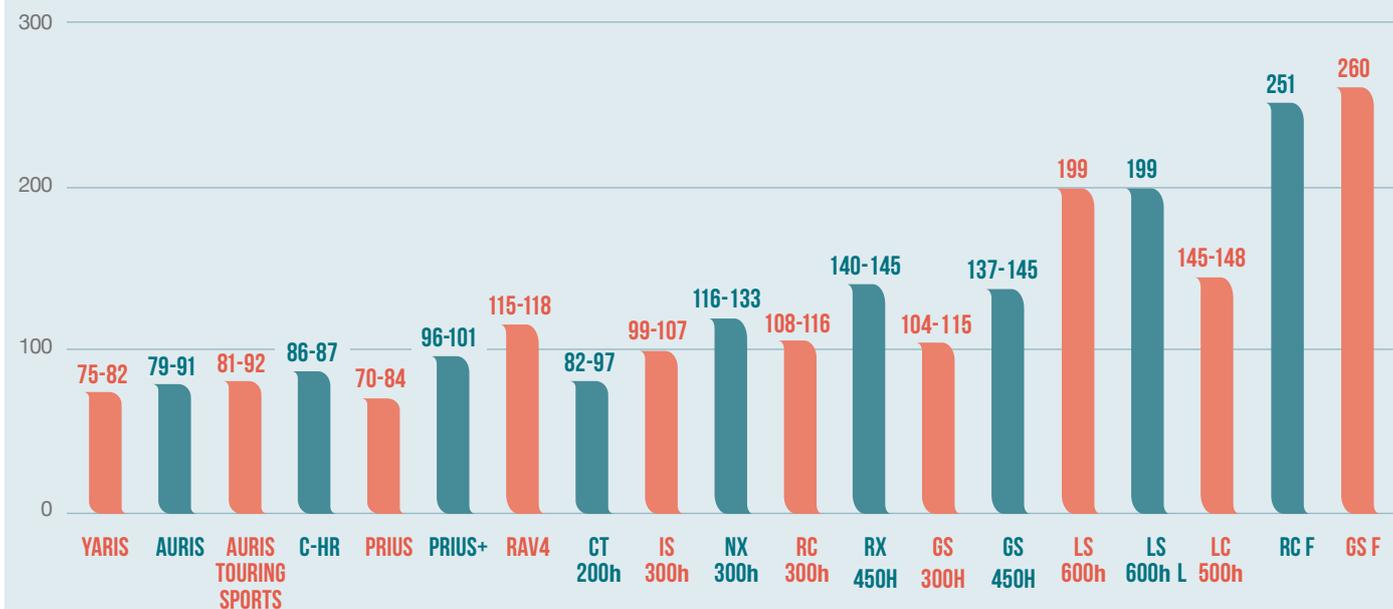
## 4.2. Medio ambiente

Toyota se encuentra entre las primeras marcas con menos emisiones de CO<sub>2</sub>, lo que contribuye a minimizar el efecto sobre el calentamiento global.

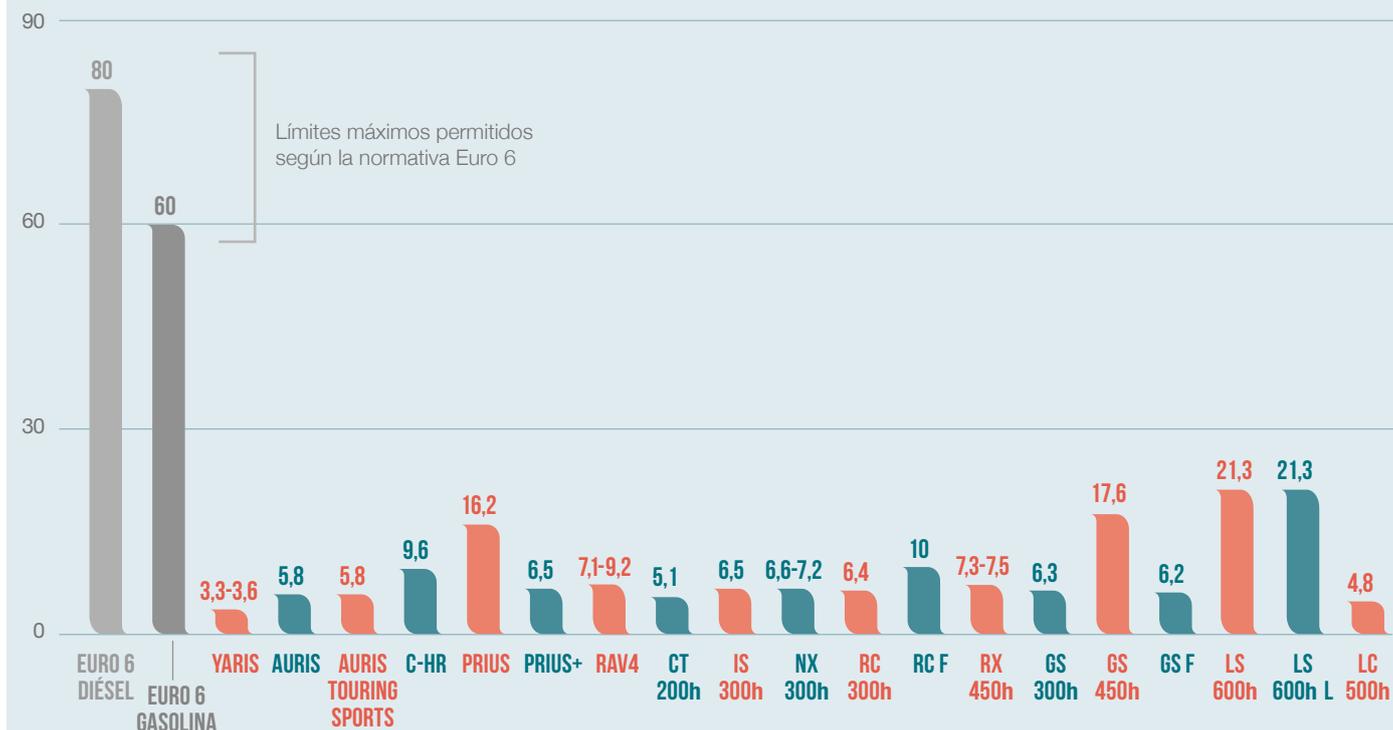
Asimismo, gracias a la tecnología híbrida, destaca por sus reducidos niveles de NO<sub>x</sub>, lo que incide positivamente en la salud de las personas debido a que mejora de la calidad del aire.



## Vehículos híbridos: emisiones de CO<sub>2</sub> (g/km)



## Vehículos híbridos: emisiones de NO<sub>x</sub> (mg/km)



La normativa europea exige unas emisiones de NO<sub>x</sub> distintas para los vehículos diésel (80 mg/km) y para los vehículos de gasolina (60 mg/km). Toyota, ya en 2004 con el lanzamiento de la segunda generación de Prius, alcanzó unos valores de 10 mg/km, muy inferiores a las emisiones máximas permitidas.



Ser respetuoso con el medio ambiente tiene también beneficios económicos. Desde abril de 2016, los vehículos híbridos de Toyota cuentan con la etiqueta ECO, según la clasificación medioambiental de la Dirección General de Tráfico (DGT), para cuya realización se ha tenido en cuenta el potencial contaminante de cada una de las tecnologías.

Al tratarse de una herramienta neutral para clasificar a los diferentes vehículos, numerosas instituciones, entre las que se encuentran los ayuntamientos, los gobiernos autonómicos y el gobierno central, la han utilizado para otorgar distintos beneficios fiscales para las categorías más respetuosas con el medio ambiente, es decir, las etiquetas Cero y ECO.

Gracias a esto, todos los modelos híbridos de Toyota y Lexus desde la segunda generación del Toyota Prius pueden disfrutar de algunas ventajas como: bonificaciones en el impuesto de circulación (IVTM), permiso de circular cuando están aplicadas las restricciones de tráfico por episodios de alta contami-

nación, posibilidad de utilización de los carriles VAO o bonificaciones en las zonas de estacionamiento regulado, entre otros. La regulación de estas ventajas se lleva a cabo de forma local, autonómica y nacional.

Del total del parque circulante español que cuenta con la etiqueta Cero emisiones y ECO de la DGT, el 84% son vehículos Toyota y Lexus.



En muchas ciudades donde se aplique un protocolo de alta contaminación, en función de los niveles de dióxido de nitrógeno alcanzados, los híbridos de Toyota y Lexus están exentos de las restricciones de circulación que se establezcan gracias a la etiqueta ECO



## Funcionamiento de los híbridos en condiciones de conducción real

En 2016, la Universidad de Roma Guglielmo Marconi realizó una prueba real de conducción con la cuarta generación del Toyota Prius para conocer su funcionamiento real, con el objetivo de estudiar su

comportamiento energético, verificar la distribución de energía total entre el motor eléctrico y el motor de combustión interna y así poder determinar durante cuánto tiempo y distancia se comporta como un vehículo eléctrico (EV) y como un vehículo sin emisiones (ZEV), que incluye también el movimiento por inercia y las paradas del mismo.

### ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DE ROMA GUGLIELMO MARCONI

 **20**  
CONDUCTORES

 **3** RECORRIDOS DIFERENTES

- Urbanos / Periurbanos
- Tráfico Denso / Fluido

**10**  **10** 

- Diferentes edades
- Con y sin experiencia en vehículos híbridos



TOYOTA PRIUS HYBRID

 **95h**  
DE CONDUCCIÓN

**A** **2.200** km  
RECORRIDOS

 **306** MILLONES DE DATOS RECOGIDOS

**51** PARÁMETROS CONTROLADOS CONSTANTEMENTE

### RESULTADO

**73,2%** del tiempo | **62,5%** de la distancia



funciona como vehículo

**SIN EMISIONES (ZEV)**

( **79,4%** y **76,3%** en urbano )

**58,3%** del tiempo | **46,4%** de la distancia



funciona como vehículo

**ELÉCTRICO (EV)**

( **67,1%** y **62,9%** en urbano )



“La calidad es el resultado de la colaboración entre todos los departamentos de la empresa para lograr la satisfacción de los clientes”

### 4.3. Un esfuerzo reconocido

Toyota España garantiza la calidad de los productos y servicios que ofrece y del trabajo llevado a cabo por cada uno de sus empleados como uno de los valores clave que fundamentan la compañía y constituyen la base de la confianza de los clientes.

La evaluación y mejora continua del sistema de producción de Toyota permite garantizar la máxima calidad en la oferta de la compañía.

Toyota y Lexus han sido reconocidos por la Organización de Consumidores y Usuarios de España (OCU), como dos de las tres marcas de automóviles más fiables del mercado en lo que respecta a las averías más habituales de los coches -fallos de electricidad, del sistema de frenos, fallos en el motor, en la dirección, en la suspensión, en los neumáticos- y su incidencia en el nivel de seguridad del vehículo. La OCU ha recibido más de 70.000 valoraciones de conductores que han evaluado su fiabilidad.

A nivel europeo, según el informe TÜV 2016, Toyota también es la marca más fiable en Alemania, donde 14 modelos Toyota se sitúan entre los 10 primeros de las diferentes categorías. Destaca el Toyota Prius como uno de los modelos más fiables, colocándose segundo en las categorías de seis a siete años y de ocho a nueve años de antigüedad. Para elaborar

este informe se evaluaron nueve millores de inspecciones técnicas y 233 modelos de vehículos.

También a nivel internacional, el estudio de J.D. Power de 2016 posiciona a Toyota en el primer puesto del ranking 2016 del Índice de Satisfacción del Cliente y del estudio de la fiabilidad de vehículos con Auris en el segmento C.

En este estudio, J.D. Power evalúa, por una parte, la fiabilidad, el atractivo y los costes de mantenimiento del coche y, por otra, el servicio al cliente en el que se valora la satisfacción de los distribuidores y talleres.

En marzo de 2017, la revista americana Consumer Reports eligió a Prius como uno de los ganadores de las diferentes categorías, diez en total, en los ‘Best Cars of the Year 2017’ por tratarse de un modelo fiable, seguro y satisfactorio para sus propietarios.

En las exigentes pruebas y en las encuestas realizadas entre los propietarios de cada uno de ellos, el nuevo Toyota Prius destacó con la máxima valoración en ambos apartados —por encima del 80%—. En las pruebas realizadas por esta publicación estadounidense, el nuevo Prius recorrió 22,1 kilómetros de media por cada litro de combustible.





# 5 RELACIONES CON EL ENTORNO

## 5.1. Gobierno Corporativo

Toyota España es una sociedad limitada unipersonal con un único accionista, Toyota Europa.

El Comité Ejecutivo es el órgano de decisión de la compañía en España, reportando su actividad a

Europa, y es el responsable de llevar a cabo las políticas y estrategias de la compañía, incluyendo las de sostenibilidad y medio ambiente. El Comité Ejecutivo de Toyota España a 31 de marzo de 2017 estaba integrado por los siguientes miembros:

Agustín Martín  
President & CEO

Francisco  
Lanillos

Sales  
Director

Fernando  
de Miguel

Marketing  
Director

Isabel  
Járrega

After Sales  
Director

Francisco  
Berrocal

Consumer  
Excellence  
Director

Berta  
Domínguez

People  
Development  
General  
Manager

Enrique  
Centeno

PR &  
Corporate  
Affairs  
General  
Manager

Pablo  
Ramos

Finance  
& IT  
Director

Leonardo  
Carluccio

Lexus  
Director

Para gestionar la correcta supervisión y auditoría del gobierno corporativo, Toyota España se somete a las auditorías SOX (exigida por la norma Sarbanes-Oxley Act of 2002), que tiene por objeto fomentar la transparencia financiera de las entidades que cotizan en la bolsa estadounidense. Esta norma exige un alto nivel de transparencia, fiabilidad y exactitud de los datos económicos, lo que disuade de la comisión de ilícitos financieros.

Estas auditorías no solo tienen incidencia en el ámbito financiero, sino que fortalecen el control de riesgos en las distintas áreas de la empresa: laboral, comunicación, gestión, control de actividades, etc.

Toyota España ha realizado esfuerzos para integrar el desarrollo y el crecimiento sostenibles como valor fundamental en la gestión.

El departamento de PR & Corporate Affairs es el responsable de establecer la política de RSC de Toyota España así como la estrategia anual, en consenso y colaboración con el resto de áreas de la compañía. Para ello desarrollan planes de acción que integran la política de RSC de forma transversal en la estrategia de la organización y en la toma de decisiones.

### En 2016, el objetivo estratégico ha estado marcado por:



#### EL DESAFÍO MEDIOAMBIENTAL

Definiendo una serie de planes, objetivos y acciones entre los que destacan los realizados para dar a conocer el funcionamiento de los vehículos de pila de combustible.



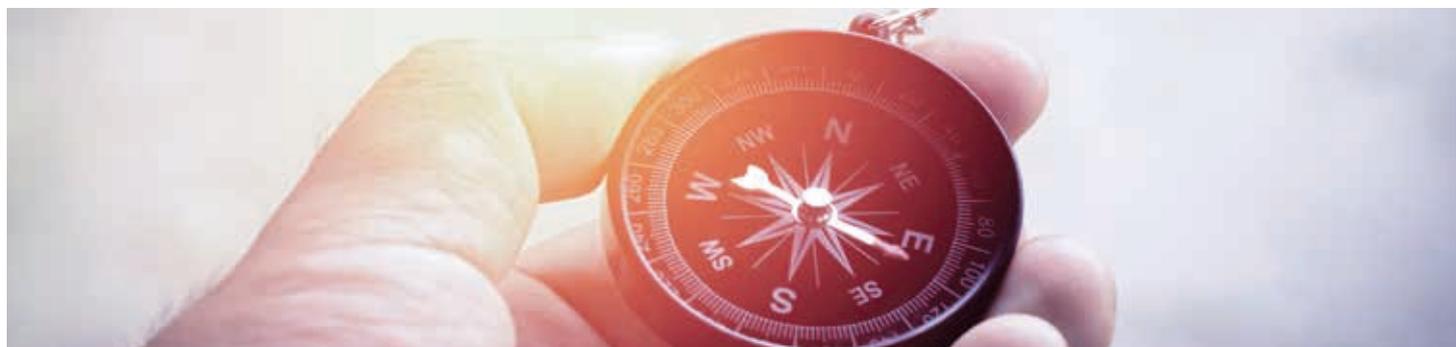
#### LA SEGURIDAD VIAL

Guiados por el objetivo “cero víctimas por accidente de tráfico”, se han desarrollado campañas de educación y concienciación para sensibilizar a la gente de la importancia de conducir de una forma segura y prudente.



#### UNA SOCIEDAD MÁS PRÓSPERA

Contribuyendo en beneficio de la sociedad a través de una serie de acciones indicadas a lo largo de la memoria.



## 5.2. Gestión de riesgos financieros y no financieros. Compliance

Toyota está comprometida con el cumplimiento normativo y cuenta con el Código de Conducta y diferentes políticas para conseguirlo: compras, anti soborno, protección de datos, competencia, redes sociales, propiedad intelectual e industrial y políticas de confidencialidad.

Los canales para denunciar las infracciones del Código de Conducta son dos, uno externo y otro interno. El Compliance Officer es quien recibe estas denuncias, presta apoyo y aconseja a la empresa sobre el cumplimiento normativo y manejo del Código de Conducta, todo ello para realizar las modifica-

ciones o ajustes necesarios, gestionar infracciones especialmente graves del Código o reportar informes a la matriz.

Para asegurar la efectividad de estas políticas, se realizan formaciones sobre las mismas que garantizan su cumplimiento por parte de los empleados y colaboradores de Toyota.

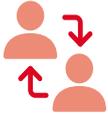
En 2015, con ocasión de la entrada en vigor de la reforma del Código Penal, se realizó una revisión del sistema de prevención de delitos adaptándolo a la normativa y, a principios de 2017, se ha actualizado nuevamente.

De este sistema de prevención de delitos se desprende una política de **Tolerancia Cero** hacia este tipo de conductas, con unas instrucciones muy claras sobre el comportamiento esperado, así como sobre las consecuencias de su falta de adopción.

La política de Tolerancia Cero se aplica a todos los empleados de la empresa, así como a sus socios en las relaciones comerciales con el fin de:



Mantener relaciones sanas y transparentes con las autoridades públicas, empleados y socios comerciales.



Ofrecer igualdad de oportunidades a todos los candidatos, a quienes evalúa en base a unos criterios objetivos.



Realizar operaciones comerciales con integridad.



Usar de forma responsable la información privilegiada y confidencial.

Toyota cuenta con un comité de riesgos, el **ICRM Committee**, integrado por la dirección y algunos empleados de la compañía y encargado de gestionar todos los posibles riesgos de la empresa, tanto financieros como no financieros -legales, corporativos, reputacionales, ambientales-.

### Protección y privacidad de los datos

Los empleados disponen del Código de Conducta, de la política de confidencialidad y de la política de protección de datos y de redes sociales. Todos los datos son tratados conforme a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal así como en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo

de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal y bajo las instrucciones emitidas por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

Para garantizar el cumplimiento de estas políticas, desde Toyota se imparten formaciones sobre la materia a sus empleados y colaboradores. Igualmente, se realizan auditorías internas y externas de protección de datos, que tienen por objeto supervisar la correcta implantación de las políticas en las páginas web de la marca, en los contratos que se firman con los clientes, en la publicidad y promociones enviadas por la marca, etc., de forma que se proporcione a los clientes la máxima información y transparencia en la relación.

### Derechos de la propiedad industrial e intelectual

Toyota protege la propiedad intelectual e industrial de la compañía contra todo tipo de infracciones. Ello incluye todos los derechos de propiedad intelectual e industrial y otros activos inmateriales creados o desarrollados directa o indirectamente, a través del trabajo en la compañía, así como los adquiridos por la misma.

Igualmente, el Código de Conducta de Toyota prohíbe infringir los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceros y utilizar esos activos (tales como patentes, copyright, modelos de utilidad, diseños y marcas comerciales) ilegalmente, así como realizar copias ilegales de software o publicaciones. El uso de la propiedad intelectual e industrial de terceros únicamente está permitido en caso de que medien los oportunos acuerdos de cesión.

Toyota protege estos derechos a través del correspondiente registro de sus marcas, patentes y demás derechos de propiedad intelectual e industrial. Además, los empleados de Toyota disponen de la política de propiedad intelectual e industrial, que desarrolla los principios anunciados al respecto, y de una política de confidencialidad.



## 5.3. Dialogo con stakeholders

Una de las prioridades de Toyota España es establecer un dialogo cercano y positivo con los diferentes grupos de interés -empleados, clientes, socios co-

merciales, proveedores, comunidades locales y autoridades- mediante los adecuados canales de comunicación que garanticen un diálogo permanente.

GRUPO	CANAL DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO
<p><b>EMPLEADOS</b></p> <p>Comunicaciones bilaterales que fortalezcan el trabajo en equipo y fomentar así un sentido de la unidad fundado sobre la confianza y la responsabilidad mutuas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal del Empleado</li> <li>• Buzón de sugerencias</li> <li>• Mailings</li> <li>• Encuestas de satisfacción</li> <li>• Focus Group</li> </ul>
<p><b>CLIENTES</b></p> <p>Basado en nuestra filosofía “El Cliente es lo primero” incorporamos las opiniones y comentarios de nuestros clientes con el propósito de mejorar nuestros productos y servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página Web</li> <li>• Centro de Atención</li> <li>• Mi Toyota</li> <li>• Revista Vive Toyota 360°</li> <li>• Redes Sociales:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Twitter</li> <li>Instagram</li> <li>Youtube</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>PROVEEDORES</b></p> <p>Una relación transparente que preserve la calidad y la excelencia de los productos Toyota</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferencias</li> <li>• Seminarios</li> </ul>
<p><b>CONCESIONARIOS</b></p> <p>Estrecha comunicación para lograr una relación basada en la confianza</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de capacitación de venta y posventa</li> <li>• Convenciones</li> </ul>
<p><b>SOCIEDAD</b></p> <p>Diálogo con los distintos stakeholders para afrontar juntos los desafíos sociales y medioambientales</p> <p><b>ASOCIACIONES</b></p> <p><b>ENTIDADES GUBERNAMENTALES</b></p> <p><b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web</li> <li>• Social media</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Alianzas con ONG's, fundaciones y asociaciones</li> <li>• Actividades dirigidas a grupos en riesgo de exclusión</li> <li>• Congresos, foros y encuentros</li> <li>• Toyota Technical Education Program (T-TEP)</li> <li>• Diálogo con representantes de Asociaciones y grupos sociales</li> </ul>



## 6 GESTIÓN DE LAS PERSONAS

---

“Son las personas las que han llevado a Toyota España donde está hoy y las que, año tras año, hacen crecer a la compañía”

Las personas son el factor determinante para la compañía. “Si queremos que Toyota sea el nº1 en el corazón del cliente, primero tiene que ser el nº1 en el corazón de los empleados”<sup>1</sup>.

Para ello, la compañía pone a sus profesionales en el centro, creando un entorno de trabajo armonioso y dinámico en el que se respeta el talento de cada uno, se premia el trabajo en equipo y se recompensa la mejora continua de cada empleado.

Se asegura una comunicación transparente con los trabajadores a través del “portal del empleado”, en el que están publicadas las políticas de Toyota. Además, existe un buzón de sugerencias para aportar opiniones de manera anónima y una comunicación a través de mailings sobre las comunicaciones concretas.

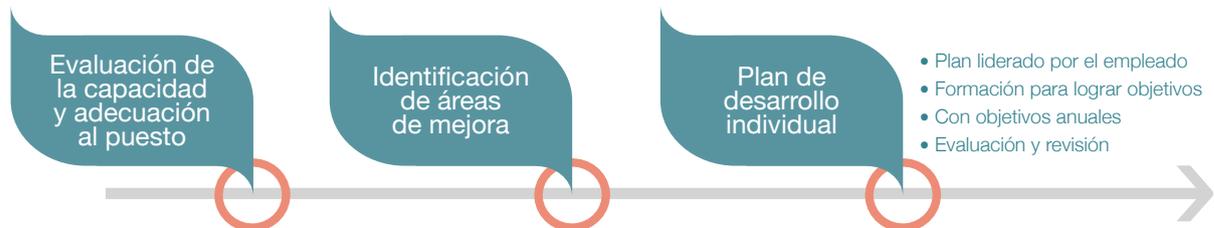
Toyota realiza cada dos años una encuesta para medir el sentir de los empleados sobre la compañía y los resultados de 2016 indican un grado de compromiso global del 93%, que implica una alta identificación con la compañía, con los objetivos de la organización y con los objetivos individuales.

1. Palabras del Presidente de Toyota Motor Corporation, Akio Toyoda

## ¿Cómo trabaja Toyota con sus empleados para alcanzar tanto la realización profesional como personal?

**a) Poniendo al empleado en el centro de todos los procesos de Recursos Humanos, personalizando su desarrollo para alcanzar el mejor desempeño de cada uno**

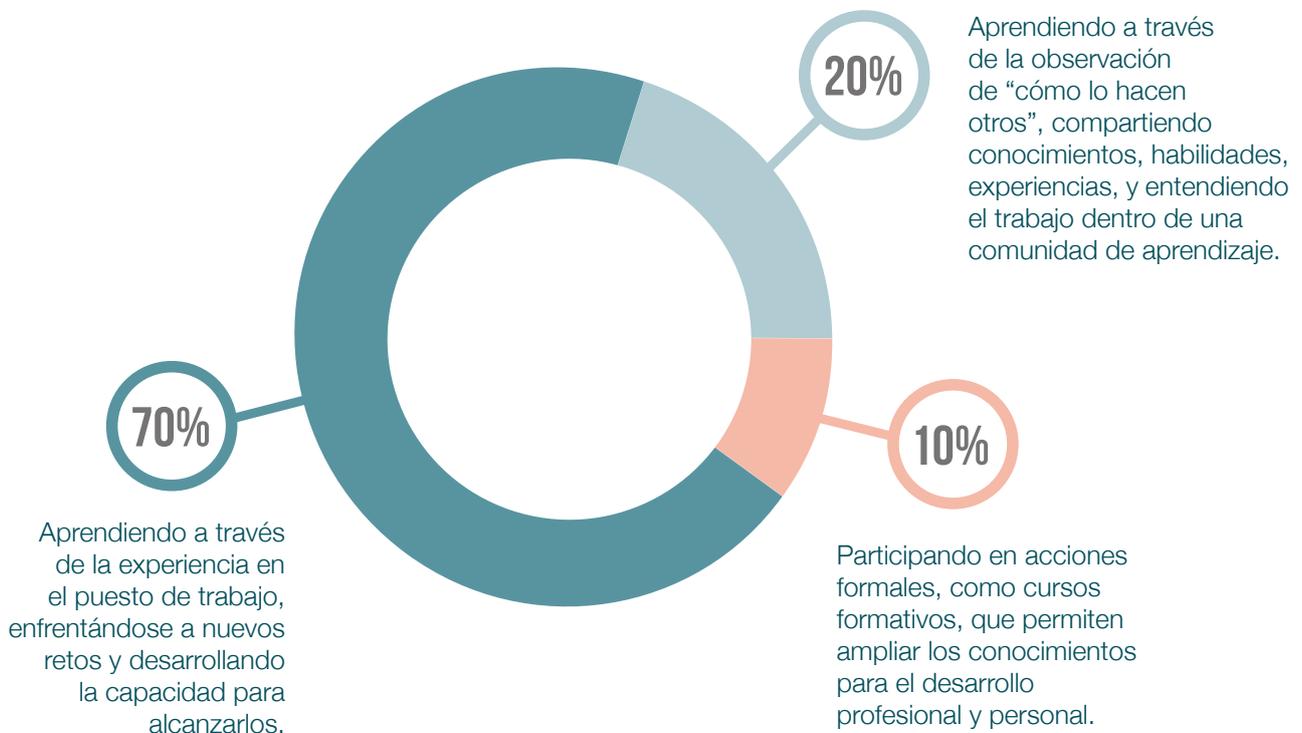
En Toyota cada empleado tiene un Plan de Desarrollo Individual que se establece a partir de la evaluación de su capacidad y de los objetivos fijados para cada uno.



El Plan de Desarrollo de Toyota responde a las necesidades de capacitación de cada empleado necesarias para el cumplimiento de los objetivos.

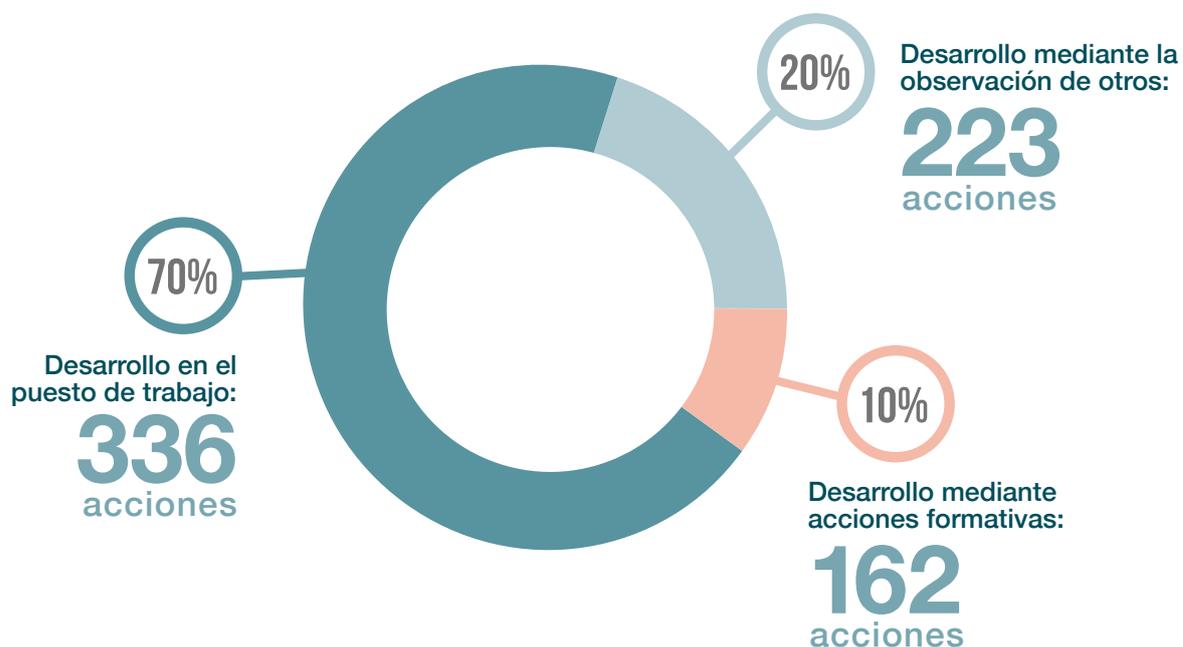
En Toyota se trabaja el desarrollo profesional utilizando el modelo de aprendizaje 70-20-10, a través del cual las personas crecen y se desarrollan de tres formas y en porcentajes diferentes:

### MODELO DE APRENDIZAJE 70-20-10

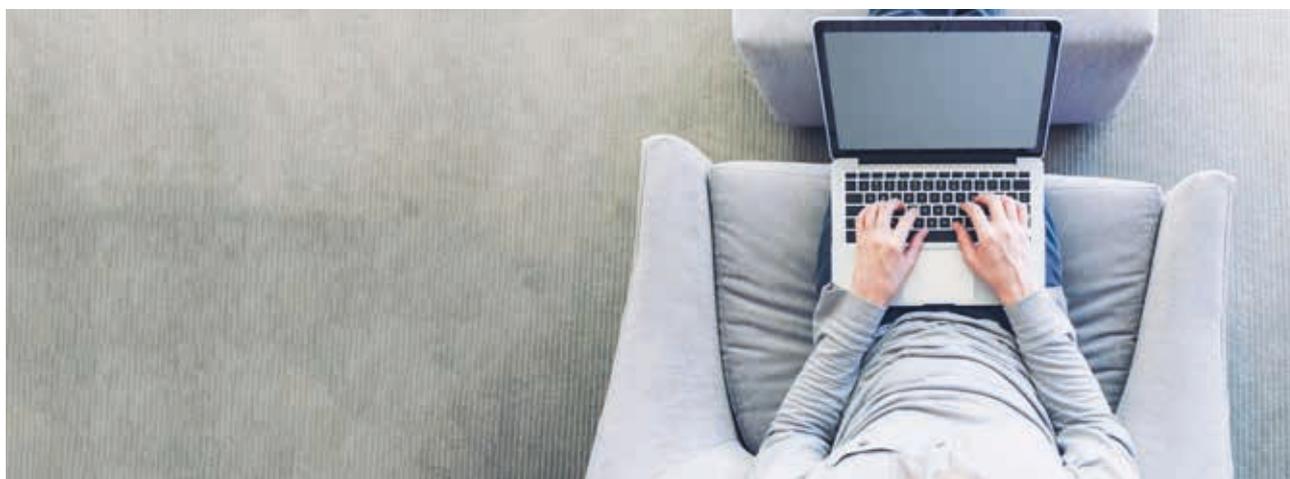


Toyota apuesta por este modelo, impulsando el desarrollo/autodesarrollo de las personas en base a las necesidades individuales de cada una, potenciando su mejor desempeño.

En base a la Evaluación de Capacidad del año 2016, se ha definido un plan de desarrollo en Toyota España, a través del modelo mencionado, con un total de 721 acciones:



Toyota pone foco en el desarrollo de las personas y lo hace impulsando el cumplimiento de cada una de estas acciones, como parte de los objetivos anuales de cada persona.



## **b) Ofreciendo beneficios que permitan aumentar la calidad de vida y bienestar de los empleados**

Fruto del dialogo que la compañía mantiene con los empleados a través de sus canales abiertos (encuestas de satisfacción, focus group y buzón del empleado), ha identificado algunos beneficios sociales que son valorados por los empleados y por ello han sido implantados por la empresa.

### **1. Mayor conciliación y flexibilidad**

a. Flexibilidad horaria de entrada y salida, con horarios especiales para padres.

b. Obtención de días de vacaciones no retribuidos.

c. Lanzamiento de una política de teletrabajo: el empleado voluntariamente puede optar por esta opción un máximo de cuatro días al mes, siempre manteniendo los principios y valores de Toyota, la eficacia operativa y la orientación a objetivos.

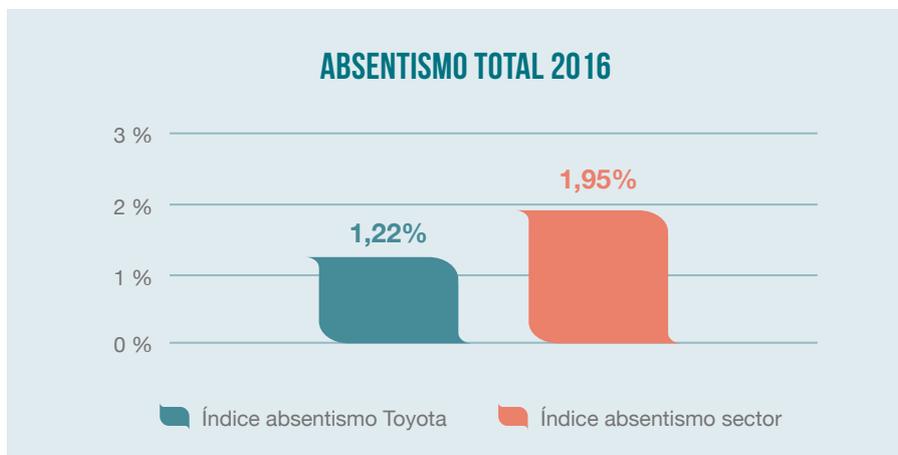
d. Servicio "Más Vida Red". Ofrece más de 120 servicios innovadores para resolver necesidades personales y familiares.

## 2. Organización y eficiencia organizativa

Una conciliación adecuada a los valores de Toyota exige eficiencia organizativa. Para lograrla, se ha implantado:

- Una política de reuniones, con unos límites horarios para la convocatoria y finalización de las mismas.
- Un plan para crear espacios inspiradores y creativos que ayuden a las personas a trabajar más concentrados.

Este cuidado a los empleados se manifiesta en unos índices de absentismo total -que incluye accidente de trabajo, enfermedad profesional y contingencias comunes- por debajo del índice del sector:



### c) Trabajando políticas que aseguren la no-discriminación, ofreciendo Igualdad de oportunidades a todas las personas, independientemente de su condición

La gestión de la compañía está basada en el respeto a las personas, sin discriminación de ningún tipo por raza, religión, edad, sexo, etc.

La plantilla de Toyota España está formada por 143 personas. El 36% de la plantilla son mujeres y el 64% hombres. Los puestos de alta dirección los ocupan en un 25% mujeres y en un 75% hombres.

## 3. Plan Wellness

La empresa cuida la salud física y psicológica de sus trabajadores a través de:

- Talleres e información sobre salud.
- Servicio nutricionista para lograr una dieta saludable.
- Servicio especial de salud en Sanitas.
- Equipos Toyota de Fútbol 7 y Toyota Pádel.

En Toyota se está trabajando en la implantación de acciones y políticas que permitan la igualdad de género, ofreciendo oportunidades de desarrollo a todos los empleados por igual.





## 7 CLIENTES EN EL CENTRO

---

“Toyota se basa en la cultura Customer First, que procede del principio rector *Okyaku-Sama Ichiban*: el cliente es lo primero”

Según el principio “Okyaku-Sama Ichiban”, Toyota trabaja con el fin de lograr la máxima satisfacción de los clientes.

Toyota gestiona individualmente y de modo personalizado todas las preguntas y reclamaciones de los clientes para conocer cada vez mejor sus necesidades a través de los canales de diálogo establecidos como el teléfono, correo electrónico, correo tradicional, web y redes sociales.

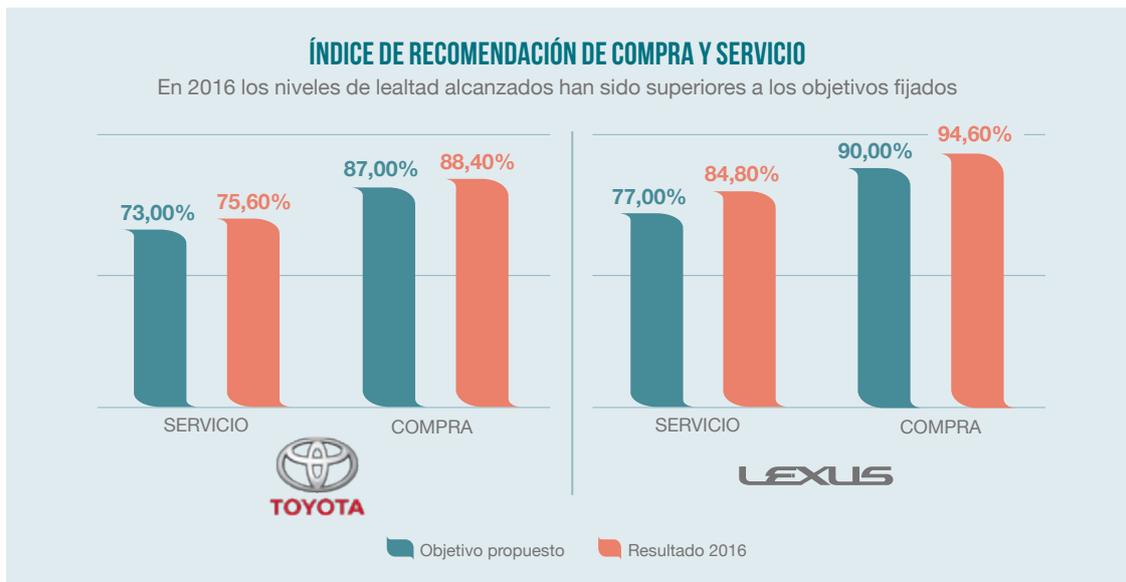
En todos los casos, se responde al cliente con la mayor prontitud y se le resuelve el problema.

La compañía realiza muestreos a clientes en los que se les pide valorar el servicio recibido. A través de encuestas, evalúa el interés prestado, el tiempo en

el que se les ha atendido y su grado de satisfacción con la resolución final a su reclamación.

Anualmente, se realiza una encuesta que analiza el índice de recomendación (IR). Este indica el grado de lealtad y satisfacción de los clientes hacia la empresa. En 2016, los niveles de lealtad alcanzados tanto en Toyota como en Lexus han sido superiores a los objetivos fijados.

En 2015, Toyota España creó el departamento de Consumer Excellence con el objetivo de liderar la transformación digital de Toyota España y apostar aún más por la excelencia en la experiencia del cliente.



## 7.1. Experiencia del cliente

Para incentivar un servicio al cliente cada día más excelente, la compañía convoca cada año, a nivel europeo, los ‘European Customer Recommendation Award’, premios a la recomendación de los clientes.

Tres concesionarios españoles –Toyota Ciudad Real, Comauto Sur y Marescar Motor- recibieron en 2016 el galardón Ichiban, junto con otros 43 concesionarios europeos.

Toyota Europa premia así a aquellos concesionarios que, entre un total de 2.300 valorados, han obtenido un mejor índice de recomendación de los clientes.

Otras menciones que han validado la buena experiencia de los clientes de Toyota y Lexus han sido el

III Premio a la Marca Mejor Valorada por sus Clientes otorgado en julio de 2016 por la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) en España. Este premio ha sido fruto de un estudio realizado por esta asociación junto con Boston Consulting Group y que concluye que Toyota ha sido la tercera empresa mejor valorada por la Experiencia del cliente entre más de 25.000 clientes, 200 marcas y 15 sectores distintos.

Todos estos reconocimientos indican una alta retención de clientes y significan una fuerte vinculación del cliente con la empresa y unos elevados niveles de recomendación (IR).



Entrega del galardón Ichiban European Customer Recommendation Award 2016



## 8 GESTIÓN DE NEGOCIO

“Toyota España establece relaciones contractuales responsables con su cadena de suministro, en las que implica a sus colaboradores en el cumplimiento de las leyes y reglamentos aplicables y de los principios rectores y los valores de la compañía”

### 8.1. Proveedores

El Código de Conducta de Toyota España, basado en los de Toyota Motor Europe (TME) y Toyota Motor Corporation (TMC), vela para que las compras de productos y servicios sean justas y honestas. Para ello:



Promueve el cumplimiento de las leyes y reglamentos locales, nacionales e internacionales, así como de las condiciones y términos generales de los contratos.



Realiza operaciones comerciales con integridad, en las que se aplica la política de Tolerancia Cero para el soborno y la corrupción.



Aplica las políticas y directrices corporativas de la responsabilidad social de la compañía recogidas en el Código de Conducta, promoviendo el compromiso social.

El establecimiento de un procedimiento de compras en el que se contempla la firma de contratos marco con proveedores asegura que estos también cumplan sus obligaciones contractuales en relación con la legislación aplicable, las cuestiones medioambientales y la correcta gestión de datos personales.

La política de compras de Toyota España garantiza un proceso de contratación transparente, en justa competencia, puesto que la selección del proveedor se realiza a partir de, al menos, tres ofertas, y obedece a unos criterios objetivos de selección marcados

por la compañía -calidad y precio de los productos, tiempos de entrega, cumplimiento normativo, etc-. Los empleados y colaboradores de Toyota tienen la obligación de tomar conciencia de los términos y las condiciones de todos los contratos que firmen con los socios comerciales y cumplir con los mismos.

Para asegurar el cumplimiento de esta política de compras, se realizan periódicamente formaciones sobre la misma y se supervisa y actualiza el procedimiento anunciado.



## 8.2. Red de centros oficiales Toyota

### 8.2.1. Política medioambiental

Toyota trabaja con todos los socios -proveedores, talleres y concesionarios- para lograr cada uno de los valores que tiene como compañía. Entre ellos, el crecimiento sostenible forma parte del ADN de la compañía a nivel corporativo. Para lograrlo, la red de centros oficiales Toyota en España está comprometida con una política medioambiental fundamentada en tres pilares:

#### Enfoque hacia la mejora continua

- Examinar el “desempeño ambiental” durante todos los procesos de gestión.
- Cumplir todos los requisitos legales ambientales aplicables y otros que la organización suscriba.
- Organizar las operaciones para la optimización del consumo de la energía y de la generación de residuos.

#### Compromiso ambiental

- Establecer objetivos para la reducción de emisiones, residuos, consumos y vertidos.
- Compromiso con la reutilización y el reciclaje.
- Optimizar las instalaciones para minimizar su impacto medioambiental.

#### Orientación al diálogo

- Enfatizar el compromiso ambiental entre los clientes, proveedores, socios, Administraciones Públicas, etc.
- Cuidado y atención hacia clientes, empleados, socios y sociedad en general.
- Organizar actividades para mejorar la conciencia ambiental.

## 8.2.2. Objetivos medioambientales

Toyota se ha planteado diferentes objetivos en los servicios de venta y posventa con miras al año 2020:

### a) Establecer la estructura del Sistema de Gestión Ambiental para todos los concesionarios

Toyota España se ha comprometido a implementar la certificación ISO 14001 como estándar de marca en el 100% de la red de concesionarios.

En 2016, del total de instalaciones de la red Toyota y Lexus (255), un 84% se han certificado (214), mientras que un 6% de los casos (15), se encontraba en trámite. En los próximos años, se seguirá trabajando en la certificación del 10% restante (26), para de este modo contar en la totalidad de los concesionarios con la ISO 14001.



CERTIFICACIÓN ISO 14001 POR CENTRO	TOTAL	CERTIFICADOS	EN TRÁMITE	PENDIENTE	OBJETIVO PARA ENERO 2018
Nº Instalaciones Toyota + Lexus	255	214 <b>83,92%</b>	15 <b>5,88%</b>	26 <b>10,20%</b>	<b>89,80%</b>
Nº Instalaciones Toyota	211	176 <b>83,41%</b>	14 <b>6,64%</b>	21 <b>9,95%</b>	<b>90,05%</b>
Nº Instalaciones Lexus	44	38 <b>86,36%</b>	1 <b>2,27%</b>	5 <b>11,36%</b>	<b>88,64%</b>

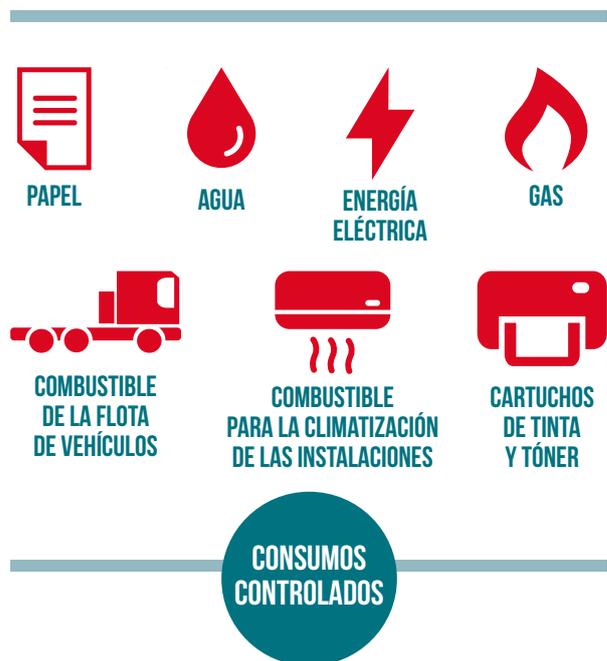
### b) Minimizar los riesgos ambientales

Detectar las posibles amenazas, determinar los factores y niveles de riesgo y establecer los tratamientos y las medidas de control a implementar. Para conseguirlo, se establecen unos responsables de las mismas y unos plazos de seguimiento.

### c) Mejorar el rendimiento medioambiental

Toyota España ha desarrollado una serie de indicadores clave que permiten medir el desempeño medioambiental de cada una de sus áreas. El objetivo es implantar medidas que reduzcan al mínimo el impacto sobre el ecosistema.

Asimismo, la red de instalaciones de Toyota España dispone de una Guía de Buenas Prácticas ambientales que establece todos aquellos consumos que deben controlarse y una serie de recomendaciones y obligaciones para los siguientes consumos:



### 8.2.3. Seguimiento medioambiental

Para lograr la eficiencia en la gestión medioambiental de las instalaciones, se ha desarrollado la aplicación informática GEA-TOYOTA, gracias a la cual se realiza una gestión eficaz de los distintos indicadores requeridos por la ISO 14001 en cada uno de los centros.



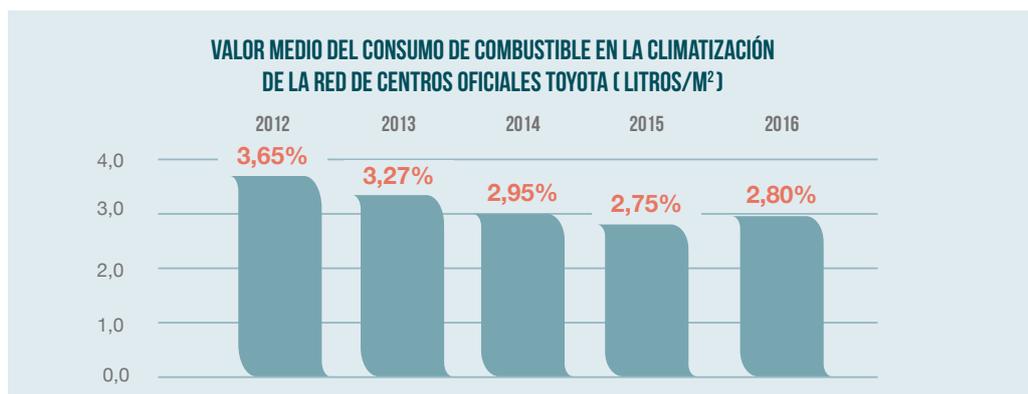
#### Consumo eléctrico:

El consumo de energía eléctrica de la red de concesionarios por m<sup>2</sup> ha disminuido en un 3% durante 2016 respecto a 2015 y, si se tienen en cuenta los datos desde 2012, en un 21%. Gracias a esto, las emisiones de CO<sub>2</sub> se han reducido en toda la red de instalaciones. En concreto, las cantidades de CO<sub>2</sub> por centro han descendido entre los años 2012-2016, de las 81 toneladas de CO<sub>2</sub> por centro emitidas en 2012 hasta 59 toneladas de CO<sub>2</sub> por centro registradas en 2016, lo cual representa un descenso de un 27%.

Estos resultados son consecuencia de la implantación de buenas prácticas ambientales entre las que destacan la instalación de sistemas de iluminación LED y de dispositivos de presencia e intensidad lumínica.

A su vez, el consumo de combustible para climatización ha disminuido un 23% en los últimos tres años, pasando de 3,65 litros/m<sup>2</sup> a 2,80 litros/m<sup>2</sup>, lo que también ha contribuido a descender las emisiones de CO<sub>2</sub>.

La Guía de Buenas Prácticas ha ayudado a conseguir este logro estableciendo recomendaciones como la instalación de sistemas de aislamiento térmico o la de no superar los 21°C de temperatura de la caldera durante el día; y obligaciones que toda la red debe cumplir, como la realización de inspecciones de mantenimiento de equipos de calefacción y la verificación del cierre estanco de ventanas y puertas.



#### Agua:

El consumo de agua en los túneles de lavado se encuentra en los niveles recomendables, gracias a las buenas prácticas establecidas para no gastar más agua de la necesaria. Entre estas, destacan recomendaciones como la instalación de grifos automáticos y de dispositivos de ahorro de agua, no utilizar productos excesivamente jabonosos, ahorrar agua recurriendo a la limpieza en seco con los trapos adecuados a cada situación o utilizar agua reciclada para el lavado de vehículos. También deben realizar un mantenimiento periódico de las instalaciones evitando así posibles fugas o pérdidas de agua, limitar el consumo de agua por proceso de lavado o disponer de contador para el control del consumo de agua en el túnel de lavado.

implantar y que conllevará una disminución del consumo de papel. Además, la guía de buenas prácticas indica una serie de recomendaciones y obligaciones como la reutilización del papel usado, evitar las copias innecesarias y el uso de papel reciclado, entre otras.



#### Gestión de residuos

En el Desafío 5, que se detalla en la página 18, la compañía se propone desplegar avanzadas tecnologías de reciclaje y tratamiento de vehículos al final de su vida útil. En España, esto se concreta exigiendo a toda la red de centros oficiales que sus residuos sean debidamente tratados y recuperados por gestores autorizados.

Toyota ha trabajado para incrementar el índice de recogida y reciclaje de residuos. Destaca la recuperación de las baterías de plomo ácido, que se ha incrementado en un 26%.



#### Papel:

Toyota está trabajando en la digitalización de los procesos de venta y posventa, que tiene previsto



# 9 SOCIEDAD

---

“Toyota mantiene canales de diálogo con los distintos grupos sociales, detecta sus necesidades y ofrece ayudas y soluciones adecuadas a cada grupo”

## 9.1. Diálogo institucional

La compañía colabora con instituciones públicas y privadas y promueve políticas que beneficien a toda la sociedad.



Toyota es socio de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC). Es una organización sin ánimo de lucro que tiene por objeto fomentar el adecuado desarrollo del Sector de Automoción y contribuir en la defensa de sus intereses.

Colabora así en el progreso del sector, uniéndose con otras empresas pertenecientes a grupos que fabrican y/o comercializan vehículos o derivados de los mismos en España, para lograr objetivos técnicos, económicos, sociales o financieros que se consideren necesarios para este avance.

Para ello, asume la representación y gestión colectiva de sus miembros asociados ante la Administración y otras entidades e instituciones públicas y privadas.

Desde ANFAC, Toyota participa igualmente en ACEA ('The European Automobile Manufacturers Association') que representa a los fabricantes de vehículos con producción en la UE.

Además, desde 2011, junto con empresas como CEPSA, Philips Ibérica, Renfe, Sol Meliá, Telefónica y Unibail Rodamco España o Endesa, participa en la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética para promover el ahorro energético. Entre sus logros destaca un ahorro de 3 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> en los 4 primeros años de actividad de la plataforma.

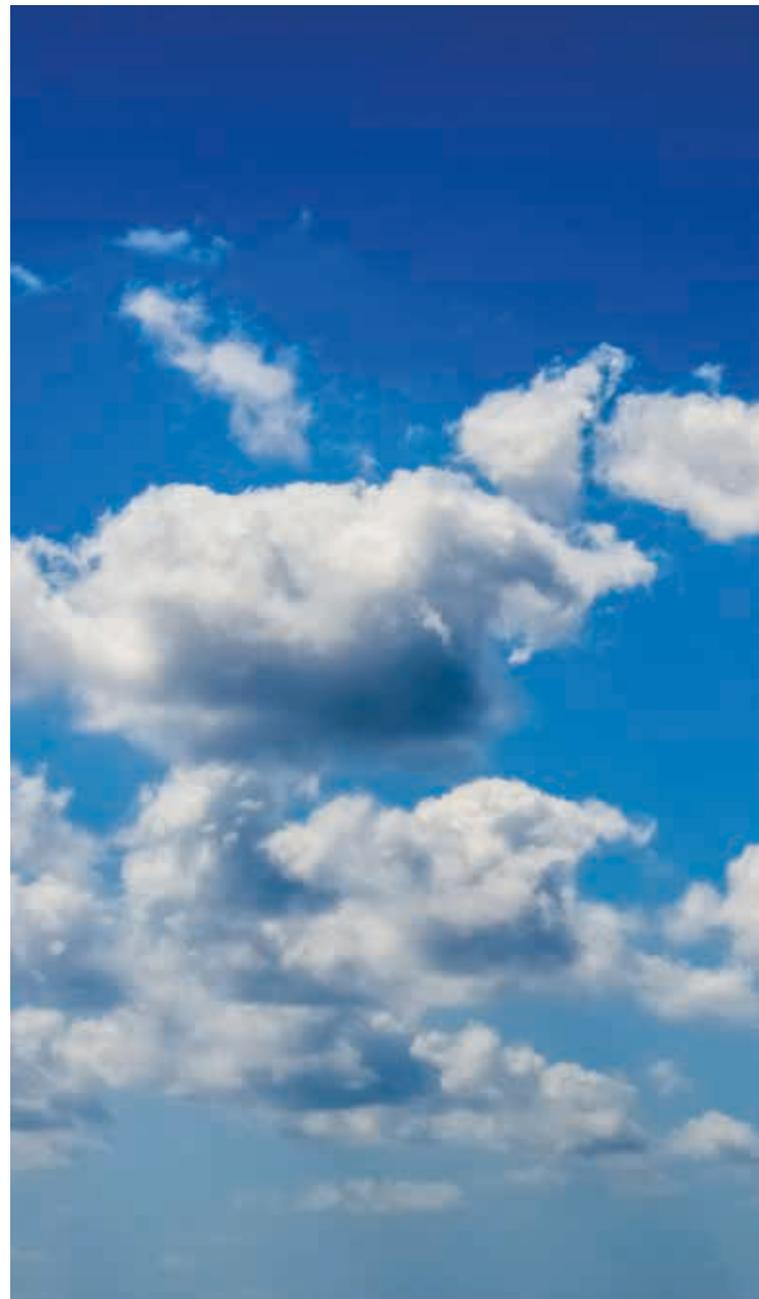
PLATAFORMA DE  
EMPRESAS  
POR LA EFICIENCIA  
ENERGÉTICA

CO<sub>2</sub>

3 MILLONES  
DE TONELADAS  
AHORRADAS  
EN LOS 4 PRIMEROS  
AÑOS DE ACTIVIDAD

Por su origen japonés, Toyota España también forma parte de la Asociación de Empresas Japonesas en España Shacho Kai, una plataforma que engloba a los Directores Generales y Presidentes de todas las compañías con un mínimo de 10% de capital japonés. El objetivo de la misma es establecer vínculos de colaboración que les ayuden a crecer y rentabilizar sus negocios.

Toyota España, además, es miembro de diversas asociaciones locales con el objetivo de impulsar distintas iniciativas en las localidades en las que la empresa desarrolla su actividad.



Como ya se ha mencionado en la página 15, Toyota forma parte de la Asociación Española del Hidrógeno (AeH2), que fomenta el desarrollo de las tecnologías del hidrógeno como vector energético y promueve su utilización en aplicaciones industriales y comerciales.

## 9.2. Servicio a la sociedad

Toyota trabaja para conseguir una sociedad cada día más próspera en todas las localidades en las que está establecida. Para lograrlo, colabora con entes públicos y con centros educativos, entre otros, en

labores de sensibilización, mediante la impartición de cursos o charlas y a través de proyectos sociales o medioambientales, en los que se une a otras asociaciones y fundaciones.



### Acciones formativas sobre la tecnología híbrida y de pila de combustible

Aparte de las acciones que promueve por su participación en la Asociación Española del Hidrógeno, entre las que destaca el **XXI Congreso Mundial del Hidrógeno**, ya comentado en el Desafío 1, en la página 15, por su relevancia como principal foro internacional sobre el uso del hidrógeno como factor energético, Toyota España ha impartido sesiones formativas sobre la tecnología de pila de combustible de hidrógeno en universidades, centros formativos y otras organizaciones e instituciones.

- **56º Congreso de la Asociación Estatal de Representantes de Alumnos de Ingenierías de ámbito Industrial (AERRAATI)**, a través de la ponencia 'Tecnología híbrida y pila de combustible Toyota'.
- **Curso de Especialización de Vehículos Híbridos y Eléctricos** organizado por el Instituto Universitario para la Investigación del Automóvil, adscrito a la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), con la ponencia 'Hybrid Synergy Drive y asuntos relacionados con la seguridad'.



- **Miembro del Jurado** en el 1º Concurso de Proyectos de Hidrógeno y Automoción organizado por el Centro Nacional del Hidrógeno.

- **Programas de formación a diversos colectivos**, como los bomberos de distintos ayuntamientos de la Comunidad de Madrid y de la provincia de Castellón, a quienes instruye sobre los vehículos híbridos y cómo actuar en casos de accidente.

- **Conducción eficiente.** Como consecuencia de su participación en la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética, Toyota ha formado a conductores de la Fundación Juan XXIII para optimizar el rendimiento del vehículo y lograr reducir, a su vez, el consumo y las emisiones hasta en un 20%.



*Profesionales de diferentes cuerpos de bomberos de Leganés, Móstoles y Alcorcón, asistentes al curso de formación sobre híbridos*



### **Sensibilización medioambiental**

Como se ha señalado previamente en el Desafío 6, en la página 19, Toyota España colabora con diversas organizaciones, entre las que destaca **World Wildlife Fund (WWF)**, con el objetivo de contribuir a mejorar la conciencia, la conducta y la responsabilidad de todos los ciudadanos en cuanto a la conservación y mejora del medio ambiente.

### **Inserción laboral e inclusión social**

Toyota España se compromete con la inserción laboral de los jóvenes a través del **Toyota Technical Education Program (T-TEP)**. Desde hace 15 años, Toyota apuesta por facilitar la accesibilidad al mercado laboral de los jóvenes, ofreciéndoles prácticas en la Red Oficial de Concesionarios Toyota España. Gracias a este programa, centenares de estudiantes de formación profesional han desarrollado sus capacidades profesionales, facilitando su posterior entrada en el mercado laboral.



Además, cada año, en noviembre, en el Encuentro Anual con la Prensa en el que se presentan los resultados de Toyota España y los planes de futuro de la compañía, es costumbre servir a los asistentes un tradicional menú cuyo plato principal es el cocido. En el año 2016, para ofrecer ese servicio de catering se contrató a la Asociación de Mujeres Rurales 'Pura

Cepa' de Almendralejo (Badajoz), una asociación cultural que ha cosechado varios premios por su defensa del cocido extremeño y de las tradiciones de su comunidad autónoma. De esta forma, Toyota España contribuye a difundir el trabajo que realizan las mujeres de la asociación, dando a esta comida un fin social.



Toyota España colabora activamente desde el año 2011 con la **Fundación Aprocor**, entidad sin ánimo de lucro dedicada al desarrollo de servicios y programas orientados a mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad intelectual y de sus familias.

A raíz de esta colaboración, en 2015 se puso en marcha la primera edición de 'El otro lado de la lona', iniciativa en la que se reaprovechan las lonas que decoran el exterior del edificio de Toyota para crear distintos materiales a partir de las mismas, con el objetivo de contribuir con un gesto solidario a aumentar la conciencia social sobre el reciclaje.

En 2016, 'El otro lado de la lona' presentó la 'Edición Deseos', en la que las personas discapacitadas elaboraron, a partir de las lonas, alfombrillas de ratón solidarias como regalo de Navidad.



En 2014, Toyota España cedió a la **ONG oIVIDAdos** un Toyota Proace, un vehículo industrial ligero que les permitió atender a los más necesitados y facilitar las tareas logísticas en actividades como el reparto de raciones de comida elaboradas por la red de voluntarios de la organización, así como la entrega de bolsas de alimentos en diversos comedores sociales y hogares de Orcasitas, El Pozo de tío Raimundo o Villaverde entre otros. De esta forma, pudieron atender a familias en riesgo de exclusión.



Toyota España colaboró con la **Fundación Theodora** repartiendo 50.000 sonrisas solidarias entre los niños hospitalizados. Los Doctores Sonrisa, payasos profesionales de la Fundación Theodora, realizaron 2.014 visitas durante las navidades de 2013.

### Acuerdo entre Toyota España y la Fundación Aladina

Cada año, Toyota España convoca el concurso de dibujo infantil 'Toyota Dream Car Art Contest', organizado a nivel mundial por Toyota Motor Corporation (TMC), en el que los niños de los distintos países participantes tienen que imaginar cómo es el automóvil de sus sueños y plasmarlo en un dibujo.

En 2016, Toyota España se unió a la Fundación Aladina para convertir, por primera vez, el concurso en una iniciativa solidaria. Por cada dibujo presentado a concurso, la compañía se comprometió a donar 50 euros a esta fundación que se dedica a ayudar a los niños enfermos de cáncer y a sus familiares. En concreto, el dinero se destinó para financiar la reforma de la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Niño Jesús de Madrid, que permitirá mejorar la vida a más de 800 niños enfermos cada año.

Una de las niñas ayudadas por la Fundación Aladina, Claudia López, ganó el tercer premio de la Fase nacional del concurso en la categoría de 8 a 11 años con su dibujo 'Jirafito el coche explorador'.



### 10.3. Patrocinios más relevantes

Toyota entiende los patrocinios como un modo para contribuir y hacer realidad el deseo de lograr una sociedad más próspera donde la movilidad sea cada día más accesible a todos.

Toyota Motor Corporation (TMC) ha firmado un acuerdo para convertirse en **Patrocinador oficial de los Juegos Olímpicos y de los Juegos Paralímpicos** desde 2016 hasta 2024.

De forma paralela, Toyota España ha firmado un acuerdo con el Comité Paralímpico Español (CPE),

un hecho que supone la puesta en marcha en España de la colaboración de Toyota a escala mundial como The Olympic Partner (TOP). Con el objetivo de impulsar la integración de las personas con discapacidad y de reforzar su compromiso con el deporte, de base y de alta competición, Toyota contribuirá con una flota de 29 vehículos que será utilizada por las federaciones españolas de deportes paralímpicos con el fin de facilitar la movilidad de los atletas y los miembros de los distintos comités.

Aparte del movimiento olímpico y paralímpico, Toyota España ha sido **Patrocinador y Coche Oficial del VIII Congreso Internacional de Excelencia** 'La economía digital: mercados y oportunidades', celebrado en abril de 2016. Una flota de Toyota Prius realizó los servicios de transporte a las diferentes autoridades participantes en el encuentro.

Asimismo, patrocinó el **II Congreso de Eficiencia Energética y Sostenibilidad en el Sector Turístico**, (10-12 de marzo de 2015), con el fin de dar a conocer las ventajas de la tecnología híbrida.





# 10 PRINCIPALES CIFRAS AÑO FISCAL 2016

Se destacan a continuación los indicadores económicos clave del año fiscal 2016, que comprende el período entre el 1 de abril de 2016 y el 31 de marzo de 2017, comparados con los datos referentes al año fiscal 2015.

El desempeño económico de Toyota España que se desprende de estos datos destaca por un aumento en la cifra de negocio y por la generación de valor económico positivo para la sociedad.

El crecimiento del volumen de negocio ha sido clave para mantener la sostenibilidad empresarial y ha permitido a Toyota España la distribución de valor en los distintos stakeholders. Cabe destacar una mayor contribución económica en las partidas dirigidas a los empleados (sueldos y salarios y prestaciones a empleados), que aumentaron en un 8%, así como en el pago de tributos, que se incrementaron en un 172%.

La inversión en innovación realizada durante el año fiscal 2015 y 2016 asciende a 908.646€. Esta cifra reafirma el compromiso de Toyota con la sostenibilidad desarrollando sistemas avanzados de gestión operativa de la comercialización, a través de nuevas implementaciones, herramientas y funcionalidades tecnológicas, con el fin de lograr vehículos de mayor calidad, más seguros y con un servicio de venta y posventa a la altura de las exigencias actuales del mercado.

Los resultados de 2016 han sido posibles gracias a un constante incremento en las ventas de la compañía, que han aumentado en un 13,3% con respecto al ejercicio anterior posicionando la cuota de mercado de Toyota España en un 5.2% del total.

VALOR ECONÓMICO GENERADO		2016	2015
<b>INGRESOS</b>			
Cifra de negocio	€	<b>1.254.030.257</b>	<b>1.011.260.323</b>
EBITDA	€	<b>3.652.638</b>	<b>6.953.566</b>
Beneficio neto	€	<b>1.713.935</b>	<b>4.002.097</b>

Datos del año fiscal correspondientes al año fiscal 2016 (del 01/04/2016 al 31/03/2017) comparadas con las del año fiscal 2015 (del 01/04/2015 al 31/03/2017)

**VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO****2016****2015**

Sueldos y salarios (Gastos de personal)	<b>9.020.988</b>	<b>8.396.877</b>
Otras prestaciones a los empleados	<b>323.000</b>	<b>276.148</b>
Contribuciones a la Seguridad social	<b>1.848.090</b>	<b>1.762.666</b>
Impuestos de sociedades	<b>107.049</b>	<b>2.600.375</b>
Otros impuestos indirectos	<b>224.769.669</b>	<b>128.333.329</b>
Innovación (I+D+i)	<b>294.856</b>	<b>613.790</b>

Datos del año fiscal correspondientes al año fiscal 2016 (del 01/04/2016 al 31/03/2017) comparadas con las del año fiscal 2015 (del 01/04/2015 al 31/03/2017)

**VENTAS POR SECTORES DE ACTIVIDAD****2016****2015**

Total de coches	Unidades	<b>64.200</b>	<b>56.678</b>
Toyota	Unidades	<b>58.500</b>	<b>51.985</b>
Lexus	Unidades	<b>5.700</b>	<b>4.693</b>
Cuota sobre mercado		<b>5,2%</b>	<b>5,0%</b>
Toyota		<b>4,7%</b>	<b>4,6%</b>
Lexus		<b>0,5%</b>	<b>0,4%</b>
Total de híbridos	Unidades	<b>31.005</b>	<b>19.050</b>
Toyota	Unidades	<b>25.362</b>	<b>14.404</b>
Lexus	Unidades	<b>5.643</b>	<b>4.646</b>
Cuota sobre mercado de híbridos	Toyota	<b>78%</b>	<b>73%</b>
	Lexus	<b>18%</b>	<b>25%</b>

Cifras de 2016 correspondientes al año natural.

## **Alcance del informe de sostenibilidad**

El presente informe, recoge tanto las políticas como las iniciativas llevadas a cabo por Toyota España, durante el período comprendido entre el 1 de abril de 2016 y el 31 de marzo de 2017 en materia social, ambiental y gubernamental. Cabe destacar que en algún caso los indicadores corresponden al año natural o a otro período de actividad señalado expresamente.

Para la elaboración del informe se ha tenido en cuenta tanto las directrices fijadas en el anteproyecto de ley para la transposición de la Directiva Europea 2014/95/UE, en la que se exponen los aspectos sobre los que se debe reportar, como las de la Norma Internacional ISO 26000 y los principios del Global Compact.



# TOYOTA



Worldwide  
Olympic Partner



Worldwide  
Paralympic Partner