



TOYOTA
2018/2019

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

TOYOTA

2018/2019

SUMÁRIO

Apresentação	04
Destaques	06
Mensagem do Presidente	08
Sobre o Relatório	10
A Toyota	14
Governança e Gestão	26
Estratégia e Desempenho	30
Soluções para o Futuro	40
Publicos e Relacionamento	44
Performance Ambiental	64
Sumário GRI	78

A Toyota do Brasil tem como proposta o fortalecimento da diversidade em todas as áreas da empresa, sem distinção de qualquer tipo para o preenchimento de posições administrativas ou operacionais.

Capa: Suellen Francine Sanches - Área de Suprimento de peças (Material Handling)

TOYOTA

2018/2019

APRESENTAÇÃO

HÁ 60 ANOS REINVENTANDO O FUTURO

Em 2018, a companhia deixou novas marcas na história do Brasil ao celebrar 60 anos de presença e intensa atuação no País. Seis décadas de uma história marcada pela busca constante da inovação e do crescimento, mas sem nunca deixar de lado valores e princípios que remontam às origens da empresa no Japão.

Ao completar essas seis décadas de presença no Brasil, a Toyota dá mais um passo rumo ao seu compromisso para a transformação da indústria automotiva com soluções de mobilidade, além de sua adequação a uma sociedade cada vez mais preocupada com o uso de tecnologias ambientalmente responsáveis.

Portanto, em mais uma edição de seu Relatório de Sustentabilidade, a empresa apresenta a todos os seus públicos de relacionamento como vem trabalhando para reduzir seus impactos e ampliar cada vez mais a contribuição com o desenvolvimento da economia brasileira.

Boa leitura.



TOYOTA

2018/2019

DESTAQUES



- **60 anos** da empresa no país

- **Investimento** de R\$ 1 bilhão para modernização da planta de Indaiatuba



2017: 190 mil unidades vendidas

2018: 200.112 unidades vendidas



- **4 unidades**
 - Indaiatuba
 - São Bernardo do Campo
 - Sorocaba
 - Porto Feliz



- Início do programa de car sharing – **o Toyota Mobility Service.**

- **7,8%** de market share em 2018



- **257 concessionárias** contabilizadas em dezembro de 2018. Crescimento de 10% em relação ao ano fiscal anterior



<102-14>

Os últimos dois anos foram de intenso trabalho para a Toyota do Brasil. Nos pouco mais de 60 anos trilhando uma jornada no País, temos muito orgulho do trabalho até aqui realizado, uma trajetória marcada por nossa ativa participação no desenvolvimento industrial e econômico brasileiro e pela presença na vida de milhares de pessoas em todo o território nacional: clientes, colaboradores, concessionários e fornecedores que nos ajudaram a criar essa história de sucesso.

Hoje, depois de pouco mais de dois anos como presidente da TDB, tenho ainda mais orgulho em fazer parte de uma equipe inovadora e motivada para sempre buscar o sorriso de nossos clientes, oferecendo o que há de melhor em serviços e produtos. Com essa equipe, estamos a cada dia mais focados em ser mais do que uma montadora, mas sim uma empresa em constante transformação e pronta para responder aos desafios da mobilidade urbana.

Em 2017, o mercado automotivo brasileiro iniciou os passos rumo à recuperação. Foram 2,24 milhões de automóveis licenciados, enquanto em 2018, o mercado brasileiro chegou à marca de 2,56 milhões de carros vendidos, alta de 14,6% versus 2017. Neste ano, o mercado segue o ritmo de crescimento: até março de 2019 (mês em que encerramos nosso ano fiscal), pouco mais de 607 mil unidades foram vendidas - um aumento de 11% sobre os 545 mil automóveis vendidos no mesmo período de 2018. E o ano também foi de investimentos, com o anúncio de R\$ 1 bilhão para modernização da planta de Indaiatuba, de olho na próxima geração do Corolla.

Para suportar a sustentabilidade em nosso negócio no longo prazo, estamos trabalhando de maneira mais estratégica e competitiva em vistas a garantir nosso desenvolvimento, sobretudo por meio das exportações. Em 2017, ultrapassamos a casa das 57 mil unidades exportadas. Em 2018, batemos o recorde de 65 mil carros enviados para os mercados da região. Hoje, temos orgulho em entregar carros de alta qualidade produzidos aqui no Brasil para países como Argentina, Uruguai, Paraguai, Peru, Costa Rica, Honduras, Colômbia e Chile, o que já representa cerca de 30% de nossa produção.

Há seis décadas no território nacional temos trabalhado incansavelmente para trazer novidades, completar nosso portfólio. Sempre acreditamos, assim, que o nosso principal objetivo é buscar o sorriso de nossos clientes. Foi assim em 2018, com o lançamento do Yaris, modelo do segmento B-premium que hoje se insere como opção de compra entre os já consagrados Etios e Corolla.

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

O futuro da Toyota está permeado por diversos desafios de longo prazo. Para transpor cada um deles, a marca assumiu compromisso em pautar todos dentro do Desafio Ambiental Toyota 2050. Ali, firmamos seis grandes passos rumo ao desenvolvimento sustentável pleno de nossas operações, em cooperação a geração de uma sociedade cada vez mais livre da emissão de carbono. Por isso, o primeiro e um dos mais importantes desafios listados é o de reduzir as emissões de nossos veículos em 90% até 2050. Objetivamente, assumimos o compromisso de deixar de fabricar veículos exclusivamente movidos a combustíveis fósseis.

Essa meta reforça a crença da Toyota Motor Corporation de que a indústria automotiva está em transformação e, para responder adequadamente aos desafios da humanidade, deve inovar constantemente de forma ambientalmente responsável. Acreditamos que o futuro da Toyota está baseado na tecnologia híbrida. Por isso a estratégia foi colocar na Nova Geração do Corolla, um dos automóveis mais icônicos de toda a indústria, a nova motorização híbrida flex, desenvolvida em parceria entre a Toyota do Japão e do Brasil.

Aqui no Brasil destaco a parceria entre a Toyota Mobility Foundation e a WRI (World Resources Institute) - duas empresas que buscam o desenvolvimento de uma sociedade mais acessível e que juntas criaram o desafio "Inovemob" para identificar propostas de mobilidade urbana inovadoras, inclusivas e viáveis. Cinco startups receberam investimentos para implantar um piloto de suas ideias e a vencedora, escolhida em dezembro, recebeu um aporte de US\$ 100 mil para implantação (você pode ler mais em nosso capítulo de Soluções para o Futuro).

Nos últimos anos, muitos obstáculos foram vencidos, mas os desafios nunca se encerram. Assim, a Toyota convida a todos para juntos "reinventar o futuro", consolidando nosso legado e escrevendo os próximos capítulos dessa história.

Tenha uma ótima leitura.

Rafael Chang
Presidente da Toyota do Brasil e presidente do conselho curador da Fundação Toyota do Brasil



SOBRE O RELATÓRIO

<102-1, 102-40, 102-42, 102-44, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-54 >

A transparência e o diálogo com seus públicos de interesse são valores de grande importância para a Toyota. Assim, por mais um ano, a empresa divulga seu Relatório de Sustentabilidade produzido com base nas diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI)*, versão Standards (opção de acordo Essencial). Neste material, estão retratados os principais dados sobre o desempenho da companhia ao longo do último ano fiscal, que compreende o período de 1º de abril de 2017 a 31 de março de 2019¹, e abrangem todas as unidades da montadora em operação no País e também seu braço social, a Fundação Toyota.

Para identificar a relevância de tópicos econômicos, ambientais e sociais para o negócio, e as práticas de comunicação de resultados, a

cada dois anos a Toyota realiza seu processo de materialidade. No ciclo 2017/2018, foi conduzida uma atualização para o alinhamento dos tópicos materiais com os temas relevantes para o setor.

O processo adotado para definir o conteúdo do relatório incluiu, além da Visão Global, uma consulta inicial ao RepRisk², SASB³ e RobecoSAM⁴, a análise dos resultados de materialidade do ciclo anterior e o *benchmarking* de tópicos materiais divulgados por empresas do setor para o mapeamento de assuntos potencialmente relevantes. Neste ano, a Toyota também dá seu primeiro passo em relação aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Os resultados estão apresentados na tabela a seguir.

¹ Os indicadores GRI se referem ao período do ano fiscal 2017/2019, mas eventualmente se estendem para além dos limites do período.

² RepRisk (www.reprisk.com), ferramenta que traz informações sobre questões ambientais e sociais que apresentam riscos financeiros e de reputação para uma empresa.

³ Sustainability Accounting Standards Board (www.sasb.org) que define normas específicas para a divulgação de sustentabilidade corporativa, assegurando que a divulgação seja material, comparável e de decisão útil para os investidores.

⁴ Metodologia de avaliação de sustentabilidade corporativa

Engajamento

<102-43>

Para garantir transparência, ética e desenvolvimento mútuo no diálogo com seus stakeholders, a Toyota do Brasil executa periodicamente ações de consulta e engajamento a fim de compreender a percepção sobre seus temas e impactos sociais, econômicos e ambientais.

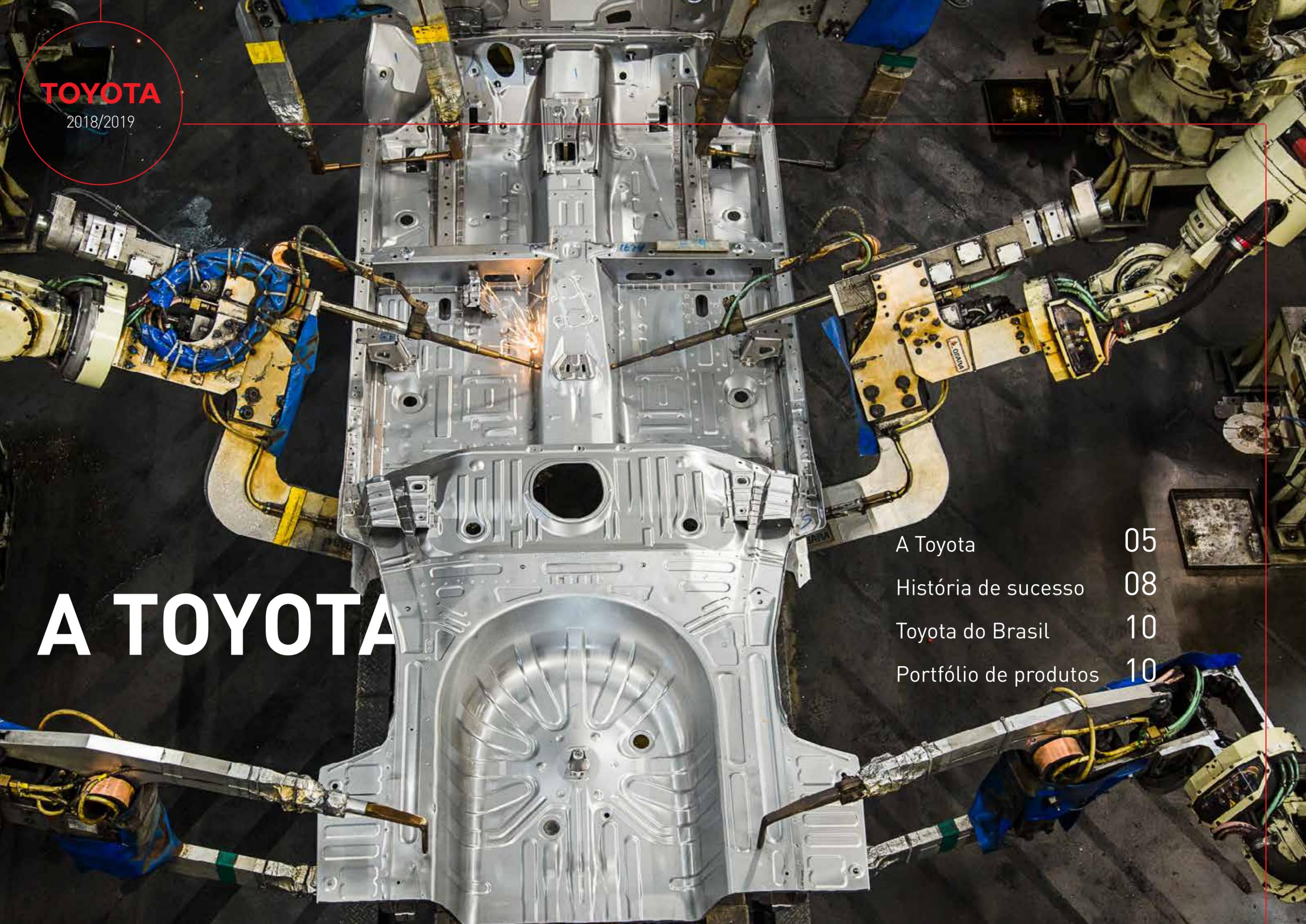
 TÓPICO MATERIAL	 ABORDAGEM	 PILARES VISÃO 2020	 PARTES INTERESSADAS	 CORRELAÇÃO COM OS ODS
Inovação e tecnologia de ponta	Exercer liderança em novas tecnologias para a indústria automotiva	1. Mostrar o caminho 2. Futuro da mobilidade 6. Inovação constante 7. Respeito ao planeta	Colaboradores Clientes Concessionárias Fornecedores Associações de Classe	  
Satisfação dos clientes	Garantir a melhor experiência e o sorriso de nossos clientes	5. Compromisso com a qualidade 8. Superar expectativas 9. Recompensados com um sorriso	Clientes Concessionárias	
Soluções a favor da mobilidade urbana	Trabalhar em prol da mobilidade nas cidades por onde nossos veículos circulam	1. Mostrar o caminho 2. Futuro da mobilidade	Clientes Concessionárias Comunidades	
Segurança e qualidade dos veículos	Garantir a qualidade dos componentes, peças e veículos e proteger a integridade de nossos clientes	4. Formas mais seguras e responsáveis de transportar pessoas	Clientes Concessionárias Fornecedores Associações de Classe	  
Gestão do ciclo de vida	Avaliar matérias-primas, tecnologias e processos para ter controle sobre o ciclo de vida do veículo	7. Respeito ao planeta	Clientes Concessionárias Fornecedores	 
Estratégia para baixo carbono	Tornar o controle de emissões de poluentes e gases de efeito estufa uma vantagem competitiva e um requisito de gestão Toyota	6. Inovação constante 7. Respeito ao planeta	Colaboradores Clientes	 
Relações trabalhistas	Investir na qualificação, na retenção de talentos e no bem-estar dos colaboradores	11. Empregando o talento e a paixão das pessoas	Colaboradores	  

 TÓPICO MATERIAL	 ABORDAGEM	 PILARES VISÃO 2020	 PARTES INTERESSADAS	 CORRELAÇÃO COM OS ODS
Estratégias de pós-venda	Oferecer serviços e atendimento de excelência a quem adquire um veículo Toyota	1. Mostrar o caminho 5. Compromisso com a qualidade 8. Superar expectativas 9. Recompensados com um sorriso	Clientes Concessionárias	 
Responsabilidade socioambiental nas comunidades	Gerar e compartilhar valor nas comunidades que pertencem ao nosso raio de influência local	3. Enriquecendo vidas ao redor do mundo	Clientes Comunidades Concessionárias	    
Saúde e Segurança Ocupacional	Gestão para a segurança, saúde e qualidade de vida de pessoas em sua ocupação.	4. Formas mais seguras e responsáveis de transportar pessoas	Colaboradores Sindicatos	 
Cadeia de Fornecedores	Fortalecimento da relação com cadeia de fornecedores, garantindo conformidade e qualidade	11. Empregando o talento e a paixão das pessoas	Fornecedores	  
Performance Econômica	Gestão eficaz para assegurar a saúde financeira e crescimento.	10. Metas desafiadoras 12. Há sempre uma maneira melhor	Colaboradores Concessionárias Associações de Classe	 
Direitos Humanos	Garantia da ética, integridade e das liberdades individuais	3. Enriquecendo vidas ao redor do mundo 7. Respeito ao planeta 11. Empregando o talento e a paixão das pessoas	Colaboradores Comunidades Sindicatos	   
Performance Ambiental	Respeito pelo meio ambiente e contribuição com o desenvolvimento sustentável do planeta.	7. Respeito ao planeta	Colaboradores Comunidades Concessionárias	    



TOYOTA

2018/2019



A TOYOTA

A Toyota	05
História de sucesso	08
Toyota do Brasil	10
Portfólio de produtos	10

UM CRESCIMENTO APOIADO NA INOVAÇÃO

Em 60 anos de Brasil, a história da Toyota tem se mesclado com o desenvolvimento do mercado automotivo brasileiro. Fortemente enraizada em suas origens japonesas, ao longo das últimas décadas a empresa vem reforçando seu jeito Toyota de fazer negócios – o Toyota Way – uma filosofia que aplica a melhoria contínua e o respeito pelas pessoas como pilares para a construção de relações duradouras com colaboradores, clientes e comunidades.

Com sede na cidade de São Bernardo do Campo (Grande São Paulo), desde sua chegada ao Brasil a Toyota busca oferecer a seus clientes automóveis e serviços cada vez melhores. Com isso, mesmo em uma época de retração econômica, a empresa atingiu sua segunda melhor performance em vendas na história, com resultados 5% superiores aos registrados no ano anterior (2017/2018). <102-3>

REINVENTAR O FUTURO

É com esse foco que a empresa celebra suas seis décadas no país. Uma mensagem de inovação que chega com o desafio de

quebrar os paradigmas do setor automotivo por meio de tecnologias ambientalmente responsáveis e a criação de soluções que possam contribuir para o desenvolvimento da sociedade brasileira.

Ao se colocar como uma empresa focada em mobilidade, a Toyota busca trazer para a sua estratégia de negócio soluções que vão além da produção de veículos, caminhando rumo ao desenvolvimento de iniciativas de conectividade para os clientes e na melhoria dos serviços de mobilidade urbana. Alinhada com a diretriz global da companhia, no Brasil a Toyota já começa a estudar soluções e a investir em parcerias que ajudarão a entender o melhor caminho em um futuro de baixo carbono e de economia compartilhada. [Saiba mais no capítulo de Estratégia e Desempenho]

Guiada por essas diretrizes e motivada pela transformação da indústria automotiva, a Toyota do Brasil segue construindo uma estratégia de negócio consolidada para conduzir com sucesso os projetos de inovação para proporcionar a mobilidade em sua forma mais segura, mais efetiva e em harmonia com o meio ambiente.



A Toyota traz para a sua estratégia de negócio soluções que vão além da produção de veículos.



MODERNIDADE E HISTÓRIA

Para celebrar os 110 anos de imigração japonesa no Brasil e também os 60 anos da empresa no país, a Toyota participou ativamente do 21º Festival do Japão, realizado no mês de julho de 2018, em São Paulo.

Em seu estande, a empresa montou uma composição cenográfica em alusão à história dos primeiros imigrantes japoneses que chegaram ao Brasil a bordo do navio Kasato-Maru. Além disso, uma linha do tempo mostrou aos visitantes os 60 anos de história da empresa, com a exibição de vários modelos produzidos pela Toyota, entre eles o protótipo do Prius flex, que combina a tecnologia híbrida com etanol.

Para auxiliar na eficiência de uma das áreas mais visitadas da exposição – a praça de alimentação – a Toyota trabalhou em parceria com as associações para implantar o método TPS (Sistema de Produção Toyota, na sigla em inglês), que foca no gerenciamento e otimização de processos, industriais ou serviços, priorizando sempre a qualidade dentro do menor prazo possível e com o menor custo. A iniciativa trouxe mais rapidez no preparo dos alimentos, menos desperdício e reduziu o tempo de espera dos clientes.

Toyota Production System



TOYOTA

2018/2019

MARCOS DE UMA HISTÓRIA DE SUCESSO

São 60 anos de uma história que começa junto com um período de grande incentivo à industrialização no País e que acumula sucesso ao colocar o cliente em primeiro lugar e contribuir para o desenvolvimento da sociedade brasileira.

1958



Abertura do escritório em São Paulo

Em 23 de janeiro de 1958, a Toyota iniciou suas operações no Brasil com a instalação de um escritório no centro da cidade de São Paulo. Em dezembro desse mesmo ano deu início as suas atividades como fabricante de veículos e, cinco meses mais tarde, lançou o Bandeirante – primeiro ícone da marca no país.

1962



Inauguração da fábrica de São Bernardo do Campo

A Toyota inaugura sua primeira unidade industrial fora do Japão e passa a fabricar o modelo Bandeirante Nacional.

1996



Nova fábrica

Em um terreno de 1,5 milhão de metros quadrados e investimento de US\$ 150 milhões, a empresa inicia a construção de sua segunda unidade industrial na cidade de Indaiatuba, interior de São Paulo. A fábrica era destinada à produção do Corolla, que teve início em setembro de 1998.

2000



Modernização

Novo investimento de US\$ 300 milhões para a modernização e ampliação estrutural da fábrica de Indaiatuba.

2001

Fim do Bandeirante

Depois de celebrar a produção de 100 mil unidades do utilitário Bandeirante em 1999, a Toyota encerra a produção do veículo. Com isso, a fábrica de São Bernardo passa a concentrar a fabricação de autopeças.

2005



Crescimento planejado

Com 2,5 mil metros quadrados de área construída, a inauguração do Centro de Distribuição de Guaíba, na Grande Porto Alegre (RS) abre as portas para operações logísticas da Toyota entre o Brasil e a Argentina, para recebimento dos utilitários Hilux e SW4 e de peças de reposição produzidas na planta de Zárate (Argentina), por via rodoviária. No mesmo ano, abrimos um escritório em Brasília para Assuntos Governamentais.

2009



Criação da Fundação Toyota

Toyota cria em 2009 "Fundação Toyota do Brasil" com o objetivo de promover a Sustentabilidade, por meio de atividades de preservação ambiental e formação de cidadãos.

2012

Sucesso de vendas

Com um investimento inicial de US\$ 600 milhões, é inaugurada a nova unidade de Sorocaba (SP), a terceira da marca no país. Criada a partir do conceito Eco Factory (que estabelece critérios de alto padrão de eficiência ambiental), a fábrica é responsável pela produção do compacto Etios em suas versões hatchback e sedã, e foi umas das principais responsáveis por realizar melhorias profundas na família Etios, tornando o compacto um sucesso de vendas.

2013

Tecnologia limpa

O Prius - primeiro automóvel híbrido de produção em massa do mundo - chega ao mercado brasileiro com a missão de disseminar o avanço da tecnologia no País. Desde então, ele se tornou líder isolado em seu segmento. Além disso, nesse mesmo ano a empresa inicia a exportação do Etios para outros mercados da América do Sul.



TOYOTA

2018/2019

MARCOS DE UMA HISTÓRIA DE SUCESSO

2014



Mais uma

Toyota anuncia a construção da nova fábrica destinada à produção de motores na cidade de Porto Feliz, interior de São Paulo.

2015



Renascimento

Sede corporativa transferida para São Bernarodo Campo, que dá início ao projeto "São Bernardo Reborn". Com aporte total de R\$ 70 milhões, a primeira fase marcou a implantação do terceiro turno na forjaria da planta, que passou a produzir peças para abastecer a nova fábrica de motores em Porto Feliz (SP).

Para aprimorar a operação logística do Nordeste, em dezembro foi inaugurado o novo centro de distribuição de veículos próximo à área portuária de Suape, região metropolitana de Recife (PE).

2016



Proximidade com os clientes

Conclusão da terceira etapa do projeto de revitalização da fábrica de São Bernardo com a inauguração do Centro de Visitas da montadora, um dos mais tecnológicos da empresa em todo o mundo.

Em menos de um ano, a unidade de Porto Feliz já bate a marca de 100 mil unidades produzidas de motores 1.3L e 1.5L do Etios.

2017



Centro de Pesquisa Aplicada

A segunda etapa do projeto de revitalização da unidade de São Bernardo é finalizada com a inauguração do primeiro Centro de Pesquisa Aplicada da marca na América Latina, concebido para integrar atividades relacionadas à pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e fornecedores. Esse é o quarto no mundo fora do Japão e ajuda a TDB na criação de edições especiais, avaliação de novos materiais e da capacidade técnica dos fornecedores de peças.

Com um investimento de R\$ 508 milhões, Toyota inaugura fábrica de Porto Feliz para a produção de motores das versões hatch e sedã para o compacto Etios. A planta foi construída de forma flexível para permitir a ampliação de acordo com a demanda dos consumidores.

2018

60 anos de Brasil

Focada em ser uma protagonista na transformação da indústria automotiva, a Toyota celebra seis décadas no país com o tema "Reinventando o Futuro". Neste ano, a marca trabalha em grandes projetos, sendo o mais importante deles o lançamento do Yaris, modelo que se encaixa entre o compacto Etios e o sedã médio Corolla no portfólio da empresa no Brasil.

Comemoração dos 20 anos da unidade de Indaiatuba e anúncio do investimento de R\$ 1 bilhão para modernização da planta, que se prepara para a próxima geração do Corolla.

Cinco anos da planta de Sorocaba, que tem a capacidade para fabricar 108.000 unidades dos modelos Etios hatch e sedã.

Lançamento do Toyota Tour na unidade de São Bernardo do Campo. A ação tem parceria com o Programa de Turismo Industrial do município e foi criada para aproximar o público da história, dos valores, da cultura e da forma de trabalho da Toyota.

Projeto Ambientação da Fundação Toyota completa 10 anos.



TOYOTA DO BRASIL

<102-1, 102-2, 102-4, 102-6>

Desde 1958, quando inaugurou seu primeiro escritório no país, a Toyota tem escrito uma trajetória de crescimento contínuo no Brasil. Hoje, a empresa conta com cerca de 7 mil colaboradores em suas quatro fábricas nas cidades paulistas de Indaiatuba, Sorocaba, Porto Feliz e São Bernardo do Campo, nos três centros de distribuição de veículos em Guaíba (RS), Vitória (ES), e Suape (PE), no centro de distribuição de peças em Votorantim (SP) e em seu escritório de representação em Brasília (DF).



FÁBRICAS & SEDE

1 — São Bernardo do Campo
Sede corporativa, Centro de Pesquisa Aplicada, Centro de Visitas e produção de peças

Início das operações:
1962

2 — Indaiatuba (SP)
Produção do Corolla

Início das operações:
1998

3 — Sorocaba (SP)
Produção do Etios (hatchback e sedã) e Yaris

Início das operações:
2012

SÃO PAULO



4 — Porto Feliz
Produção de motores (Etios)

Início das operações:
2016

RIO GRANDE DO SUL



5 — Guaíba
Centro de distribuição

Início das operações:
2005

ESPÍRITO SANTO



6 — Vitória
Centro de distribuição

Início das operações:
2009

PERNAMBUCO



7 — Suape
Centro de distribuição

Início das operações:
2015

DISTRITO FEDERAL



8 — Brasília
Escritório de representação

Início das operações:
2005

PORTFÓLIO DE PRODUTOS

Com uma linha de automóveis ampla e diversificada, a Toyota trabalha para oferecer aos clientes carros cada vez melhores, mais eficientes, sustentáveis e, acima de tudo, seguros. Na 30ª edição do Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, realizada em novembro de 2018, a empresa deu destaque aos benefícios da tecnologia híbrida e apresentou novidades como Yaris X-Way, a nova versão da picape Hilux e novos modelos Lexus híbrido que acabam de chegar ao País.

ETIOS

Em sua linha 2018, o Etios traz um desenho renovado e totalmente desenvolvido pelo centro de inovação da unidade de São Bernardo do Campo. Em versões hatchback e sedã, ele mantém o motor Dual VVT -i de 1.3L e 98 cv como item de entrada, além de oferecer em suas versões itens como transmissão automática e painel de instrumentos Toyota Smart Screen, único no segmento de carros compactos.

YARIS

Sucesso de vendas em todo o mundo, o Yaris chega ao Brasil nas versões hatch e sedã com opções de teto solar, transmissão automática CVT ou manual de seis marchas, além de extensa lista de itens de conveniência, tecnologia e segurança em todas as versões. Seu design moderno é perfeito para consumidores que buscam um automóvel com apelo urbano, sem deixar de lado a qualidade, confiabilidade e durabilidade. A nova versão X-Way chega ao mercado em 2019 com rodas com acabamento em preto, rack no teto, aplique no para-choque e para-lama, frisos laterais exclusivos, além de itens que remetem a segmentos superiores.

COROLLA

Líder de vendas da marca no país e na categoria de sedãs médios em todo o planeta, o Corolla é oferecido nas versões GLi 1.8L com acabamento em couro e transmissão Multi-Drive, XEi; XRS e Altis, com motor 2.0L e a mesma transmissão. Recentemente, a Toyota aprimorou a versão XEi

com acabamento interno preto, dando ao modelo uma aparência mais moderna. Vendido no Brasil desde 1994, o Corolla já alcançou mais de 870 mil unidades vendidas no País.

HILUX

A picape média mais vendida no país celebra seu aniversário de 50 anos com novo design frontal nos modelos SR, SRV e SRX, disponíveis em sete versões com motor diesel 2.8L de quatro cilindros com turbo compressor de geometria variável e intercooler e quatro versões com motor Dual VVT-i Flex 2.7L 16V DOHC. Reconhecida por sua robustez, no Brasil a família Hilux ganha mais um modelo desenvolvido regionalmente pela Toyota do Brasil e Toyota Argentina com o apoio da empresa GR: a Hilux GAZOO Racing. Baseada na configuração topo de linha SRX, a versão recebeu ajustes para melhorar dirigibilidade e estabilidade em condições fora-de-estrada e estará disponível no Brasil a partir do início de 2019.

PRIUS

Vendido no Brasil desde 2013, o Prius é uma das grandes apostas da Toyota para a ampliação do mercado de veículos híbridos no país. Com 3.246 unidades comercializadas desde seu lançamento, o Prius representa a visão da Toyota sobre como será a mobilidade no futuro, com o desenvolvimento de carros cada vez melhores e mais amigáveis ao meio ambiente. Em sua nova geração, o veículo foi montado no conceito da Nova Arquitetura Global da Toyota, com melhor conforto e dirigibilidade, centro de gravidade mais baixo e coeficiente aerodinâmico reduzido.

SW4

Com um design sofisticado, cabine reforçada e motor de alta performance, a SW4 é perfeita para quem busca força aliada à elegância. Com tecnologia Dual VVT-i especialmente projetada para o mercado brasileiro, o utilitário esportivo traz em sua versão mais recente uma linha flex com opções SR 4x2 de cinco assentos e SR 4x2 de sete assentos, ambas com uma lista renovada de equipamentos de série.

RAV4

SUV Crossover de linhas arrojadas e potência no motor, a RAV4 é comercializada no Brasil em suas versões 2.0 VVT-i 16V de 145 cv e 19,1 kgfm, com câmbio CVT que simula sete velocidades e tração

A Toyota

trabalha para
oferecer aos clientes
carros cada vez melhores,
mais eficientes,
sustentáveis e seguros.

4x2, com versão única. Entre os itens de série estão bancos de couro, sete airbags, quatro de instrumentos com tela TFT colorida e rodas de liga-leve de 17 polegadas.

CAMRY

Com o luxo e a elegância presentes em cada detalhe do design, esse sedã premium da Toyota ganhou linhas mais arrojadas também com base na plataforma TNGA, adotada pelo Prius. Disponível no Brasil com um motor 3.5 V6 e outro de quatro cilindros de 2,5 litros, além de câmbio automático de oito marchas e o Entune, novo sistema multimídia da marca.

LEXUS

Com quase 30 anos de sucesso, o Lexus ES estreia sua 7ª geração no Brasil e chega com nova plataforma em versão híbrida com motor 2.5L de quatro cilindros acoplado a uma transmissão Hybrid Transaxle, garantindo performance e economia de combustível. Já o novo Lexus UX foi desenvolvido sob a nova plataforma GA-C, com baixo centro de gravidade, estrutura leve e ajuste refinado da suspensão. No Brasil, será comercializado na versão 250h 4x2 com motor a gasolina 2.0L acoplado a um motor elétrico em um transeixo híbrido de última geração, além da nova transmissão Hybrid Transaxle.

Para conhecer todos os nossos prêmios e certificações, acesse www.toyota.com.br/mundo-toyota/premios





TOYOTA

2018/2019

GOVERNANÇA E GESTÃO

Confiança e reputação 28

Ética, transparência
e integridade 29



CONFIANÇA E INTEGRIDADE

<102-17, 102-18, 102-20, 102-22, 102-23, 102-26, 102-28>

Com fortes indicadores e controles internos relacionados à transparência, ética e práticas anticorrupção, a Toyota do Brasil mantém um modelo de governança alinhado à matriz japonesa e à região da América Latina e Caribe. Esse modelo, que desde 2015 possui uma liderança designada para a região, busca reforçar a sinergia entre as subsidiárias.

No Brasil, a estrutura de governança é formada pelo Board of Directors (BOD) e pelo Directors Meeting, ligados diretamente ao presidente da TDB, Rafael Chang, e ao CEO para a Toyota na América Latina e no Caribe, Masahiro Inoue. Composto por um chairman, pelo presidente e por vice-presidências específicas, ao Board of Directors cabe analisar os resultados e definir

estratégias para o mercado brasileiro durante suas reuniões mensais. Mesmo sendo responsável direto pelas decisões tomadas no Brasil, o BOD deve comunicar ou aprovar formalmente com a matriz medidas consideradas mais sensíveis ou estratégicas.

Já o Directors Meeting é formado por vice-presidentes e diretores, tendo como responsabilidade atuar na gestão de projetos com foco nos objetivos estratégicos da companhia no país. Existem ainda grupos de trabalho temáticos que apoiam a liderança na tomada de decisões, todas elas guiadas pelo Código de Ética e pelo Authorization Policy, um documento que estabelece as principais diretrizes de atuação para os executivos da companhia.



A Toyota é mundialmente reconhecida pelo respeito às pessoas, postura ética e transparência nas relações.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

Masahiro Inoue
CEO para a Toyota
na América Latina
e no Caribe

Rafael Chang
Presidente da TDB

Board of Directors

Directors Meeting

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

Com atuação em 160 países, a Toyota é mundialmente reconhecida pelo respeito às pessoas, postura ética e transparência nas relações. Entre seus princípios está o respeito às leis de todos os países em que atua, com atividades transparentes e justas, além do respeito à cultura e costumes dos locais onde está presente, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social por meio de atividades empresariais.<102-16>

No Brasil, a empresa possui uma robusta estrutura para a análise, tratamento e resposta às denúncias, queixas e registros relacionados ao descumprimento do Código de Conduta. Para reforçar esse compromisso, no ano fiscal anterior (2016/2017), o Código passou por uma revisão estratégica apresentada por meio de campanhas e ações a todos os colaboradores da companhia. Nele, são tratados temas relacionados a direitos humanos, diversidade, combate à corrupção, desvios éticos e prevenção de conflitos de interesse. Junto do Regulamento Interno, o código é o principal guia para quem trabalha ou representa a Toyota.

Além disso, a TDB disponibiliza o Canal Ético para colaboradores e parceiros de negócios. Disponível por telefone, internet ou e-mail, este canal registra denúncias sobre desvios, fraudes, conflitos de interesse e corrupção, todas avaliadas com garantia de anonimato pelo Comitê Ético da empresa.

Formado por gestores e diretores de áreas como Jurídico e Recursos Humanos e coordenado pela área de Auditoria Interna, esse comitê avalia os casos reportados, elabora pareceres e os comunica à Presidência e à Diretoria de Recursos Humanos. Em caso de denúncias ligadas à alta liderança da TDB (presidente ou diretor financeiro), a análise dos casos é feita pela matriz.

Além de coordenar o Canal de Ética, a área de auditoria interna da companhia atua na execução, gestão e monitoramento das estruturas de controles internos segundo as diretrizes estabelecidas na Lei Sarbanes-Oxley (SOX)⁵ e em processo de gestão de risco, controles e verificação de segurança definidos localmente ou junto com a TMC, que realiza visitas periódicas de auditoria no Brasil.

⁵Lei americana que tem como objetivo garantir a criação de mecanismos de auditoria e segurança confiáveis de modo a mitigar riscos aos negócios, evitar a ocorrência de fraudes ou assegurar que haja meios de identificá-las



TOYOTA

2018/2019



ESTRATÉGIA E DESEMPENHO

O jeito Toyota de produzir

32

Visão Global Toyota 2020

33

Estratégia conectada ao
desenvolvimento sustentável

34

Resultados e performance

36

Metas alcançadas

39



VISÃO E ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

Ao celebrar 60 anos de operação no Brasil e mais de 80 anos no mundo, a Toyota continua a olhar para o futuro ao se posicionar não só como pioneira na produção de carros híbridos, mas também como uma empresa de mobilidade e protagonista na transformação da indústria automotiva.

Parte fortemente integrada ao novo Hoshin (2018/2019) da companhia, a visão de mobilidade está sendo estruturada internamente desde o início do ano de 2018 e já faz parte das metas de planejamento corporativo para os próximos anos. Hoje, o trabalho ainda está em fase inicial e envolve pesquisas - tanto no Brasil como em parceria com as filiais da Toyota de outros países - para entender quais são as oportunidades e os serviços que podem ser criados e oferecidos pela empresa.

O JEITO TOYOTA DE PRODUZIR

<102-16 >

Para desenvolver esse novo modelo mantendo a forma Toyota de trabalho, a empresa utiliza ferramentas como o Sistema Toyota de Produção (TPS, na sigla em inglês) e Toyota Way. Desenvolvido pela Toyota no Japão no século passado - e refinado ao longo das décadas - o TPS faz parte da cultura organizacional da empresa e foi criado para elevar a patamares máximos de produtividade, padronização e qualidade os processos da companhia. Hoje ele é aplicado nos mais variados tipos de negócios.

Já o Toyota Way é uma filosofia que define os valores fundamentais e os métodos de negócio que devem ser aplicados em todos os aspectos e fases de trabalho. Base da cultura corporativa da marca, ele tem como pilares a Melhoria Contínua e o Respeito pelas Pessoas. Por fim, a metodologia kaizen (melhoria contínua) completa esse modo de trabalho e auxilia na constante procura pela eficiência na redução dos riscos e incidentes, no aumento de qualidade e na segurança ao longo da cadeia de valor.

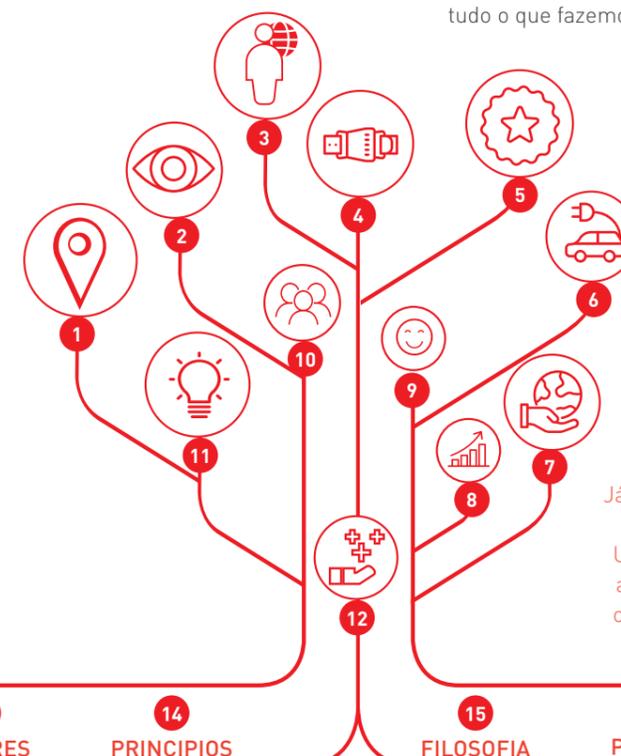
 Saiba mais sobre como funciona o Sistema Toyota de Produção (TPS) em www.toyota.com.br/mundo-toyota/toyota-production-system/

VISÃO GLOBAL TOYOTA 2020

<102-16 >

Sempre com foco em criar e desenvolver tecnologias de ponta e oferecer excelentes produtos e serviços aos clientes, dentro de um ambiente que promova a criatividade individual e o valor do trabalho em equipe, a Toyota Motor Company desenhou, em 2011, sua visão de futuro para o negócio. Conhecida como Visão 2020, essa estratégia cascadeada para todas as subsidiárias no mundo reforça a cultura organizacional, faz parte das metas anuais da empresa e lista diversos compromissos para manter a reputação e sustentabilidade do negócio em seus processos e relações.

- 1** **Mostrar o caminho:** a Toyota tomará a dianteira. Aproveitaremos as oportunidades e investiremos no futuro.
- 2** **Futuro da mobilidade:** desenvolveremos novas formas de transporte e perseguiremos novas maneiras de conectar a tecnologia às pessoas.
- 3** **Enriquecendo vidas ao redor do mundo:** por meio do conceito de monozukuri (manufatura), criaremos empregos, desenvolveremos pessoas e contribuiremos para a sociedade.
- 4** **Formas mais seguras e responsáveis de transportar pessoas:** segurança é nossa prioridade para nossos colaboradores e nossos clientes. Nada é mais importante
- 5** **Compromisso com a qualidade:** elevamos constantemente nossos padrões de confiança, credibilidade e satisfação do cliente.
- 6** **Inovação constante:** nosso objetivo - "Carros sempre melhores". Continuamos a nos reinventar, introduzindo novas tecnologias e ficando à frente de nossa concorrência.
- 7** **Respeito ao planeta:** em tudo o que fazemos, mostramos consideração pelo planeta. Investigamos e promovemos sistemas e soluções que não prejudicam o ambiente.
- 8** **Superar expectativas:** nossa atitude é nos anteciparmos e satisfazer as necessidades daqueles a quem servimos.
- 9** **Recompensados com um sorriso:** a satisfação do cliente é mais bem expressa por um sorriso. Isso promove um comportamento de gratidão e apreço a tudo o que fazemos.
- 10** **Metas desafiadoras:** nossos propósitos são elevados e trabalhamos em conjunto... É isso o que somos.
- 11** **Empregando o talento e a paixão das pessoas:** o poder de nossa organização vem das habilidades e diferenças de nossos colaboradores e parceiros de negócios... Resolvendo problemas e criando novas ideias.
- 12** **Há sempre uma maneira melhor:** o espírito do kaizen - atingindo níveis mais altos e nos desafiando a encontrar uma melhor maneira em tudo o que fazemos... Todos os dias.



Representado por uma árvore, a Visão 2020 tem o Toyota Way como "tronco". Já as raízes são os princípios e valores da companhia. Uma caracterização da "raiz até os frutos", simbolizando o trabalho em conjunto para alcançar o sucesso.

13
VALORES

14
PRINCÍPIOS

15
FILOSOFIA

16
PRECEITOS

ESTRATÉGIA CONECTADA AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Para a Toyota, a sustentabilidade está estreitamente ligada não só a conceitos ambientais, mas também a estratégias sociais e econômicas que garantem a sobrevivência e o crescimento dos negócios.

O infográfico a seguir apresenta a forma como a companhia cria, gera e captura valor. Neste modelo, apresentamos os principais recursos que estão ligados ao funcionamento do negócio e os impactos gerados pelas atividades da empresa, bem como seus benefícios econômicos e sociais.

TOYOTA WAY

O Toyota Way exprime nossa cultura, crenças e valores por meio de dois pilares transversais: melhoria contínua e respeito pelas pessoas. Esses valores e métodos são aplicados em todos os aspectos e fases de nosso trabalho.



DIRECIONADORES ESTRATÉGICOS

Melhoria contínua
Desafio: enfrentando os desafios com coragem e criatividade.
Kaizen: É possível evoluir, melhorando as operações e os negócios.
Genchi Genbutsu: identificação dos fatos concretos para tomar decisões adequadas.



RESPEITO PELAS PESSOAS
Respeito: buscar entendimento e confiança mútua em todos os níveis.
Trabalho em equipe: estímulo ao desenvolvimento de todos os colaboradores.



PROPOSTA DE VALOR

Cliente em primeiro lugar
O que almejamos >> Crescimento sustentável: baseados na melhoria contínua, em nossos valores e em nossa cultura, buscamos refletir nossa evolução nas comunidades.
O que nos move >> Melhoria contínua: por meio do Kaizen, elemento vital de nossa cultura, aplicamos melhoria contínua na operação, em aspectos ambientais e na comunidade.



STAKEHOLDERS ENVOLVIDOS

Associações de classe | Clientes | Colaboradores | Comunidades | Concessionárias | Fornecedores | Imprensa | Sindicatos



7. PÓS-USO

CONCEITO

Acompanhamento do ciclo de vida do produto

PRINCIPAIS RECURSOS

- Diretrizes da matriz japonesa para tornar mais ágil e eficiente o processo de descarte
- Parcerias para logística reversa

PROCESSOS

- Gestão do Ciclo de Vida
- Desenvolvimento socio ambiental, por meio dos projetos da Fundação Toyota do Brasil, seu braço social
- Lançamento do programa de visitas, em 2018, para estreitar o relacionamento com a sociedade e compartilhar as boas práticas da empresa

RESULTADOS

- Projetos de veículos adaptados para a reciclagem
- Logística reversa pneus e baterias
- Upcycling, como desenvolvimento de cooperativas de costura, que produz brindes com resíduos cedidos pela montadora
- Toyota tour em parceria com o roteiro de turismo industrial da prefeitura de SBC

VALORES

- Reputação e imagem no mercado
- Estabelecimento de uma sociedade em harmonia com o meio ambiente



6. USO

CONCEITO

Utilização do veículo pelo cliente

PRINCIPAIS RECURSOS

- Relacionamento com Clientes e Concessionários
- Modelo e rede de atendimento
- Toyota Way

PROCESSOS

- Gestão da Satisfação do Cliente
- Programa Best in Town
- Estratégias de pós-venda

RESULTADOS

- Soluções para a mobilidade
- Redução da Pegada de Carbono (footprint)
- Contribuição para melhoria da Qualidade do ar (Estratégia de baixo Carbono)
- Segurança do cliente

VALORES

- Veículos seguros para sociedade
- Inovação constante e superação de expectativas
- Oferta de melhores produtos e serviços
- Cliente em primeiro lugar
- Compromisso com a sociedade por meio de projetos voltados à comunidade



1. DESIGN

CONCEITO

Planejamento, pesquisa e adaptação às necessidades locais

PRINCIPAIS RECURSOS

- Estrutura organizacional
- Funcionários
- Centro de Pesquisa Aplicada
- Toyota Way

PROCESSOS

- Estudo de soluções para adaptação de carros às necessidades regionais
- Estudo de novas aplicações de materiais para redução de impactos ambientais, melhoria da mobilidade e uso seguro dos veículos

RESULTADOS

- Geração de conhecimento interno
- Edições limitadas de veículos
- Protótipagem de acessórios e análise de matérias-primas
- Pioneirismo em veículos híbridos no Brasil

VALORES

- Banco de conhecimento interno
- Fomento da cultura de pesquisa e desenvolvimento
- Veículos adaptados à realidade da região



2. CADEIA DE FORNECEDORES

CONCEITO

Aquisição de materiais, peças, componentes e desenvolvimento de parcerias em serviços e produtos

PRINCIPAIS RECURSOS

- Relacionamento com fornecedores e terceiros
- Cultura Kaizen

PROCESSOS

- Homologação e processos de controle da cadeia de fornecedores
- Guia Ambiental de Compras, Guia de Responsabilidade Corporativa e Política de Compras

RESULTADOS

- Gestão estruturada da cadeia de fornecedores
- Premiação para fornecedores nas categorias de qualidade, logística e custo
- Atividade da BRASA (Associação Brasileira de Fornecedores Automotivos), com comitê de meio ambiente e segurança

VALORES

- Fornecimento responsável de materiais, bens e serviços
- Contribuição para economias locais
- Desenvolvimento da rede de concessionárias



3. MANUFATURA

CONCEITO

Excelência na fabricação de veículos

PRINCIPAIS RECURSOS

- Infraestrutura de produção
- Funcionários e terceiros
- Materiais, peças e componentes
- Recursos naturais
- Toyota Way

PROCESSOS

- Transformação dos materiais, peças e componentes
- Operação e manutenção das fábricas
- Monitoramento e mitigação de impactos ambientais
- Gestão da saúde e segurança ocupacional
- Interlocução com sindicatos

RESULTADOS

- Produtividade e metas cumpridas
- Oferta de veículos para o país
- Eficiência energética
- Retenção de pessoas qualificadas
- Negociações sindicais

VALORES

- Operação segura para sociedade
- Sistema e soluções que não prejudicam o meio ambiente.



4. DISTRIBUIÇÃO

CONCEITO

Distribuição de veículos para a rede autorizada e de peças de produção e de serviço

PRINCIPAIS RECURSOS

- Centro de Distribuição
- Funcionários e terceiros
- Toyota Way

PROCESSOS

- Transporte dos veículos para concessionários
- Operação e manutenção dos centros de distribuição

RESULTADOS

- Capilaridade logística
- Transporte multi-modal
- Controle de emissões atmosféricas
- Impacto nas mudanças do clima

VALORES

- Otimização logística
- Eficiência energética por meio de melhores rotas e modais



5. VENDAS

CONCEITO

Oferta de produtos e atendimento ao cliente final, garantindo a melhor experiência

PRINCIPAIS RECURSOS

- Relacionamento com Clientes e Concessionários
- Sistemas de gestão e de informação
- Central de atendimento
- Toyota Way

PROCESSOS

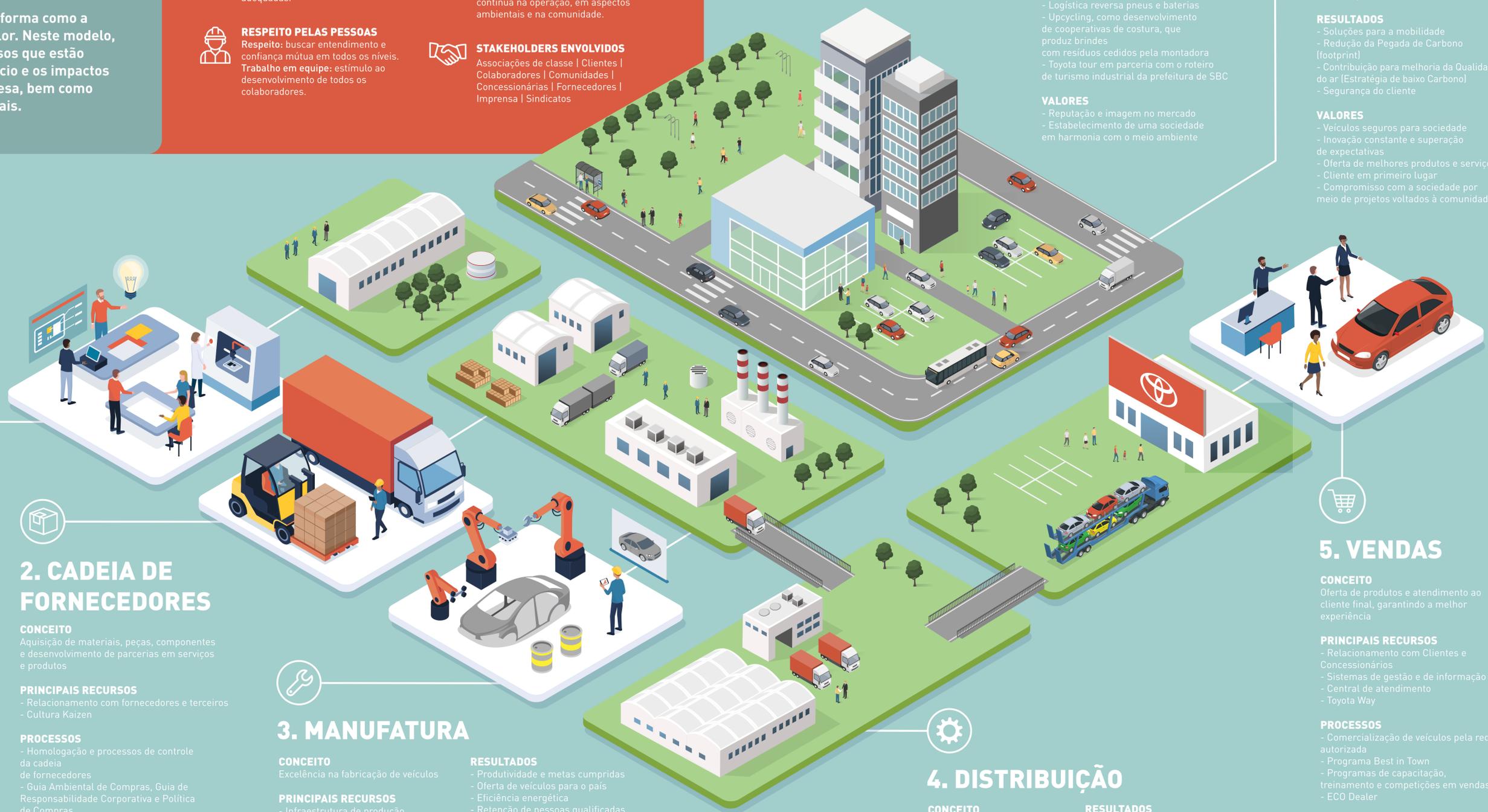
- Comercialização de veículos pela rede autorizada
- Programa Best in Town
- Programas de capacitação, treinamento e competições em vendas
- ECO Dealer

RESULTADOS

- Marca competitiva, admirável e rentável.
- Aumento de Market Share
- Negócio baseado em princípios éticos
- Solidez financeira e fidelização de clientes

VALORES

- Cultura de alta performance
- Contribuição para o desenvolvimento da economia
- Reputação e imagem no mercado
- Posicionamento consolidado no setor



RESULTADOS E PERFORMANCE

<102-7>

A celebração dos 60 anos da Toyota chegou com a marca do segundo melhor desempenho de sua presença no Brasil. Em um ano ainda afetado pela crise e pela retração econômica no País, a marca registrou um novo recorde de vendas desde o início de sua produção e, impulsionada pelas vendas do Corolla registrou aumento de 5% em relação ao ano anterior. O ano calendário de 2017 também foi o segundo período consecutivo de crescimento nas vendas no mercado doméstico, resultado de uma estratégia da marca baseada no crescimento sustentável das operações.

Um dos principais destaques do portfólio da montadora, com 66.200 unidades emplacadas, o Corolla teve um resultado de vendas 2% maior que em 2016, chegando a um market share próximo aos 50% na categoria. Outro recorde do ano ficou com o Toyota Etios. Somando-se as carrocerias hatch e sedã, ele atingiu melhor marca de

vendas ao superar as 70 mil unidades comercializadas - 8% de aumento em relação ao ano anterior.

Os comerciais leves, Hilux e SW4 fecharam 2017 como líderes em suas categorias. A Hilux encerrou o ano com um volume de vendas 1% maior do que no período anterior e 34.354 unidades emplacadas. Com alta de 6% nas vendas, a SW4 conquistou mais de 50% de market share em sua categoria, somando 12.943 veículos vendidos.

E, no ano em que a Toyota Motor Corporation anuncia o marco de 1,52 milhão de unidades de veículos híbridos vendidos ao redor do mundo, a Toyota do Brasil também mostra bons resultados no País. Uma das grandes apostas da empresa na iniciativa de uma tecnologia limpa e sustentável, o híbrido Prius teve um forte aumento de vendas em 2018: com 2.466 unidades do modelo vendidas no ano, hoje ele segue isolado na liderança desse mercado no Brasil.



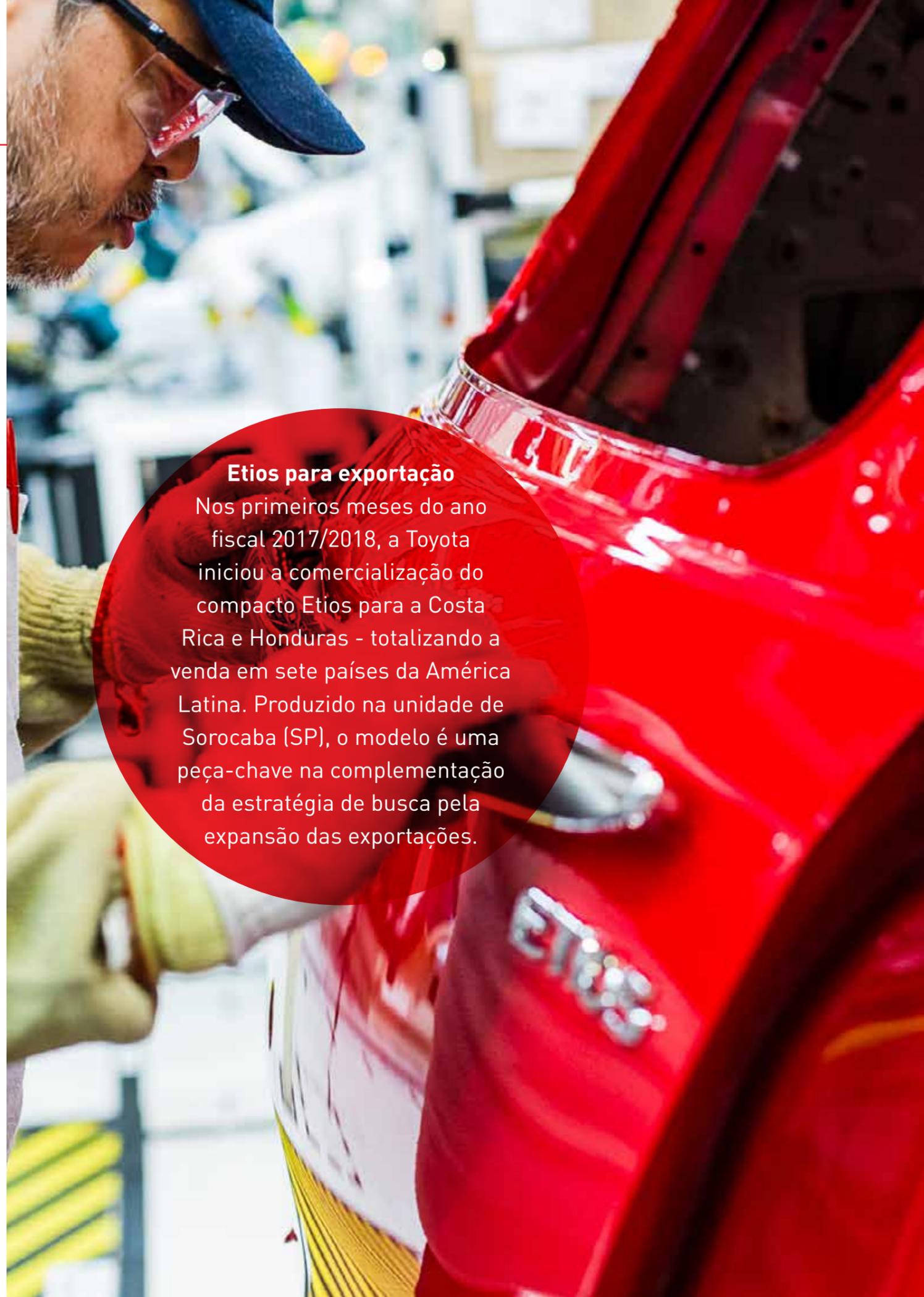
INVESTIR PARA CRESCER

Ao longo de sua trajetória no Brasil, a Toyota vem realizando investimentos constantes na modernização e desenvolvimento de suas unidades produtivas para oferecer produtos cada vez mais eficientes e seguros para seus clientes. Neste último ano fiscal, a empresa anunciou um investimento de R\$ 600 milhões para a ampliação da unidade de motores de Porto Feliz e R\$ 1 bilhão para a modernização da fábrica de Sorocaba, uma preparação para a produção do novo modelo Yaris.

E, para comemorar os 20 anos da unidade de Indaiatuba, em setembro de 2018 a empresa anunciou o investimento de R\$ 1 bilhão para modernização da planta. O aporte tem como foco preparar a unidade para um processo de modernização que a tornará mais flexível e competitiva.

Etios para exportação

Nos primeiros meses do ano fiscal 2017/2018, a Toyota iniciou a comercialização do compacto Etios para a Costa Rica e Honduras - totalizando a venda em sete países da América Latina. Produzido na unidade de Sorocaba (SP), o modelo é uma peça-chave na complementação da estratégia de busca pela expansão das exportações.





NOVO YARIS

Sucesso de vendas em diversos países, o Yaris chega ao Brasil para preencher uma lacuna de mercado entre o Etios e o sedã Corolla. Disponível nas carrocerias hatch e sedã, o novo modelo chegou ao mercado com o conceito "One Class Above" - um produto de categoria superior e excelente nível de equipamentos de série. No segundo mês após seu lançamento o Yaris já figurou entre os 20 veículos mais emplacados de todo o País.

HÍBRIDOS LEXUS

Lançados na última edição do Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, dois novos modelos híbridos da marca de luxo da Toyota chegam ao mercado brasileiro: o sedã LS 500h e o recém-chegado SUV NX 300h. Essa iniciativa reforça a mensagem mundial da Toyota para uma mudança de paradigma no mercado automotivo: investimento em mobilidade e tecnologias híbridas e menos nocivas ao meio ambiente.

METAS ALCANÇADAS

Todos os anos, a Toyota estabelece metas que orientam as ações de colaboradores e da liderança para concretizar a visão de negócio da companhia. Denominados hoshins, esses objetivos são direcionados pela TMC e sua construção é realizada com o apoio das lideranças globais (hoshin TMC), regionais (América Latina e Caribe) e nacionais (TDB).

Ao longo do ano fiscal de 2017/2018, todas as metas propostas para a Toyota Brasil foram alcançadas:

- Perseguir o crescimento sustentável, construindo uma estratégia de negócio consolidada (portfólio de produtos, processo de produção, vendas, engenharia e resultados).
- Maximização de lucros da TDB, em sintonia com o plano original.
- Fortalecer nossa competitividade no mercado global por meio de uma operação estável, com mais produtividade e flexibilidade.
- Aprimorar a sustentabilidade do negócio visando reduzir a exposição a câmbio da organização.
- Conduzir com sucesso os projetos de inovação em produtos (três) definidos para o ano.
- Solidificar a base para o fortalecimento do negócio da TDB em pilares como cultura de segurança; cliente em primeiro lugar; controles internos e governança; satisfação e colaboradores e reforço do Toyota Way.
- Modificar modos de trabalho: *mindset* de unidade de negócios; reforço de atividades com valor agregado e alocação de mão de obra; adaptação à nova estrutura regional.



TOYOTA

2018/2019

SOLUÇÕES PARA O FUTURO

Momento de se reinventar	42
Centro de Pesquisa Aplicada	42
Híbrido flex	42
Rota 2030	43
Mobilidade para todos	43

MOMENTO DE SE REINVENTAR

Hoje, as mudanças tecnológicas e de comportamento vem afetando fortemente a maneira como as empresas pensam seu negócio - em especial a indústria automotiva, uma das mais afetadas por um mercado cada vez mais voltado para o serviço e para a rapidez proporcionada por soluções de mobilidade.

Pensar o futuro de uma forma diferente é hoje um tema estratégico para a Toyota, que se coloca cada vez mais - da matriz às subsidiárias em todos os cinco continentes - como uma empresa focada em desenvolver soluções para proporcionar a mobilidade na forma mais segura, mais efetiva e menos nociva ao meio ambiente possível. Ao longo desse último ano fiscal, a Toyota do Brasil já incorporou esse direcionamento global em seus hoshins e em sua estratégia de negócio, iniciando diversos pilotos, estudos e parcerias para entender melhor o cenário da mobilidade urbana no país e quais os melhores caminhos a seguir.

CENTRO DE PESQUISA APLICADA

Parte da renovação da unidade de São Bernardo do Campo, o primeiro Centro de Pesquisa Aplicada (CPA) da marca na América Latina foi concebido para melhorar a competitividade da empresa integrando as atividades relacionadas à pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e fornecedores. Com a inauguração deste centro de pesquisa, hoje a empresa tem mais agilidade no desenvolvimento e nacionalização de materiais que sejam mais adequados às necessidades locais, além de facilitar o processo de comunicação e de validação com a matriz no Japão. O CPA reúne os departamentos de Engenharia, Compras, Regulamentação Veicular e Qualidade Assegurada, permitindo

maior interação entre as áreas, sendo hoje uma peça essencial para as metas de médio e longo prazo relacionadas à eficiência e mobilidade.

HÍBRIDO FLEX

Na Toyota, o compromisso com o futuro e com a mobilidade se cruza diretamente com as metas estabelecidas pelo Desafio Ambiental 2050, de reduzir a média global de emissão de CO₂ de novos veículos em 90% até 2050 (saiba mais no capítulo de Performance Ambiental).

Pioneira na introdução de veículos híbridos no mercado (o primeiro Prius foi lançado no Japão em 1997), a empresa começou em 2018 os testes práticos com um novo protótipo de um veículo híbrido equipado com motor de combustão interna flexfuel. O projeto, que combina um propulsor elétrico e outro flexível a gasolina e etanol, foi desenvolvido em parceria entre as equipes de engenharia da Toyota Motor Corporation e da Toyota do Brasil.

Estudos preliminares apontam que o híbrido flex tem um dos mais altos potenciais de compensação e absorção de CO₂ gerado desde o início do ciclo de uso do etanol extraído da cana-de-açúcar. Os primeiros testes foram realizados durante um percurso de mais de 1.500 quilômetros entre os estados de São Paulo e Distrito Federal, que colocou à prova a durabilidade do carro e ajudou na avaliação do conjunto motor-transmissão quando abastecido com etanol nas estradas brasileiras. O trabalho foi direcionado para extrair o potencial máximo de cada solução ao utilizar combustível oriundo de fonte 100% renovável: alta eficiência, baixíssimos níveis de emissões e capacidade de reabsorção dos impactos de gás carbônico.

ROTA 2030

O Programa Rota 2030 também traz diversas oportunidades de inovação para o setor. Sancionada pelo governo em dezembro de 2018, a política de médio a longo prazo estabelece incentivos fiscais para fabricantes que investirem até R\$ 5 bilhões na área de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) por ano, melhorando a eficiência energética de seus veículos em 11% até 2022. Entre esses incentivos, está a redução de até três pontos percentuais do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para carros híbridos com tecnologia que permita o uso do etanol.

Além dos diversos investimentos para a modernização das unidades produtivas, o trabalho de melhoria contínua da Toyota na eficiência dos motores e o investimento na tecnologia híbrida, a empresa também busca ampliar seu espectro no programa focando em oportunidades de melhoria dentro da sua cadeia de fornecedores, com uma maior exigência de certificados (como a ISO 14000), a verificação mais próxima para evitar o uso de substâncias prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, entre outros padrões que são essenciais ao relacionamento da empresa com esse stakeholder (saiba mais no capítulo Públicos de Relacionamento).

MOBILIDADE PARA TODOS

Criada em 2014 para buscar soluções de mobilidade em parceria com universidades, governos, organizações não-governamentais, instituições de pesquisa e outras empresas, em 2018 a Toyota Mobility Foundation, por meio de uma parceria com a WRI Brasil e a Frente Nacional de Prefeitos (FNP), promoveu o desafio InoveMob. Composto por cinco fases, o projeto convocou participantes de todo o Brasil para enviarem ideias que melhorassem a mobilidade em áreas com grande número de deslocamentos, como estações e terminais de transporte coletivo, distritos industriais, escolas, centros comerciais, universidades e hospitais.

Cerca de cem projetos foram submetidos e 12

 Para saber mais sobre a iniciativa, acesse desafioinovemob.org

equipes semifinalistas participaram de oficinas para aprimorarem seus projetos. Dos 12 projetos, cinco foram escolhidos como finalistas e receberam US\$ 20 mil cada para implantar um piloto de suas ideias ao longo dos próximos meses. No dia 5 de dezembro, foi anunciado o vencedor: o aplicativo de caronas corporativas bynd.

Testado em Brasília pelo Ministério das Cidades, pela empresa Valec e pela prefeitura da cidade de Juiz de Fora (MG) o aplicativo de caronas cria sistema de transporte para funcionários de uma mesma empresa ou organização. A equipe receberá US\$ 100 mil (cerca de R\$ 400 mil) para dar escala a seu projeto e ampliar a plataforma.

START YOUR IMPOSSIBLE

A Toyota acredita que poder exercer o direito de ir e vir amplia horizontes e permite uma sociedade mais produtiva e próspera. E para equacionar soluções dentro desta ambição, a Toyota tem se inspirado em criar meios que permitam as pessoas atingirem níveis mais altos de liberdade e locomoção para quaisquer jornadas de suas vidas. Esta é a missão da Toyota para os novos tempos, desafiando todo o impossível. Foi esta visão de longo prazo que fez nascer, no seio da inovação da Toyota, a iniciativa Start Your Impossible (comece o seu impossível, na tradução em português). Sob esta premissa, a marca visa compartilhar com todos dos seus públicos de relacionamento a crença de que a mobilidade vai além dos carros e busca desenvolver inovações para trazer mais qualidade de vida para as pessoas em uma sociedade mais inclusiva e sustentável. Como primeiro parceiro de mobilidade dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos (Japão 2020), a iniciativa pretende oferecer serviços de mobilidade e expertise em logística e também incluirá uma variedade de programas adicionais focados em funcionários, revendedores e consumidores, além de buscar colaboração com a Toyota Mobility Foundation.

Para saber mais sobre a iniciativa, acesse www.MobilityForAll.com (site em inglês)



TOYOTA

2018/2019

PÚBLICOS DE RELACIONAMIENTO

Colaboradores

46

Clientes e concessionárias

51

Fornecedores

56

Comunidades

58

COLABORADORES

<103-1, 103-2 e 103-3>

Um dos principais pilares de trabalho da Toyota em todo o mundo está concentrado no respeito pelas pessoas. Isso envolve a construção de uma cultura baseada na confiança mútua, na segurança, valorização do trabalho em equipe e no estímulo à criatividade e bem-estar.

Alinhada a sua estratégia de atuação no País e à Visão Global 2020 para criar empregos, desenvolver pessoas, mesmo com a crise que atingiu o mercado brasileiro nos últimos anos, a Toyota mantém seu ritmo de crescimento com o reforço da cultura kaizen em todas as etapas de seu processo de trabalho e o foco em uma produção destinada não só o mercado doméstico, mas também regional.

Apesar de ter sido um período ainda desafiador devido aos reflexos dessa crise, para a área de Recursos Humanos o ano fiscal de 2017/2018 trouxe bons frutos com o reforço das atividades de comunicação, dos programas de desenvolvimento interno e com o reforço de um bom relacionamento com os sindicatos para a proteção de empregos.



PRESENÇA FEMININA

O setor automotivo ainda é reconhecido por ser uma área com a presença majoritária de profissionais do sexo masculino. Algo que aos poucos vem mudando por iniciativa das próprias empresas, que buscam mais diversidade de gênero em seus quadros para garantir um ambiente criativo e equilibrado. Na Toyota, esses números ainda são discrepantes, mas a área de Recursos Humanos vem trabalhando em iniciativas – como o programa Female – iniciado em 2017 para entender quais são as aspirações e expectativas profissionais em relação a sua carreira dentro da companhia.

Hoje, nosso desafio é criar um ambiente autenticamente igualitário, promovendo uma mudança em nossa cultura, além da conscientização, engajamento e desenvolvimento por meio do diálogo e ações entre homens e mulheres. Hoje, 26% de nosso quadro de colaboradores (na área administrativa) e 12% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres (base março/19). Ainda não existem metas internas, mas a fase de diagnóstico para outras potenciais executivas está em andamento.

Além disso, em julho de 2018 realizamos uma palestra sobre o Viés Inconsciente na planta de Sorocaba, que na época estava contratando cerca de 130 mulheres para atuar na área produtiva. O feedback recebido em relação à essa iniciativa foi muito positivo, com o depoimento de colaboradoras sobre esse trabalho que vem sendo realizado pela Toyota.

A Toyota também apoia a participação de suas profissionais na North America Women Conference, uma oportunidade para a troca de experiências entre pessoas do mundo todo sobre os desafios da mulher no mercado de trabalho, oportunidade para o desenvolvimento profissional e compartilhamento de ideias. Para a Toyota, a ação é uma oportunidade reconhecer o valor e aumentar a visibilidade das mulheres em toda a organização.



Número total de colaboradores <102-8>

	2016/2017		2017/2018		2018/2019*	
Temporários	4.805	409	5.410	527	5.675	529
Permanentes	284	146	243	33	765	132
Total por gênero	5.089	555	5.653	560	6.440	661
Total	5.644		6213		7101	

	2016/2017		2017/2018		2018/2019*	
Tempo integral	4.906	424	5.511	469	6.255	561
Meio período	183	131	142	91	185	100
Total por gênero	5.089	555	5.653	560	6.440	661
Total	5.644		6213		7101	

*Dados de março de 2019



AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

<404-3>

Na Toyota, os colaboradores passam por análises de desempenho estruturadas de acordo com os diferentes níveis funcionais. Vale ressaltar que os profissionais horistas das unidades de Guaíba (RS) e Indaiatuba (SP) não realizam essa avaliação.

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
						
Gerência	1,36%	0,07%	1,09%	0,04%	0,65%	0,03%
Chefia/ coordenação	1,79%	0,23%	1,38%	0,20%	2,00%	0,24%
Técnica/ supervisão	8,91%	8,91%	7,81%	1,34%	1,70%	0,30%
Administrativo	10,99%	5,21%	6,13%	4,58%	11,20%	5,25%
Total por gênero	23,05%	14,42%	16,41%	6,16%	15,55%	5,82%
Total	37,47%		22,57%		21,36%	



PESQUISA DE CLIMA

Os resultados da Pesquisa de Clima realizada em 2017 também deram um maior direcionamento sobre as principais necessidades das equipes em relação às questões sobre o desenvolvimento de carreira e ambiente de trabalho. A partir dos dados coletados, a equipe de Recursos Humanos montou grupos focais para identificar as causas-raiz dos problemas levantados na pesquisa e iniciar a implantação de contramedidas.

DESENVOLVIMENTO CONTÍNUO

<404-1>

Além das capacitações tradicionais, como segurança nos processos produtivos, disseminação do TPS, Toyota Way e da Visão Global da companhia, com base nos resultados a última pesquisa de clima realizada em 2017, a área de Recursos Humanos vem desenvolvendo treinamentos voltados para a liderança e suas formas de comunicação e interação com as equipes. O objetivo é ter - e preparar - líderes cada vez mais capacitados para gerenciar conflitos, priorizar as atividades de melhorias e manter o time motivado e engajado para que as metas da empresa sejam atingidas. Ao longo do ano fiscal, a Toyota também investiu na implantação de outras frentes de desenvolvimento profissional. Entre elas estão bolsas para idiomas, graduação e pós-graduação.

Número médio de horas de treinamento

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
	12,4	14,0	19
	1,2	1,8	12
Total	13,63	15,8	31

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Gerência	n/a	0,009	4,2
Chefia/ coordenação	n/a	0,052	5,2
Técnica/ supervisão	n/a	3,5	37,9
Administrativo	n/a	12,2	8,1
Total	13,63	15,8	13,86

SAÚDE E SEGURANÇA

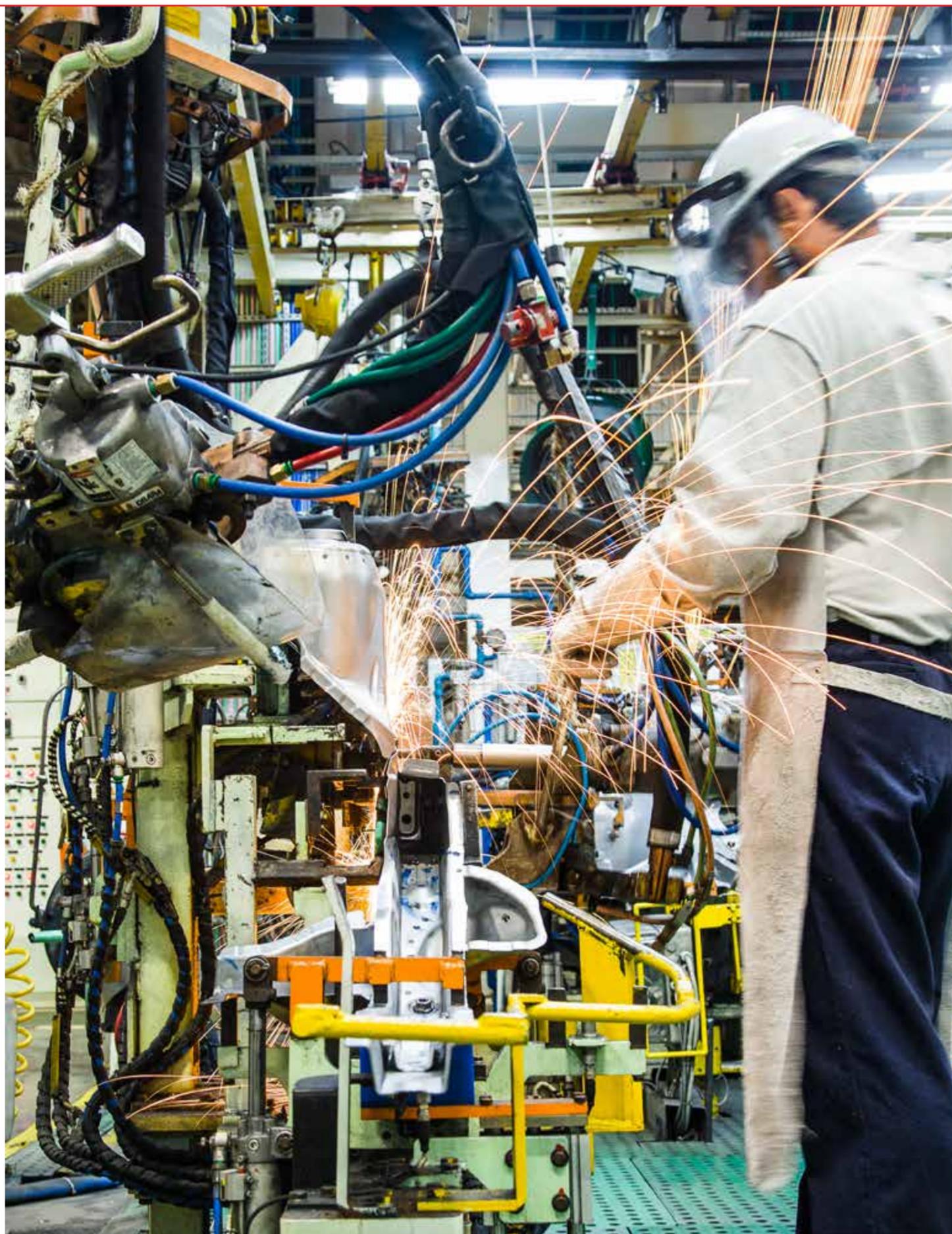
<403-4>

Tendo a segurança como prioridade para colaboradores e clientes e parte da Visão Global 2020, a Toyota desenvolve seus processos com base em um Sistema de Gerenciamento de Segurança e Saúde no Trabalho (OSHMS em inglês) e aplica rígidas ações de controle de riscos, treinamento, sensibilização que reforçam a cultura de comportamento seguro e mobilizam colaboradores e líderes por meio de reuniões periódicas, campanhas e treinamentos. Seguindo a legislação local, todas as unidades possuem comissões de prevenção a acidentes de trabalho (Cipa), calendário e campanhas e patrulhas e inspeções nas plantas.

SINDICATOS

<102-41>

A Toyota trata todos os sindicatos com o mesmo princípio de respeito e diálogo, e acredita que esse ciclo de cooperação só traz resultados positivos para a segurança dos colaboradores (física e financeira) e para a produtividade na empresa. Hoje, dentro das negociações, a Toyota procura colocar claramente a questão da construção de confiança e respeito mútuo, sempre demonstrando necessidades, dificuldades e oportunidades. Vale ressaltar que a TDB possui representantes de sindicatos dentro de cada planta e que todos os colaboradores são cobertos por negociações coletivas.



CLIENTES E CONCESSIONÁRIAS

Para a Toyota, qualidade, segurança e satisfação do cliente são compromissos fundamentais para a sustentabilidade de suas operações. Para fortalecer cada vez mais esses pilares que sustentam a forma de trabalho da companhia em um mercado cada vez mais competitivo e em rápida mudança, a empresa busca estar próxima dos clientes - com um atendimento ágil e de qualidade - e também de toda a sua rede de concessionários.

De forma a garantir a melhor experiência aos clientes, as áreas de Vendas e Pós-Vendas da Toyota monitoram diversos indicadores - como tempo de atendimento, volume de reclamações e rapidez de resposta - e, com base nos resultados, tomam contramedidas para que nenhum fato se repita. Casos mais complexos são direcionados para um grupo específico de engenheiros para que sejam tratados da forma mais rápida e assertiva possível, excedendo assim a expectativa e ampliando a lealdade dos clientes: hoje a TDB fica atrás apenas do Japão em números de fidelização de clientes.



Em 2018, a Toyota retomou o primeiro lugar no ranking de Satisfação dos Clientes, divulgado pela J.D. Power Brasil. A pesquisa registrou recorde de satisfação no comparativo com os anos anteriores e trouxe a Toyota novamente à liderança, com o mais alto índice de satisfação de todos os tempos.

Com a mudança de perfil dos consumidores, cada vez mais ativos nas redes sociais, hoje a Toyota também realiza um processo de monitoramento de todos os seus canais na internet e também de sites como o Reclame Aqui. No último ano fiscal, mesmo com o lançamento do Yaris, foi possível perceber uma redução no número de reclamações - resultado de um processo constante de aproximação com esses clientes e aprimorado com a inauguração do novo Centro de Visitas na fábrica de São Bernardo do Campo (veja box).

INDICADORES SAC

Todos os clientes que acessam o SAC são convidados a participar de uma pesquisa ao final do atendimento para avaliar a qualidade do serviço. A meta estabelecida pela TMC é de 70%. Em 2018, esse número foi superado na TDB, chegando a 78% de clientes satisfeitos.



Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)

Caso tenham alguma dúvida ou necessidade, os clientes podem entrar em contato com a Toyota de diversas formas por meio do SAC. Telefone gratuito (0800-703-0206) E-mail: clientes@sac.toyota.com.br



NOVO CENTRO DE VISITAS

Parte do processo de revitalização da unidade de São Bernardo do Campo, a Toyota inaugurou um dos Centros de Visitas mais tecnológico da empresa em todo o mundo. Construído em uma área de 750 m², o centro foi concebido para oferecer aos participantes uma experiência de imersão no universo Toyota, levando as pessoas em uma viagem pela história da empresa.

O espaço também exibe unidades comemorativas dos veículos produzidos pela montadora, como o último Bandeirante e coloca a visão de futuro de Toyota como parte da experiência: detalhes da tecnologia que une motor elétrico e a combustão e jogos interativos simulam percursos urbanos a bordo do Mirai, veículo da montadora movido a hidrogênio e que libera somente vapor d'água pelo escapamento.

Além disso, em 2018 a Toyota também lançou o Programa de Visitas da Toyota do Brasil para todas as suas fábricas no país. Por meio dessa iniciativa, a empresa busca aproximar o público da história da montadora, compartilhando informações para que os visitantes tenham acesso sobre valores, cultura e forma de trabalho da Toyota.

As visitas podem ser agendadas no site www.toyota.com.br/programa-de-visitas



SEGURANÇA EM PRIMEIRO LUGAR

< 103-1, 103-2, 103-3, 416-1 >

Produzir e comercializar veículos de qualidade está entre os princípios básicos de atuação da Toyota. Avaliações de risco e de segurança estão presentes em todas as etapas do ciclo de vida do veículo - desde sua concepção, ao desenvolvimento de peças, componentes e industrialização. Parte desse trabalho, e em linha com as diretrizes da TMC, a Toyota do Brasil possui uma equipe especializada para os chamados mais complexos dos clientes - o Swift Market Analysis Response Team (Smart) - que avalia cada situação para descobrir os riscos e eliminá-los.

LATIN NCAP

O Programa de Avaliação de Carros Novos para América Latina e o Caribe (Latin NCAP) é responsável pela avaliação e classificação dos automóveis de acordo com sua resistência a testes de colisão e impacto (zero a cinco estrelas) e a garantia da integridade do motorista e dos demais passageiros. Todos os testes são realizados por especialistas externos e de forma voluntária pelas montadoras. Veja o desempenho dos principais modelos da Toyota:

Corolla

☆☆☆☆☆
para passageiros em banco
dianteiro e banco traseiro.

Etios

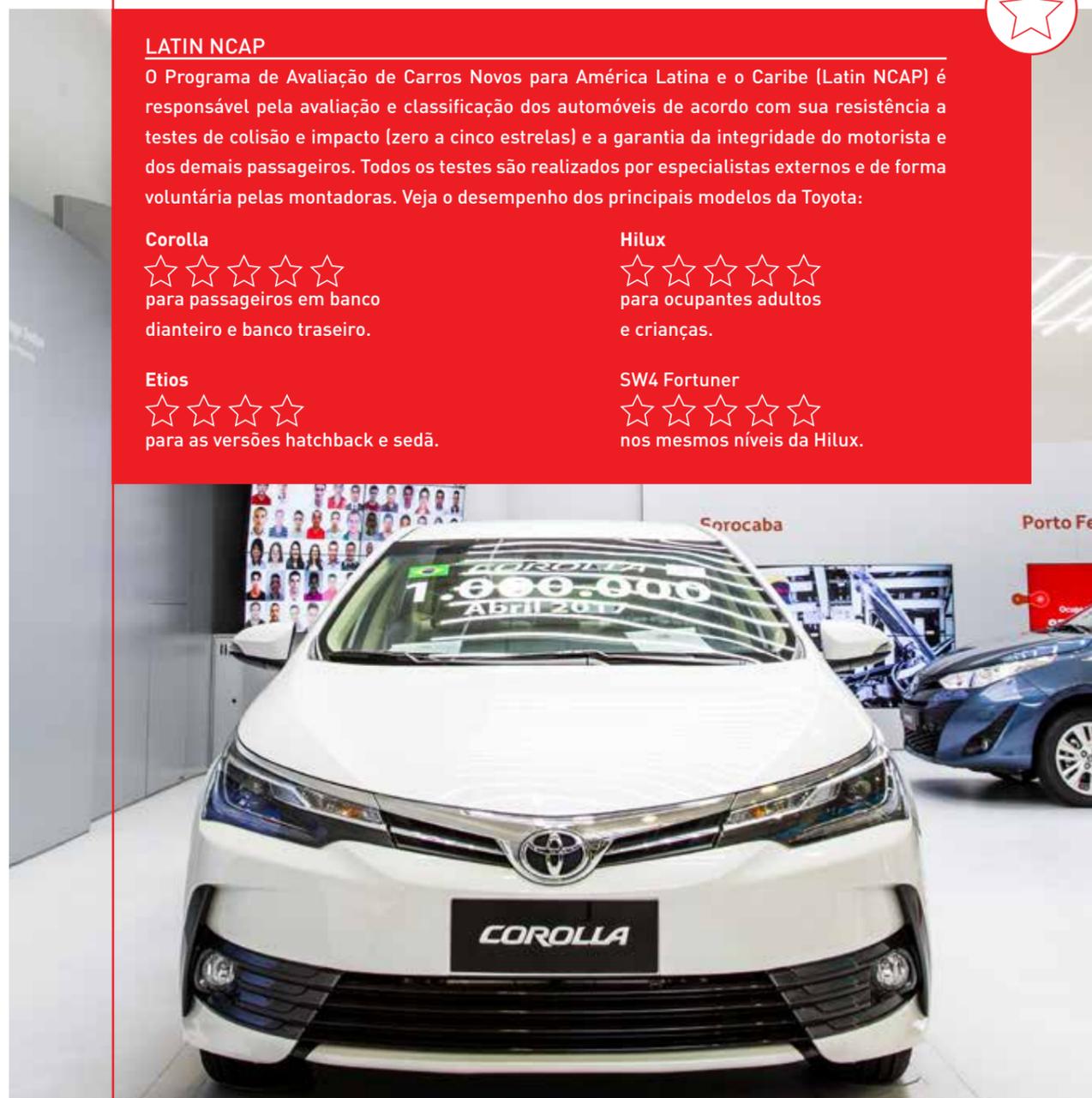
☆☆☆☆
para as versões hatchback e sedã.

Hilux

☆☆☆☆☆
para ocupantes adultos
e crianças.

SW4 Fortuner

☆☆☆☆☆
nos mesmos níveis da Hilux.



PARCERIAS DE VALOR

As concessionárias são a porta de entrada dos clientes para o mundo Toyota. Elas representam a excelência da marca e são o primeiro contato com a qualidade e agilidade dos serviços oferecidos pela empresa. O fortalecimento dessa parceria é constantemente renovado por meio da ampliação da carga horária de treinamentos e a reformulação de conteúdos para melhor atender as necessidades do revendedor e aprofundar a cultura Toyota. Hoje, a rede de concessionárias autorizadas contempla 257 unidades, presentes em 26 estados e no Distrito Federal.

Em 2017, com foco na melhoria da experiência do cliente e da atuação da concessionária, a Toyota iniciou a implantação de uma nova filosofia denominada Best in Town na concessionária Nova Quality, em Guarulhos (SP). Esse conceito global, que vai além da já consagrada qualidade Toyota, visa proporcionar uma experiência única a cada cliente durante toda sua jornada com a marca (Compra, Posse, Recompra). Esta filosofia, que tem como pilares a Conveniência, Transparência e Hospitalidade, ajuda a aumentar a retenção dos clientes transformando-os em fãs da marca.

Além disso, a empresa também criou uma nova ferramenta conhecida como SAC Preventivo. A ideia é que não seja preciso aguardar o cliente entrar em contato com o SAC para registrar uma reclamação ou solucionar alguma dúvida. Assim, por meio de um representante treinado do SAC dentro de cada concessionária, é possível fazer o monitoramento em tempo real, avaliando irregularidades que possam gerar insatisfação e tratando-as antes que possam se tornar um problema real.

PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DE VENDAS

Todos os profissionais da equipe de Vendas e Serviços que têm contato direto ou indireto com o cliente possuem plano de desenvolvimento, com treinamentos EAD e presenciais.

One Toyota: A Toyota unificou seus programas de qualidade (TSW-Toyota Sales Way e TSM - Toyota Service Management) e criou o ONE TOYOTA. Este programa unificado visa garantir a qualidade de todos os processos de vendas e serviços da rede de concessionárias garantido excelência no atendimento de nossos clientes.

Skill Contest: competição promovida pela área de Pós-Vendas. Reconhece resultados em atendimento, no diagnóstico e em reparos. Em 2017/2018, a 23ª edição do Concurso Nacional de Habilidades Técnicas premiou 10 consultores de

Produzir e comercializar veículos de qualidade está entre os princípios básicos de atuação da Toyota

serviços e técnicos entre 1633 participantes de 92 concessionária do país.

Treinamentos técnicos e gerais: no ano fiscal de 2017/2018, esses treinamentos foram aprimorados e tiveram sua duração ampliada para quatro dias, promovendo uma maior imersão no universo e na filosofia Toyota. 1658 pessoas (1152 técnicos e 506 consultores) participaram dos módulos.

Os aspectos ambientais também são levados em consideração na rede de distribuidores. Desde 2006, a Toyota mantém o Programa de Auditoria de Riscos Ambientais em Distribuidores (Derap, na sigla em inglês) - agora conhecido como ECO Dealer. O programa avalia diversos requisitos como o gerenciamento adequado de resíduos, a presença de um responsável ambiental em cada distribuidor, a adequação a uma política ambiental vigente, entre outros. Além disso, a Toyota recomenda que todos os parceiros possuam a certificação ISO 14001, atestando a existência de sistemas de gestão ambiental nas concessionárias.

FORNECEDORES

<103-1, 103-2, 103-3, 102-9, 308-2, 414-2>

Um dos stakeholders de maior importância para a manutenção e sustentabilidade do negócio, a cadeia de fornecedores da Toyota é formada por aproximadamente 100 empresas distribuídas nas categorias de peças e matéria-prima. Para integrar a cultura de qualidade da companhia, todos os parceiros são avaliados segundo critérios de qualidade, processo logístico, capacidade de atendimento, custo e adequação aos requisitos do Guia Ambiental de Compras. Para isso, a área responsável pelas contratações na TDB leva em consideração direcionadores internos como o Guia Ambiental de Compras, o Guia de Responsabilidade Corporativa e a Política de Compras da Toyota.

A Toyota vem avançando ano a ano na avaliação e verificação de diversos critérios que auxiliam a empresa a garantir relações duradouras e idôneas. Para isso, também desenvolveu ações de engajamento em temas relacionados a aspectos sociais, fiscais, TPS, FMDS/Qualidade Segurança e Consciência Ambiental. Nesse último ano fiscal (2017/2018), mais de 35 empresas foram envolvidas.



OS MELHORES DE 2018

Trabalhar em parceria também significa reconhecer aqueles que se destacam na prestação de serviços para a Toyota do Brasil. Dessa forma, em abril de 2017, a empresa realizou a 16ª edição do "Suppliers Conference", premiação direcionada a reconhecer os fornecedores que atingiram metas e superaram expectativas em relação aos serviços e produtos entregues durante o ano.

Ao todo, 21 fornecedores receberam o grau de excelência em quatro categorias: Qualidade, Logística, Redução de Custos e Reconhecimento Especial, Engenharia de Valor e Análise de Valor (VA/VE) e Meio Ambiente. Entre eles, a Pioneer foi premiada como Melhor Fornecedor de 2018 - a empresa atingiu 100% das metas em cada uma das categorias propostas pelo prêmio. Conheça a seguir as empresas premiadas em cada categoria:

- Qualidade: Dana, G-KT Brasil, Mahle, NSK Brasil, Plastic Omnium, Schaeffler e TPR
- Logística: Bosal, Casco, G-KT Brasil, NSK Brasil, Sanko e ZF
- Redução de custos: Aisin AI, Denso, Panasonic, SGBR, Stanley, Tyco, Yazaki e Zanettini Barossi
- Melhor Engenharia de Valor e Análise de Valor (VA/VE): Yazaki
- Meio Ambiente: Kanjiko

Todos os parceiros são avaliados em critérios de qualidade, logística, atendimento, custo e adequação ao Guia Ambiental de Compras

FUNDAÇÃO TOYOTA DO BRASIL E COMUNIDADES

<103-1, 103-2, 103-3, 203-1, 203-2, 413-1>

Faz parte da visão estratégica da Toyota o desenvolvimento sustentável, o respeito às pessoas e o crescimento em harmonia com as comunidades de entorno de suas operações por meio de uma gestão inovadora e com o mínimo impacto ao planeta.

Com investimentos que chegaram a R\$ 4,4 milhões entre os meses de abril a dezembro de 2017 e a R\$ 4,6 milhões entre os meses de janeiro a dezembro de 2018, a Fundação Toyota do Brasil funciona hoje como um dos principais pilares de ações socioambientais da companhia. Por meio dela, a empresa busca formar cidadãos e criar oportunidades de crescimento, sempre em harmonia com o meio ambiente. Suas atividades hoje

incorporam a conservação do meio ambiente e dos biomas brasileiros e em educação, cidadania e promoção da responsabilidade ambiental.

Já a área de Responsabilidade Social fez uma revisão de sua estratégia de atuação para garantir um maior engajamento de toda a liderança e direcionar a Toyota nas decisões relacionadas à responsabilidade socioambiental. A análise, realizada por uma consultoria externa contribuirá para o fortalecimento da visão estratégica dos projetos dentro da companhia. Neste próximo ano fiscal, a empresa montará grupos de trabalho dentro dos pilares recomendados para definir novos planos de ação.



740 ninhos espalhados por 57 fazendas



EMPRESAS E MEIO AMBIENTE

Durante a Virada Sustentável de São Paulo, realizada em agosto de 2018, a Fundação Toyota do Brasil realizou um painel de discussão abordando o tema "Empresas e Meio Ambiente: muito além do próprio impacto" para discutir modelos de negócios baseados na sustentabilidade socioambiental. Durante o evento, a empresa também promoveu um jogo interativo, que propunha uma Caça aos Tesouros do Brasil inspirado nos projetos Arara Azul, Costa dos Corais e Águas da Mantiqueira.



The Toyota Foundation used to work with a fiscal year from April to December 2017. Since January 2018, the Foundation started to base use the calendar year.

ARARA AZUL

Um dos projetos mais antigos da Toyota, o Arara Azul monitora, hoje, mais de 740 ninhos espalhados por 57 fazendas da região do pantanal - situadas em Miranda, Aquidauana e Bonito (MS) e na região de Barão de Melgaço (MT) - e ajudou a tirar a espécie da lista de animais ameaçados de extinção. Com sede em Campo Grande (MS), o Instituto Arara Azul tem o apoio logístico fornecido pela Toyota com quatro picapes Hilux. Com tração 4X4, as picapes permitem a locomoção da equipe de biólogos entre as regiões de preservação para o monitoramento dos ninhos.

O principal foco da Fundação Toyota em relação ao Instituto Arara Azul é executar um plano de sustentabilidade de longo prazo, que permita que a entidade continue contribuindo com a comunidade por meio de oficinas de conscientização, palestras, turismo de observação na cidade, pesquisa e atividades de conservação do bioma pantaneiro.



ENTRE OS 17 ODS, O PROJETO ARARA AZUL TEM ADERÊNCIA AOS OBJETIVOS:

5 IGUALDADE DE GÊNERO	8 TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÔMICO	10 REDUZIR AS DESIGUALDADES
11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS	12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS	13 AÇÃO CLIMÁTICA
15 PROTEGER A VIDA TERRESTRE	17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS	

PROJETO AMBIENTAÇÃO

Em uma época em que a escassez de água e as constantes altas nos valores da energia elétrica são cada vez mais comuns, o Projeto Ambientação ajuda a promover desenvolver e implantar projetos que promovam a educação em questões ambientais como o consumo consciente de recursos naturais (água e energia elétrica) e o gerenciamento de resíduos dentro de entidades públicas da comunidade. Dividido em oito passos, o Ambientação utiliza o Toyota Business Practices (TBP), ferramenta de solução de problemas operacionais e já atingiu mais de meio milhão de pessoas ao longo dos seus 10 anos de existência.

Um dos destaques de 2017 foi a capacitação de 40 servidores públicos de prefeituras do entorno do Sorocaba (SP). Após uma série de pesquisas, os funcionários da maior escola de Capela do Alto (SP), Escola de Ensino Fundamental "Maria Elza Lazara Lopes", conseguiram identificar que a cozinha do local consumia, em média, 320 litros de água por pessoa, por dia, na lavagem de louças, enquanto a sugestão da ONU (Organização das Nações Unidas) é de 110 litros de água, por pessoa, ao dia. A simples troca de materiais plásticos por louça, de mais fácil higienização, permitiu uma economia de 20% no consumo de água diariamente. No total, as prefeituras participantes conquistaram uma redução de R\$ 70.000 aos cofres públicos.

Em 2018, a Fundação Toyota também encerrou a 1ª edição do projeto Ambientação na Região Metropolitana de Campinas (SP). Ao todo, 13 municípios desenvolveram 18 projetos com a capacitação de funcionários públicos para identificar problemas no consumo de água nas unidades em que trabalham e para poderem propor soluções sustentáveis.

O programa agora também possui uma parceria com a Fundação Espaço ECO® (FEE®), que utilizará os dados já colhidos pelo ambientação nos últimos 10 anos para uma análise baseada no conceito de Avaliação de Ciclo de Vida (ACV), que poderá potencializar os benefícios ambientais e econômicos que já eram identificados pelo projeto. Resultados já levantados mostram que 29 trabalhos realizados entre 2010 e 2018 nas cidades do interior de São Paulo (SP) permitiram a economia de 698 milhões de litros de água, que equivalem a 3,4 milhões de ciclos de uma lava-roupa, ou seja, água suficiente para lavar a roupa de 268 mil habitantes por um ano.

O projeto hoje atende mais de 14 cidades na região: Artur Nogueira, Bom Jesus dos Perdões, Campinas, Cosmópolis, Hortolândia, Indaiatuba, Iracemápolis, Itatiba, Jaguariúna, Jundiaí, Nova Odessa, Paulínia, Pedreira, Morungaba, Santa Barbara d'Oeste, Valinhos, Várzea Paulista e Vinhedo.



O PROJETO AMBIENTAÇÃO TEM ADERÊNCIA A 5 OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



TOYOTA APA COSTA DOS CORAIS

Iniciativa público-privada entre a Fundação Toyota do Brasil, a Fundação SOS Mata Atlântica e o ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade), o projeto foi criado para garantir a conservação e sustentabilidade da Área de Proteção Ambiental (APA) Costa dos Corais, que abrange nove municípios em Alagoas e três em Pernambuco. O projeto ajuda a preservar os recifes de corais, proteger as áreas de manguezais, conservar o habitat e os ecossistemas associados ao peixe-boi-marinho - um dos mamíferos aquáticos mais ameaçados do Brasil.

O Toyota APA Costa dos Corais tem como prioridades a criação de um fundo de investimento que garantirá a perpetuidade no apoio à gestão, o que

inclui a execução de atividades previstas no Plano de Manejo Governamental, proteção e sustentabilidade da APA e o suporte em atividades desenvolvidas por organizações e comunidades locais, que já atuam em prol da conservação da área, incentivando atividades econômicas de base comunitária e baixo impacto.

Além do ICMBio e da Fundação SOS Mata Atlântica, a Fundação Toyota conta com diversos parceiros locais, que são entidades independentes executoras de projetos focados nas ações do Plano de Manejo da área. Uma vez por ano, estes parceiros se reúnem em um workshop colaborativo, promovido pela Fundação Toyota, para discutir os resultados atuais e planejar as prioridades do ano seguinte



O TOYOTA APA COSTA DOS CORAIS POSSUI ADERÊNCIA AOS SEGUINTE ODS:





ÁGUAS DA MANTIQUEIRA

Em junho de 2017, a Fundação Toyota do Brasil lançou o projeto Águas da Mantiqueira em parceria com a FUNDEPAG (Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa do Agronegócio). A iniciativa de pesquisa em conservação da biodiversidade tem como foco o planejamento territorial e o desenvolvimento socioeconômico de forma sustentável do município paulista de Santo Antônio do Pinhal, na Serra da Mantiqueira.

Pesquisadores realizaram diagnósticos dos remanescentes de Mata Atlântica, distribuídos em 10 bacias hidrográficas de Santo Antônio do Pinhal (SP), essenciais à manutenção de serviços ambientais – especialmente dos recursos hídricos – e sua direta influência na sustentabilidade das áreas rurais e urbanas por meio de estudos em biodiversidade, agricultura, educação, resíduos sólidos, turismo, dentre outros. Como resultado, a pesquisa pode direcionar o planejamento territorial e a organização de diretrizes de desenvolvimento socioeconômico que garantam a conservação da biodiversidade local e a continuidade no abastecimento para a comunidade e milhões de pessoas que dependem das águas da Mantiqueira.

Em 2018, o projeto foi apresentado no 8º Fórum Mundial de Água - maior evento global sobre o tema - durante a mesa de projetos de financiamento internacional relacionados a recursos hídricos. Além de apresentar a experiência, as boas práticas e os resultados prévios que estão sendo coletados, foram discutidas a importância de financiamento em tecnologias inovadoras e pesquisas capazes de economizar água e ampliar a segurança hídrica.



FAZ ACONTECER

Projeto social realizado pelo ADC Toyota de São Bernardo do Campo desde 2014, o Faz Acontecer oferece oportunidade a crianças carentes da região a ter acesso à educação e disciplina por meio da prática esportiva, tendo 153 alunos no futsal e 111 alunas na ginástica rítmica. Em 2016, o projeto foi expandido para a unidade de Indaiatuba, onde temos 86 alunos de futebol Society.

CAMPANHA DO AGASALHO

Desde 2014 a Toyota do Brasil realiza a Campanha do Agasalho em todas as suas unidades. Somente em 2018, foram arrecadadas 18.534 peças de roupas, 594 cobertores e 6.339 fraldas. Em contrapartida, a empresa doou cerca de 6 mil latas de leite integral e 475 kit higiênico (shampoo, sabonete e creme dental). Doações feitas para entidades sociais das cidades que possui operações.

PROJETO RETORNAR

Os uniformes usados por colaboradores da Toyota do Brasil ganham um papel nobre depois de seu tempo de uso. As peças são doadas a uma cooperativa de costureiras de Indaiatuba, a Uni Arte Costura, e também para a ASCA (Associação Social Comunidade de Amor) para serem transformados em outros objetos. Inspirado no upcycling, método de reutilização criativa, a ação incentiva a geração de novos produtos, é uma alternativa para o descarte de materiais, minimiza os impactos ambientais, sendo também uma forma de geração de renda.

Em 2018, nossa área de Comunicação e Sustentabilidade iniciou capacitações, treinamentos por meio de metodologias Toyota, criação de identidade visual própria e um plano de negócio e sustentabilidade a fim de melhorar o desenvolvimento profissional e pessoal das cooperadas.

Já foram doados – por todas as unidades da Toyota no Brasil - três toneladas de materiais que resultaram na produção de mais de 26 mil peças, entre bolsas, necessárias, chaveiros, e porta descartes para carros. Em média, 700 pessoas são impactadas diretamente por meio do trabalho manual das costureiras.

Todos os materiais reutilizados passam por um processo de higienização e são devidamente preparados para seu destino final. Todos estes produtos são comprados pela Toyota do Brasil, que os oferece ao seu público de interesse.

PLANTAR PARA COLHER

Em julho de 2018, a Toyota inaugurou mais uma horta comunitária em sua planta na cidade de Sorocaba. Iniciado em 2013 na unidade de São Bernardo e em 2015 em Indaiatuba, o projeto tem como objetivo ser uma atividade ambiental e educativa para colaboradores voluntários, familiares e comunidade. Por meio da divulgação de técnicas de manejo (preparo da terra, plantio, tratos e colheita), a horta ajuda a criar um ambiente mais verde, saudável e sustentável com o cultivo de hortaliças (alface, rúcula, beterraba e abobrinha), temperos (cebolinha, salsa e alecrim) e ervas (hortelã, camomila e cidreira).



O PROJETO ÁGUAS DA MANTIQUEIRA POSSUI ADERÊNCIA COM 16 OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.





TOYOTA

2018/2019

PERFORMANCE AMBIENTAL

Desafio Ambiental 2050	66
Ecoeficiência das operações	68
Estratégia de baixo carbono	74

DESAFIO AMBIENTAL 2050

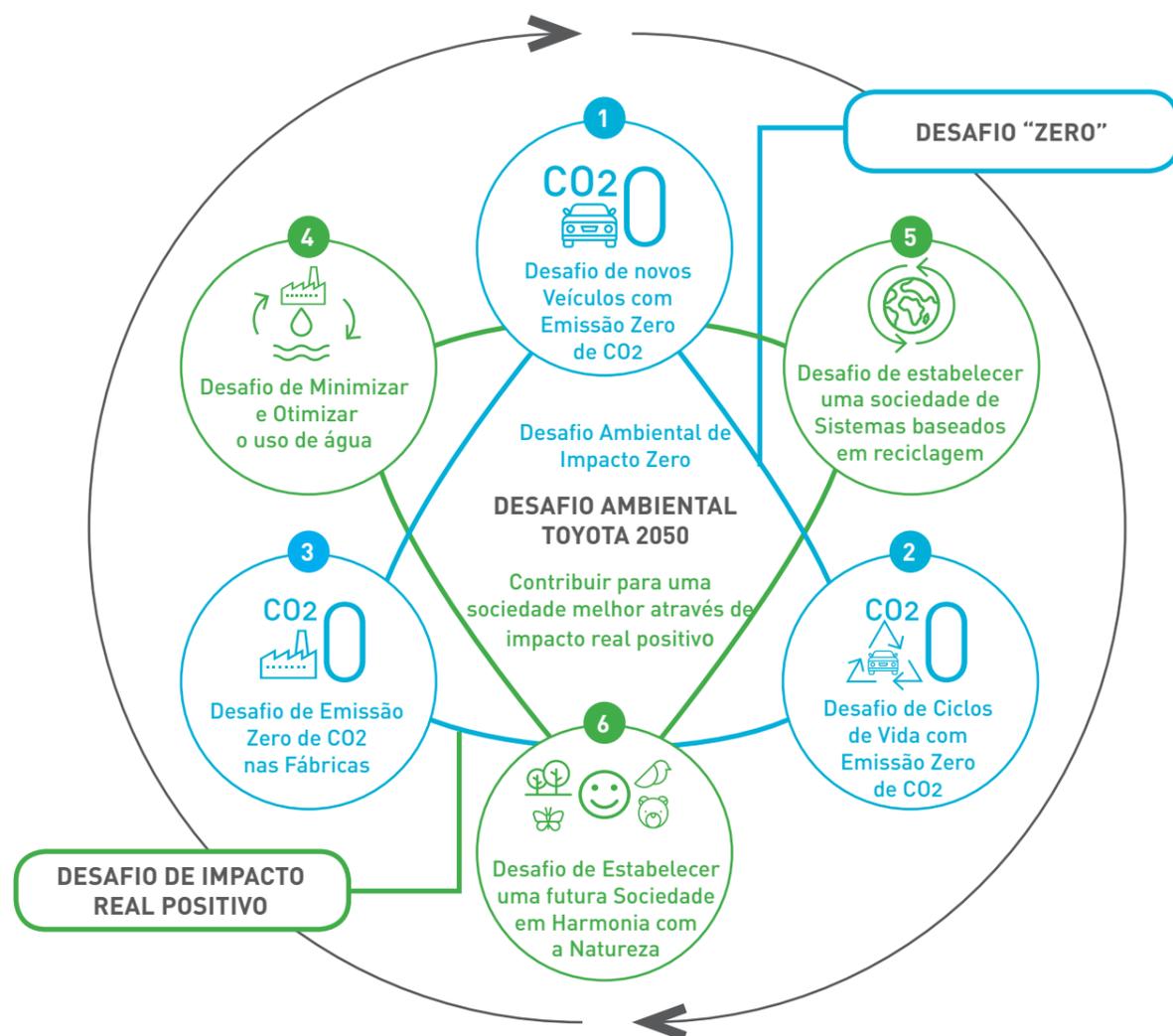
Limitação de recursos naturais, poluição do ar, aquecimento global. A necessidade de reduzir os impactos causados pela ação humana no planeta já está cada vez mais ampla e inserida nas decisões governamentais e de empresas que se mostram engajadas na criação de soluções menos nocivas ao meio ambiente.

Um dos pilares estratégicos da Toyota em todo o mundo desde sua fundação, a proteção ao meio ambiente ganhou força em 2015 com o lançamento do Desafio Ambiental Global 2050, que busca reduzir ao máximo o impacto negativo da fabricação e do uso de veículos, além de contribuir para a formação de uma sociedade sustentável. Entre os principais objetivos está a redução em 90% as emissões médias de CO₂ originadas a partir de novos veículos no mundo, considerando os níveis de 2010. Mas com os desafios am-

bientais crescendo a cada ano, a empresa quer ir além, desafiando-se em todas as iniciativas.

Diversas atividades que deverão ser implantadas até 2020 tem como foco o atingimento dos desafios do Plano de Ação Ambiental Toyota, colocando a empresa na direção do Desafio Ambiental Toyota 2050. Ao formular o plano, as atividades ambientais foram categorizadas em seis desafios (veja figura a seguir) sendo três relacionado à zero emissão CO₂ (uso do veículo, ciclo de vida e fabricação) e mais três ligados à geração de impactos positivos (água, reciclagem e harmonia com a natureza).

Ao abraçar esses seis temas, a Toyota contribuirá para o desenvolvimento sustentável da sociedade e do planeta, garantindo harmonia com o ambiente global em sua monozukuri (fabricação), kurumazukuri (fabricação de veículos) e entrega de produtos e serviços.



No Brasil, o desempenho das operações vem sendo aprimorado continuamente com base na obtenção e manutenção de certificações em padrões de gestão (em especial a norma ISO 14001), o investimento na modernização tecnológica, proteção ambiental e adequação das plantas ao modelo ecofactory e engajamento e sensibilização dos colaboradores quanto à cultura de melhoria contínua, com kaizens em diferentes áreas.

Metas brasileiras para contribuir com o Desafio 2050

- Zero emissão de CO₂ nas fábricas até 2020, por meio da compra de energia (eletricidade) gerada por fontes renováveis.
- Minimização de uso de água nas fábricas, por meio da implantação de projetos de melhoria contínua desenvolvida pelos colaboradores.
- Melhor desempenho regional em resíduos gerados nas fábricas.

AMIGO DO MEIO AMBIENTE

A estratégia de eletrificação de automóveis está diretamente ligada aos objetivos da Toyota em seu Desafio Ambiental 2050. Desde a introdução do primeiro propulsor eletrificado comercialmente disponível no Prius no Japão em 1997, a TMC tem trabalhado para melhorar essa tecnologia para alcançar vendas anuais de veículos eletrificados de 5,5 milhões de unidades até 2030. No mundo, em apenas 20 anos, as vendas de novos veículos eletrificados aumentaram de 500 unidades para mais de 1,5 milhão.



ECOFICIÊNCIA DAS OPERAÇÕES

<103-1, 103-2 e 103-3>

Vindo do Japão, o conceito de ecofactory tem como pilar principal o Projeto Morizukuri, palavra japonesa que significa "criar floresta". Além dos aspectos produtivos, as fábricas construídas ou readequadas dentro desse conceito adotam metas de ecoeficiência de padrão mundial, estabelecendo uma série de melhorias ambientais em energia, emissões e resíduos e combinando tecnologia de ponta e kaizens de eficiência e produtividade - tudo sem impactar a qualidade de vida dos habitantes do município e cidades vizinhas ou gerar risco de qualquer contaminação ambiental.

A Toyota Motor Corporation tem como meta readequar ou inaugurar 100% de suas unidades de produção ao redor do mundo com base nesse modelo. No Brasil, a primeira planta ecofactory foi a de Sorocaba, construída em 2012. Na sequência, a unidade de Porto Feliz foi concebida como

ecofactory: o uso de areia inorgânica na construção, o sistema de produção compacto e o uso de energia solar na iluminação de espaços externos são apenas alguns dos destaques.

ENERGIA

<302-1, 302-3, 302-4>

A redução do consumo de energia nas operações e da adoção de recursos de fonte renovável é um dos grandes focos de trabalhos das unidades da TDB. No ano fiscal 2017/2018, houve um aumento no consumo de eletricidade total devido ao início de operação da fábrica de motores de Porto Feliz e à expansão da fábrica de Sorocaba. O consumo de gás natural também sofreu alta em virtude do início de operação da fábrica de motores de Porto Feliz, que usa gás para derreter os lingotes de alumínio e fabricar blocos e cabeçotes de motor.

Consumo de energia dentro da organização

	Unidade	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Gás Natural	GJ	197.533,43	208.723,93	221,9
GLP	GJ	107.752,95	2.143,64*	2,07
Consumo de eletricidade	GJ	276.659,00	322.852,49	330,9

* O consumo de GLP de fábrica de Indaiatuba passou a ser contabilizado na operação de logística.

As metas de redução de consumo de energia são estabelecidas em dois eixos: o do consumo total e, ao mesmo tempo, da intensidade de consumo (GJ/veículo). Desta forma, a Toyota trabalha com uma metodologia que assegura o cumprimento do compromisso de reduzir as emissões anualmente. A intensidade energética no último ano fiscal foi de 1,59 GJ/veículo.

Intensidade energética

	Unidade	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Gás Natural	GJ/ veículo	1,12	1,03	0,98
GLP	GJ/ veículo	0,61	0,01*	0,01
Consumo de eletricidade	GJ/ veículo	1,56	1,59	1,56

* O consumo de GLP de fábrica de Indaiatuba passou a ser contabilizado na operação de logística.

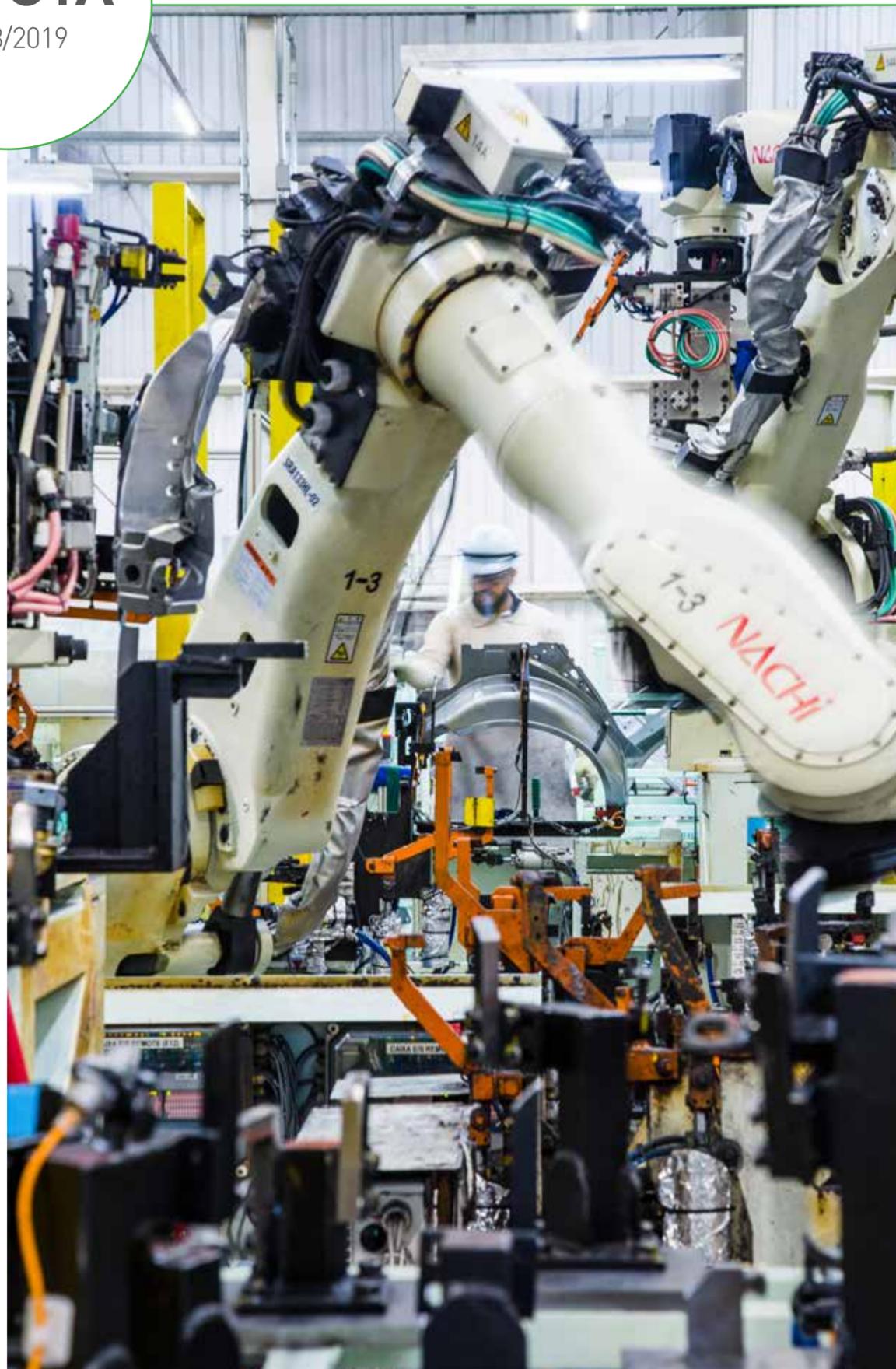
As atividades de redução de consumo de energia foram bem desenvolvidas na planta de Indaiatuba, seguindo o que ocorreu na planta de Sorocaba em 2017. Foram implantadas melhorias para:

- Desligamento do chiller em caso de baixa temperatura na casa de ar (adaptação para Indaiatuba do mesmo kaizen implantado em Sorocaba).
- Otimização de funcionamento de equipamento (chiller) pela curva de entalpia (também adaptação para Indaiatuba do mesmo kaizen implantado em Sorocaba).
- Redução de consumo de gás da estufa do ED.
- Troca de 100% lâmpadas fluorescentes por LED, atividade que também continuou na planta de Sorocaba.



A Toyota Motor Corporation tem como meta readequar ou inaugurar 100% de suas unidades de produção ao redor do mundo com base no modelo ecofactory.





Redução do consumo de energia

	Unidade	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Melhorias em conservação e eficiência energética	GJ	23.137,00	14.671,03	4.773,14
Redesenho no processo	GJ	290,00	462,60	323,22
Modernização de equipamentos	GJ	1.866,00	2.171,34	2.240,01
Mudanças no comportamento dos colaboradores	GJ	1.205,00	205,58	8,84
Total	GJ	26.498,00	17.510,55	6.272,87

ÁGUA

<303-1>

O compromisso da Toyota do Brasil é de reduzir no mínimo 1% ao ano de consumo de água na fabricação de seus veículos e componentes. Esta meta básica é desenvolvida em toda organização camada a camada, de tal forma que cada seção sabe exatamente com quanto está contribuindo para a meta, estimulando a prática de melhoria contínua por parte dos colaboradores.

Volume total de água retirado, discriminado por fontes

	Unidade	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Águas subterrâneas	m ³	158.307,00	202.713,06	218.818,00
Abastecimento por serviços de água públicos ou privados	m ³	123.319,00	119.616,93	96.165,00
Consumo total de água	m ³	281.626,00	322.328,99	314.983,00

Assim como no consumo de energia, a Toyota também monitora o consumo de água por veículo produzido (m³/veículo). No último ano fiscal este índice se manteve estável, mesmo com o início das operações da nova fábrica de motores (Porto Feliz).

Consumo de água nas fábricas (m³/ unidade)

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
São Bernardo do Campo	0,18	0,12	0,12
Indaiatuba	1,63	1,42	1,37
Sorocaba	1,21	1,15	1,09
Porto Feliz	Não operacional	0,21	0,20

Consumo de água (m³/ Veículo Produzido)



Ao longo do ano fiscal, foram implantados diversos projetos de melhoria, como a modernização do Sistema do Motoring Bench em Porto Feliz, com uma redução de 34,0 m³/ano no volume de água utilizado para os testes de vazão do motor. Na planta de São Bernardo do Campo, a instalação do sistema de reuso de água passou a tratar o efluente gerado no restaurante para uso industrial na torre de resfriamento da forjaria exportação.

A planta de Sorocaba também implantou diversos projetos, como a redução do consumo de água no processo do Shower Test Auditoria (6,87 m³/ano), nos mictórios (3,48 m³/ano) e descargas (3.007,06 m³/ano), além da aplicação de água de reuso na preparação de polímeros (2.700 m³/ano).

RESÍDUOS E EFLUENTES

<306-1, 306-2>

Em todas as plantas, o efluente gerado no processo produtivo é direcionado para a Estação de Tratamento de Efluentes (ETE), que por sua vez realiza o tratamento por meio de um processo físico-químico, que posteriormente é devolvido à rede pública dentro dos parâmetros legais definidos. Estes parâmetros são monitorados mensalmente por laboratório qualificado.



Em todas as plantas, o efluente gerado no processo produtivo é direcionado para a Estação de Tratamento de Efluentes (ETE).

Efluentes gerados nos processos

	Unidade	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Indaiatuba	m³	93.175,00	86.513,00	76.354,00
São Bernardo do Campo	m³	6.794,00	6.815,00	7.378,00
Sorocaba	m³	77.940,00	95.401,00	106.509,00
Porto Feliz	m³	Não operacional	207,11	8.902,00
Total	m³	177.909,00	188.936,11	199.143

Os resíduos gerados na Toyota do Brasil são classificados de acordo com a NBR 10.004/2004 da ABNT, em função dos riscos potenciais ao meio ambiente e a saúde pública, garantindo que o seu gerenciamento seja realizado adequadamente e em conformidade com os requisitos legais aplicáveis. Com base nos resultados do último ano fiscal (2016/2017), a empresa determinou a redução de 1% na geração de resíduos para o 2017/2018.

Os dados de geração e coleta são monitorados diariamente e para os índices que se apresentarem fora das metas estabelecidas, é realizado um estudo de caso para tomada de medidas corretivas.

As metas são estabelecidas individualmente para cada setor produtivo, a partir dos dados do ano anterior de forma mais restritiva, visando à melhoria contínua e alcance de resultados.

Resíduos gerados nas fábricas (kg/ unidade)

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
São Bernardo do Campo	1,43	1,13	1,11
Indaiatuba	9,35	7,72	7,16
Sorocaba	6,29	5,84	5,72
Porto Feliz	Não operacional	1,93	1,92

Resíduos gerados (kg/ Veículo Produzido)

2016/2017 2017/2018 2018/2019



Os dados de geração e coleta são monitorados diariamente.

EMISSÕES DE VOC

O indicador de emissão de componentes orgânicos voláteis é aplicável aos processos de pintura de veículos. No caso da Toyota do Brasil, as plantas de Indaiatuba e Sorocaba são as monitoradas para reduzir 1% ao ano as emissões medidas em g/m². A planta de Indaiatuba foi reconhecida em 2017 pela matriz como a Best In Class entre as afiliadas que realizam a pintura dos veículos a base de solvente. O esforço dos colaboradores do processo de pintura de Indaiatuba mereceu ainda o troféu de Melhor Kaizen Ambiental (Global Eco Award – Platinum Award), ao conjunto de melhorias implantadas.

Emissões de VOC nas fábricas (g/ unidade)

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
São Bernardo do Campo	n/a	n/a	n/a
Indaiatuba	32,87	32,21	31,05
Sorocaba	12,15	12,02	11,73
Porto Feliz	n/a	n/a	n/a

Emissão de VOC (g/m² de área do veículo)

2016/2017



22,45

2017/2018

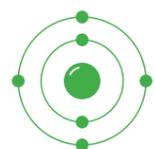


21,40

2018/2019



19,87



A estratégia da Toyota voltada para uma economia de baixo carbono está concentrada nas diretrizes do Desafio Ambiental 2050.





ESTRATÉGIA DE BAIXO CARBONO

<201-2, 305-4, 305-5, 305-7>

Atenta aos processos de mudanças climáticas e seus impactos sobre a indústria e a sociedade, a Toyota do Brasil investe de forma contínua em projetos e processos que auxiliem na redução das emissões de gases de efeito estufa. Sua maior e principal estratégia voltada para uma economia de baixo carbono está concentrada nas diretrizes do Desafio Ambiental 2050 que, entre seus seis grandes desafios no país, três estão focados na redução de emissão de CO₂ (uso do veículo, ciclo de vida e fabricação).

Esses desafios estão sendo traduzidos em ações concretas, como o primeiro protótipo do Prius híbrido FFV, os investimentos feitos na fabricação que resultam na redução de consumo de energia e consequente redução na emissão de CO₂, na compra de energia elétrica 100% renovável desde 2015, na redução do consumo de água para a fabricação de veículos.

É importante ressaltar que as melhorias implantadas na Toyota, além do impacto ambiental, apresentam impacto econômico, com retorno financeiro em menos de dois anos. Em virtude desse ponto de vista, todos os desembolsos são considerados como investimentos e não custos.

No ano fiscal 2018/2019, a Toyota emitiu 54,7 kg de CO₂ por veículo produzido – queda de 4,03% em relação aos 57 kg de CO₂/veículo do período anterior.

Emissões de GEE nas fábricas (Kg/ unidade)

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
São Bernardo do Campo	4,95	4,21	3,48
Indaiatuba	63,78	51,85	50,28
Sorocaba	55,48	43,48	40,45
Porto Feliz	Não operacional	9,34	9,62

Emissões de GEE (Kg de CO₂ / Veículo Produzido)



A Toyota do Brasil investe de forma contínua em projetos e processos que auxiliem na redução das emissões de gases de efeito estufa.

O compromisso da Toyota do Brasil é de reduzir no mínimo 2% ao ano a emissão de CO₂ na fabricação de seus veículos e componentes. Esta meta básica é desenvolvida em toda organização camada a camada, de tal forma que cada seção sabe exatamente com quanto está contribuindo para a meta, estimulando a prática de melhoria contínua por parte dos colaboradores.

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Redução de emissões de GEE (toneladas de CO ₂)	628,25	1.218,75	99,9

EMISSÕES NA LOGÍSTICA

Hoje, grande parte das emissões da Toyota do Brasil estão relacionadas à logística de distribuição de veículos. Por isso, o foco nos últimos anos esteve em obter ganhos nesta etapa da cadeia. Uma das ações que vem ajudando na redução de emissões foi a inauguração do centro de distribuição de Suape, no município de Cabo de Santo Agostinho (PE). Outro avanço recente foi a implantação de modal ferroviário entre Santos e Suzano (SP) para o transporte de peças importadas para as fábricas do interior de São Paulo.

Eixos de Impacto (kton de CO₂)

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Distribuição de Veículos	25,70	35,20	40,0
Peças de Produção	9,40	8,70	9,44
Peças de Serviço	1,70	1,80	2,0
Total	36,80	45,70	51,44

Emissão CO₂ por tonelada de carga e quilômetro rodado





TOYOTA

2018/2019



SUMÁRIO GRI

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
GRI 101: Fundamentos 2016		
	102-1 - Nome da organização	22 e 43
	102-2 - Atividades, marcas, produtos e serviços	22
	102-3 - Localização da sede	16
	102-4 - Localização das operações	22
	102-5 - Propriedade e forma jurídica	29
	102-6 - Mercados atendidos	22
	102-7 - Porte da organização	37
	102-8 - Informações sobre empregados e outros trabalhadores	47
	102-9 - Cadeia de fornecedores	56
	102-10 - Mudanças significativas na organização e na cadeia de fornecedores	Não houve.
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-11 - Abordagem ou princípio da precaução	
	102-12 - Iniciativas externas	
	102-13 - Participação em associações	
	102-14 - Declaração do principal tomador de decisão	9
	102-15 - Principais impactos, riscos e oportunidades	
	102-16 - Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	29, 32 e 33
	102-17 - Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética	13
	102-18 - Estrutura de governança	13
	102-20 - Responsabilidade de executivos por questões econômicas, ambientais e sociais	13
	102-22 - Composição do mais alto órgão de governança e de seus comitês	13
	102-23 - Presidente do mais alto órgão de governança	13

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
	102-25 - Conflitos de interesse	
	102-26 - Papel do mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	13
	102-28 - Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	13
	102-38 - Relação da remuneração anual	
	102-39 - Relação do aumento percentual da remuneração total anual	
	102-40 - Lista de partes interessadas	40
	102-41 - Acordos de negociação coletiva	50
	102-42 - Identificação e seleção das partes interessadas	40
	102-43 - Abordagem para o engajamento das partes interessadas	40
	102-44 - Principais tópicos e preocupações levantados	40
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-45 - Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	
	102-46 - Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	40
	102-47 - Lista de tópicos materiais	40
	102-48 - Reformulações de informações	40
	102-49 - Mudanças nos relatórios	40
	102-50 - Período coberto pelo relatório	40
	102-51 - Data do último relatório	Referente ao período de 1º de abril de 2017 a 31 de março de 2019.
	102-52 - Ciclo de emissão de relatórios	Anual.
	102-53 - Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	Em caso de dúvida sobre o relato, envie um e-mail para sustentabilidade @toyota.com.br.
	102-54 - Declaração de acordo com Standards GRI	40

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
	102-55 - Sumário de conteúdo da GRI	80
GRI 102: Disclosures gerais 2016	102-56 - Verificação externa	A Toyota não submete seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa.
Tópicos Materiais		
	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	-
GRI 103: Forma de Gestão	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	-
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	-
GRI 201: Desempenho Econômico	201-1 - Valor econômico direto gerado e distribuído	A Toyota do Brasil é uma empresa Ltda. e, por isso, segundo a lei 11.368/2007, não é obrigada a divulgar seu balanço de indicadores econômico-financeiros.
	201-2 - Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	74
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	58
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	58
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	58
GRI 203: Impactos econômicos indiretos	203-1 - Investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	58
	203-2 - Impactos econômicos indiretos significativos	58

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	68
GRI 103: Forma de Gestão	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	68
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	68
GRI 302: Energia	302-1 - Consumo de energia dentro da organização	68
	302-3 - Intensidade energética	68
	302-4 - Redução do consumo de energia	68
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	68
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	68
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	68
GRI 303: Água	303-1 - Consumo de água por fonte	71
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	74
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	74
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	74
GRI 305: Emissões	305-4 - Intensidade de emissões de GEE	74
	305-5 - Redução de emissões de GEE	74
	305-7 - Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	74
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	68
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	68
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	68
GRI 306: Efluentes e resíduos	306-1 - Descarte de água por qualidade e destinação	72
	306-2 - Resíduos por tipo e método de disposição	72

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	58
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	56
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	56
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores	308-2 - Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	56
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	47
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	47
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	47
GRI 401: Emprego	401-1 - Novas contratações e rotatividade de empregados	47
	401-2 - Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período	Os benefícios oferecidos pela Toyota estão disponíveis a todos os funcionários e incluem, entre obrigatórios e voluntários: vale transporte, seguro de vida, plano de saúde, cobertura para incapacidade/ invalidez, licença-maternidade/paternidade e fundo de aposentadoria.
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	-
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	-
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	-

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
GRI 402: Relações Trabalhistas	402-1 - Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais	As mudanças operacionais são realizadas conforme políticas internas em consonância com a legislação vigente, sempre com foco na manutenção de um ambiente de trabalho sadio e produtivo. Cada negociação demanda um prazo específico em decorrência das mudanças a serem realizadas e possíveis impactos na rotina dos colaboradores.
	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	46
GRI 103: Forma de Gestão	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	46
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	46
	GRI 403: Saúde e Segurança no Trabalho	403-4 - Tópicos relativos à saúde e segurança cobertos por acordos formais com sindicatos
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	46
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	46
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	46
GRI 404: Treinamento e Educação	404-1 - Média de horas de treinamento por ano, por empregado	49
	404-2 - Programas para o desenvolvimento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	A TDB não possui programas de apoio à preparação dos seus colaboradores para a aposentadoria.
	404-3 - Percentual de empregados que recebem regularmente avaliações de desempenho e de desenvolvimento de carreira	48

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	-
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	-
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	-
GRI 408: Trabalho Infantil	408-1 - Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Solicitamos anualmente aos nossos fornecedores diretos de peças a verificação deste quesito e informamos à TMC o resultado, quem sumariza globalmente este indicador. Até o momento não tivemos nenhum relato significativo.
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	-
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	-
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	-
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo	409-1 - Relate países ou áreas geográficas consideradas em situação de riscos em relação ao trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não há casos.
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	-
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	-
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	-

STANDARD GRI	DISCLOSURE	COMENTÁRIO / PÁGINA
GRI 412: Avaliação em Direitos Humanos	412-1 - Operações submetidas a análises ou avaliação de impactos sobre os direitos humanos	Anualmente, solicitamos aos nossos fornecedores diretos de peças a verificação deste quesito e informamos à TMC o resultado, quem sumariza globalmente este indicador.
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	58
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	58
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	58
GRI 413: Comunidades Locais	413-1 - Operações com engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e programas de desenvolvimento local	58
GRI 103: Forma de Gestão	103-1 - Explicação do tópico material e seus limites	54
	103-2 - Forma de gestão e seus componentes	54
	103-3 - Avaliação da forma de gestão	54
GRI 416: Saúde e segurança dos clientes	416-1 - Avaliação dos impactos de saúde e segurança de categorias de produtos e serviços	54

TOYOTA

2018/2019

CRÉDITOS E INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

Toyota do Brasil

Av. Max Mangels Senior, 1.024 – Bairro Planalto
CEP 09895-510
São Bernardo do Campo – SP
Brasil
Telefone: (55 11) 4390-5100

Coordenação

Diretoria de Comunicação e Sustentabilidade
Coordenação de projeto: Juliana Dias e Ayres Takashi Abe

Consultoria e conteúdo

Keyassociados

Projeto gráfico e diagramação

Magenta Lab



TOYOTA