

TOYOTA

RELATÓRIO ANUAL TOYOTA DO BRASIL

2020/2021



Atuamos visando diminuir o uso de recursos naturais em todo o ciclo de vida útil de nossos produtos para atender às necessidades do planeta.

SUMÁRIO

04

**SOBRE O
RELATÓRIO**



08

**MENSAGEM DO
PRESIDENTE**



10

**UM PERÍODO DE
TRANSFORMAÇÕES**



15

**NEGÓCIOS EM
TRANSFORMAÇÃO**



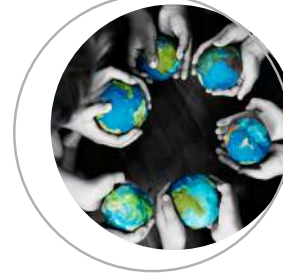
33

**GENTE EM
TRANSFORMAÇÃO**



50

**SOCIEDADE EM
TRANSFORMAÇÃO**



54

SUSTENTABILIDADE



79

**FUNDAÇÃO TOYOTA
DO BRASIL**

93

**SUMÁRIO DE
CONTEÚDO GRI**

A photograph of a white Toyota car on an assembly line. The car is in the foreground, facing the camera, with its headlights on. In the background, several workers in white uniforms and blue caps are working on other cars. The factory floor is marked with yellow lines, and there are various pieces of equipment and machinery visible. The text "SOBRE O RELATÓRIO" is overlaid in the center of the image.

SOBRE O RELATÓRIO

SOBRE O RELATÓRIO

GRI 102-1, 102-48, 102-49, 102-50, 102-52, 102-54, 102-56

O Relatório Anual Toyota do Brasil (TDB) traz informações sobre principais iniciativas, impactos e aprendizados da Companhia no ano fiscal de abril/2020 a março/21. Também apresenta os indicadores econômicos, sociais e ambientais do período.

Para este relato, nos inspiramos na metodologia *Global Reporting Initiative* (GRI), que volta a nortear nossa prestação de contas aos *stakeholders* e à sociedade. Estamos comprometidos em avançar com os indicadores a cada ano, evoluindo e capacitando nossos profissionais para a coleta, análise e gestão dos dados. Desta forma, acreditamos contribuir também com a melhoria de nossos processos e nossas ações.

A elaboração do Relatório Anual TDB contou com o envolvimento direto e a aprovação do presidente e de principais executivos. Não foi realizado processo de verificação externa para este relatório.



SOBRE RELATÓRIO

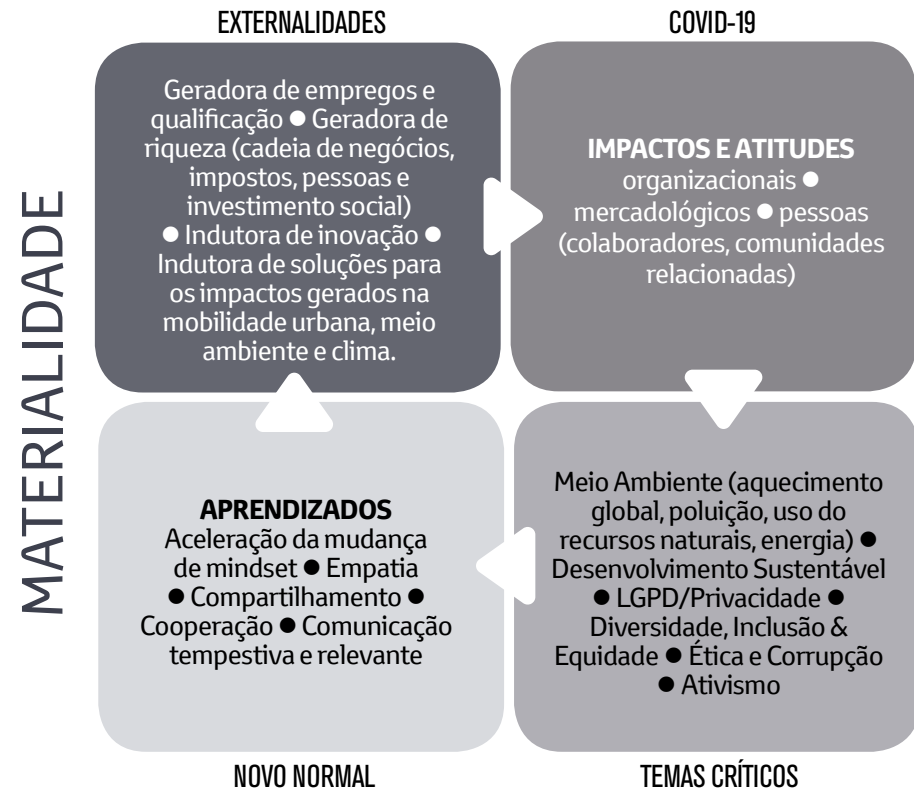
MATRIZ DE DIRECIONADORES DE CONTEÚDO E MATERIALIDADE®

GRI 102-43, 102-46, 102-47, 102-53

O conteúdo do Relatório foi definido a partir da elaboração de uma Matriz de Direcionadores de Conteúdo e Materialidade®, elaborada a partir de entrevistas primárias com a alta e média lideranças da Toyota do Brasil, além de estudo em profundidade de dados e fontes secundárias sobre a Companhia e seus principais *Stakeholders*. Interrelacionamos seus interesses e expectativas, consolidando neste relato os temas de maior destaque.



Dúvidas, comentários e sugestões sobre este Relatório Anual podem ser encaminhados para o e-mail: comunicacao@toyota.com.br



SOBRE RELATÓRIO

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

GRI 102-43, 102-46, 102-47, 102-53

Desde 2015, estamos comprometidos com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pela ONU. Em convergência, o Desafio Ambiental Toyota 2050 incorporou metas sociais em seu plano de desenvolvimento, assim como ações que contribuíssem para construir uma sociedade em harmonia com a natureza.

Dentre os 17 ODS, consideramos cinco como principais, por estarem diretamente vinculados à nossa atuação e à operação.



A partir dos compromissos firmados com os ODS e o **Desafio Ambiental 2050**, diversas ações foram desenvolvidas no Brasil, e já podemos relatar avanços: diminuição do prazo para alcançar a emissão zero de carbono nas fábricas de 2050 para 2035 (ODS 12), impulsionamento do foco em mobilidade, gerando novos negócios e produtos já disponíveis com tecnologia híbrida flex (ODS 9 e 12), ações sociais em resposta à pandemia (ODS 11) e ampliação na participação de mulheres no quadro de colaboradores (ODS 5).

MENSAGEM DO PRESIDENTE

GRI 102-14

A pandemia da Covid-19 nos fez lidar com desafios inimagináveis até há bem pouco tempo. Desde que esta crise sanitária se iniciou em 2020, nos guiamos pela nossa filosofia e pelos nossos valores, como o respeito às pessoas. Priorizamos a saúde de nossos colaboradores, buscamos ajudar comunidades, hospitais e prefeituras a reagir às incertezas e preservar a vida. Na Toyota do Brasil, procuramos manter a maior quantidade de empregos, mesmo com a paralisação das atividades produtivas e impacto em vendas. Ao mesmo tempo, tivemos de nos readaptar, readequar a produção para o momento de retomada sem perder de vista que devíamos manter os elos na cadeia produtiva com nossos fornecedores e nossas concessionárias.

Em meio a todo esse processo, aceleramos nossa estratégia de transformação cultural e organizacional. Optamos por seguir com uma ampla reestruturação interna, que fortalece nossa sustentabilidade em longo prazo e abre espaço para sermos mais ágeis e competitivos num cenário de mudanças cada vez mais aceleradas. Realinhamos nossos procedimentos internos, avançamos na transformação digital, o que nos coloca em dia com os novos tempos e reforça aspectos de nossa governança.

Decidimos manter o lançamento do Corolla Cross, o que demonstrou nosso compromisso com o cliente e capacidade de reação. Buscamos inovações tecnológicas, novas formas de trabalhar remotamente, redefinimos prioridades e enfrentamos restrições ligadas ao fornecimento de insumos. Investimos no lançamento da KINTO, empresa de serviços de mobilidade do Grupo Toyota, avançando também neste tema no Brasil. Tivemos de nos adaptar e ser ágeis ao promover essas mudanças. Hoje, posso dizer que estamos mais preparados e conscientes do que precisamos fazer para



Rafael Chang
Presidente da
Toyota do Brasil

TOYOTA

prover os melhores serviços de mobilidade a sociedades que necessitam urgentemente alterar seus modos de vida. Este momento de crise também despertou a discussão sobre os critérios ambientais, sociais e de governança adotados pelas empresas (ESG, em inglês). Essas práticas são decisivas para a criação de um ambiente de negócios que respeite valores e o meio ambiente. Há muitos anos, nós, da TDB, nos pautamos nesse modelo de gestão, o que reforça nossa responsabilidade em superar cada um dos desafios relacionados a esses critérios.

Ratificamos nossa capacidade de antecipar o futuro, sabendo dos enormes desafios e responsabilidades que assumimos para contribuir com a sustentabilidade ambiental, diretriz expressa em nosso Desafio 2050 rigorosamente incorporada em nossos projetos. Até 2035, todas as fábricas da Toyota no mundo terão de neutralizar as emissões de carbono. Não é um caminho fácil. Percorrê-lo exige também uma reflexão profunda sobre as possibilidades e o resultado das escolhas que fizemos aqui para frente. Contamos com a tecnologia e com as pessoas para inovar e ganhar mais eficiência. Mantemos nossa perspectiva de longo prazo e, neste cenário desafiador, buscamos um diálogo amplo com colaboradores, rede de concessionárias, fornecedores, governos, entidades de classe e toda sociedade para soluções que envolvam todos os aspectos de nossos negócios.

E não podemos nos esquecer de pensar nas peculiaridades de cada País e seus mercados. Para neutralização do carbono de modo amplo, temos de contar com todos os recursos tecnológicos e com as possibilidades disponíveis de modo mais imediato. O Brasil é um país que tem grande diversidade energética, em especial os biocombustíveis, que podem ser usados em veículos híbridos flex, como os que já fazemos com bons resultados na reabsorção e emissão de CO₂ desde o início do ciclo do etanol.

“

Até 2035, todas as fábricas da Toyota no mundo terão de neutralizar as emissões de carbono.

”

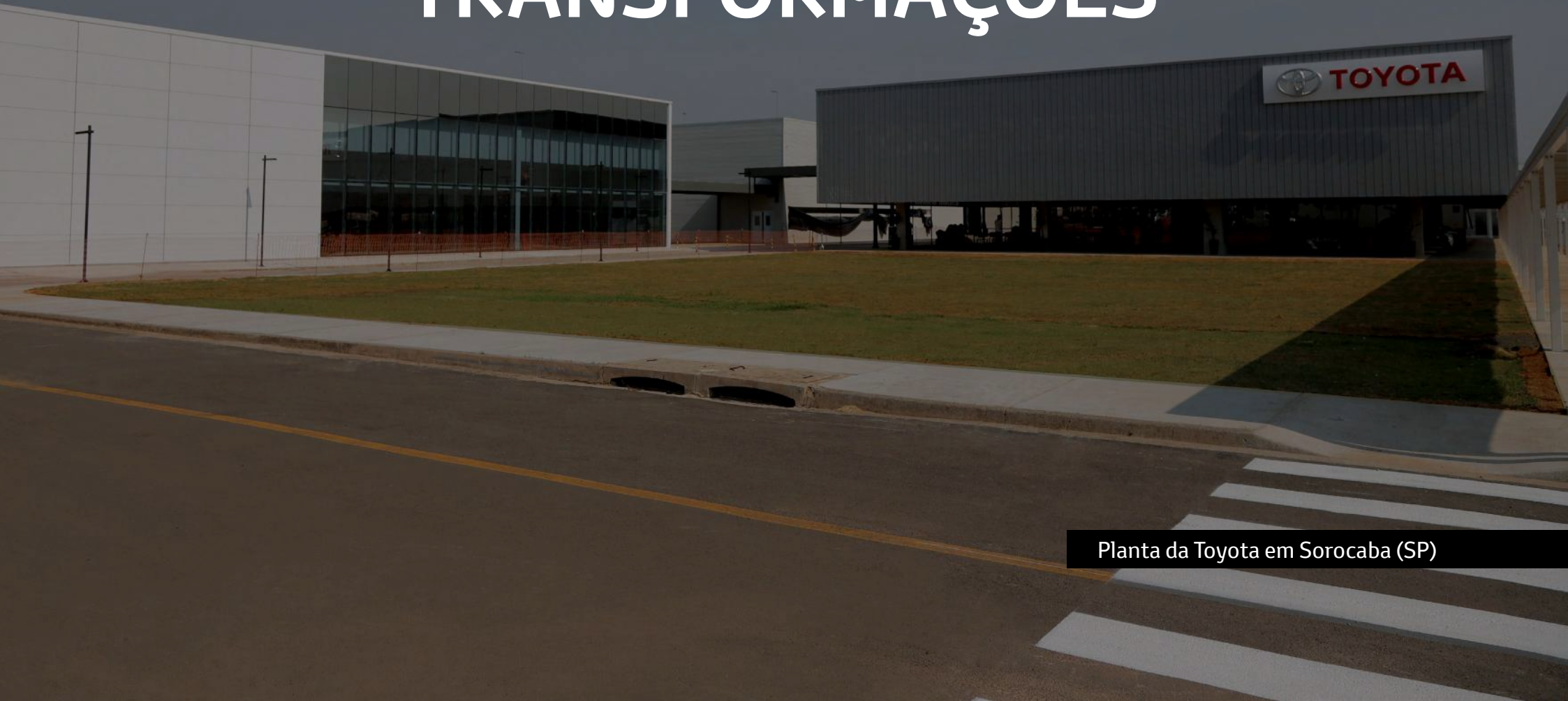
A transição para a eletrificação deve ser gradual e consistente, considerando a complexidade de toda a cadeia produtiva, desejos e recursos dos consumidores. Investimos fortemente nas últimas décadas nas tecnologias de veículos eletrificados. Temos amplo conhecimento sobre a viabilidade, os investimentos necessários, a infraestrutura requerida e as mudanças que devem ser feitas na cadeia produtiva. Todo este *know how* é uma importante contribuição para os rumos que cada País irá tomar. E estamos abertos ao diálogo, a uma construção colaborativa com a sociedade para que as melhores propostas sejam colocadas em prática.

Não poderia deixar de evidenciar as discussões a respeito do multiculturalismo e da diversidade, que estão cada vez mais presentes em nossa sociedade e nas práticas da Toyota do Brasil. A promoção de um ambiente mais diverso em todos os aspectos – seja na questão racial, de gênero, religião ou inclusão de pessoas com deficiência, entre outras – está em consonância com as preocupações da Toyota, que se considera uma montadora alinhada aos novos tempos. Para isso, estamos construindo um local de trabalho atraente, onde colaboradores com convicções e valores abrangentes possam demonstrar suas habilidades e alcançar a autorrealização, formando assim um ambiente de trabalho acolhedor e inclusivo.

Neste relatório você poderá acompanhar uma dimensão realista de nossos esforços na busca pela melhoria contínua de processos, estratégias, produtos e serviços, além de consolidar nossos relacionamentos por meio dos valores transversais da nossa cultura.

Boa leitura!

UM PERÍODO DE TRANSFORMAÇÕES



Planta da Toyota em Sorocaba (SP)

UM PERÍODO DE TRANSFORMAÇÕES

REAÇÃO URGENTE E NECESSÁRIA

GRI 102-15

O setor automotivo enfrenta desafios de grandes proporções derivados da necessidade de remodelar seus negócios com foco na sustentabilidade e competitividade.

Estão na pauta discussões em torno de eletrificação de veículos, uso de biocombustíveis, veículos autônomos e transformação digital para a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas, além de mudanças nas necessidades e nos comportamentos de consumo das pessoas. Fortes investimentos em inovação tecnológica são necessários para atingir esse objetivo. Estamos plenamente alinhados a essas tendências e temos estudado há décadas as particularidades que envolvem boa parte dessas questões, sobretudo as que se referem ao desafio ambiental e às soluções de mobilidade. Somos pioneiros no desenvolvimento e comercialização em massa de veículos eletrificados, que são soluções práticas ao consumidor e sustentáveis ao reduzir emissões de CO₂.



Nossa cultura sempre se pautou em coragem e atitude mediante os desafios que se apresentam para o mercado e a sociedade, e estamos novamente em transformação. As pessoas demandam cada vez mais e melhores soluções que atendam prontamente às suas necessidades de transporte.

No contexto da crise sanitária global iniciada em 2020, as perspectivas apontam, também, para o aumento do uso do transporte, em detrimento à posse; e da tendência à redução do deslocamento - com a prática do trabalho remoto e a utilização da tecnologia para reuniões virtuais. Por isso, estamos nos tornando uma empresa de mobilidade



em sintonia com os novos hábitos e anseios de nossos clientes. Por outro lado, mantém-se uma forte tendência para a revalorização do transporte individual e a aquisição de veículos para famílias e clientes corporativos. Para atender a essas demandas, as empresas dependem do pleno restabelecimento das cadeias logísticas para fornecimento de insumos e componentes, fortemente abalada desde o início da pandemia de Covid-19.

Em 2020, a redução da atividade econômica, resultado das medidas de isolamento social adotadas na maioria dos países, impactou fortemente nossa cadeia produtiva. Paralisação das atividades, falta de insumos, dificuldades de importação e exportação e baixas expectativas de crescimento marcaram o período abrangido até março de 2021. Os efeitos da pandemia se estenderam a todos os domínios da vida social, abalando significativamente os negócios e mercado de trabalho. O setor financeiro registrou grandes perdas nas bolsas de valores, elevando a instabilidade e o grau de incerteza. Os baixos níveis de confiança na rápida recuperação da economia global reduziram as intenções de investimento. A grave crise social levou muitos países, entre eles o Brasil, a adotarem auxílios emergenciais para garantir a sobrevivência de pessoas em situação de vulnerabilidade e de desempregados, para evitar o aprofundamento da crise. Os desequilíbrios nas cadeias produtivas, a inflação, o endividamento público e aumento do desemprego exigirão atenção da sociedade e dos governos nos próximos anos.

Para manter nossa capacidade de adaptação e resposta ágil a este contexto, iniciamos um processo profundo de transformação interna, que abrange desde novas competências para nossas pessoas até novas abordagens para atender às necessidades e superar as expectativas do consumidor.

Revisamos nossos processos, mantivemos nossos principais investimentos, trabalhamos a sinergia de nossas atividades na região da América Latina e do Caribe, de modo a atender ao movimento crescente de exportações para a região e atenuar os impactos da desvalorização do Real frente ao Dólar e os consequentes aumentos de custos de importação.

Devido ao cenário de incertezas que afetou a venda de veículos, concentramos nossos esforços na otimização dos recursos para garantir o pagamento de salários e para manter a cadeia de valor, projetando a recuperação. Isso exigiu maior rigor em nossas avaliações e integração das diversas áreas para estabelecer as prioridades e planejar a retomada. No final de 2020, já era possível identificar melhora nos resultados e ganhos de produtividade. Nossa estratégia nos garantiu estabilidade para atravessar um período mais agudo da crise e nos preparou para o enfrentamento de desafios que ainda impactam o setor automotivo como um todo.



UM PERÍODO DE TRANSFORMAÇÕES

CORAGEM PARA INOVAR

GRI 102-3

Crescer exige coragem para mudar. Ao longo de nossa história, aprendemos que transformações são necessárias e bem-vindas para inovar nos negócios.

Mudanças exigem sacrifícios, mas são oportunidades para sermos e fazermos diferente. Perseveramos. Nos reinventamos. Ganhamos impulso para crescer. E, assim, a Toyota foi pioneira em muitos momentos, criando novos modelos de gestão e tecnologias para veículos automotivos.

No Brasil, nossos antepassados foram corajosos e inauguraram a primeira fábrica fora do Japão, em 1962. A partir dos anos 90, crescemos com o Corolla, o Etios e o Yaris. Todas essas realizações foram notáveis. Agora, vivemos mais um período no qual precisamos nos reinventar, experimentar novas práticas, nos adaptar aos novos contextos e manter o foco em nossos clientes e na sociedade em transformação. Precisamos nos preparar para um mercado mais competitivo, capaz de assimilar com agilidade as novas demandas e

traduzi-las em serviços de mobilidade e que contribuam de fato para uma sociedade sustentável. É muito mais do que uma transformação organizacional. É uma transformação no modelo de negócios para nos tornarmos mais fortes.

Esse conjunto de mudanças se iniciou em 2019 e a pandemia de Covid-19 nos encontrou já em direção aos novos desafios, melhor e preparados para o enfrentamento de cenários críticos.

No âmbito social, procuramos contribuir para reduzir os impactos econômicos com [medidas de apoio e combate à Covid-19](#). Em sinergia com a Fundação Toyota do Brasil, monitoramos o cenário diariamente para garantir a eficácia das nossas ações sempre norteadas pelo nosso conjunto de valores e que reforçam o respeito às pessoas.

Em 2020, também tornamos nossa estrutura organizacional mais compatível com os desafios de mercado. Aceleramos nossa mudança administrativa para a planta de Sorocaba (SP), mantendo a produção. Somos gratos a todos que colaboraram conosco e tiveram coragem e resiliência para nos apoiar nessa transformação.

Os ajustes realizados, sintetizados no [Moving Lives](#), visam simplificar as rotinas de trabalho, facilitar a tomada de decisões e fortalecer novas competências. De agora em diante, estamos construindo uma nova mentalidade e fortalecendo nossa cultura, para que nossos

colaboradores assumam riscos responsáveis, ampliem suas competências e explorem novas formas de pensar e fazer negócios. Somos uma organização mais simples, e buscamos ser mais flexíveis. Temos revisado nossas rotinas de trabalho administrativo para aumentar a eficiência.

São ações que nos permitem evoluir para sermos uma única Toyota na região da América Latina e do Caribe, com uma gestão ágil e eficiente, com competência para responder às necessidades de nossos clientes, sem abrir mão dos nossos valores e de nossa reputação de marca, que inclui diferenciais como o [Sistema Toyota de Produção \(TPS\)](#) – que passa a ser aplicado, cada vez mais, nas áreas administrativas e não apenas na operação; um olhar mais atento para a cadeia de valor, para o mercado de carros usados, de acessórios de mobilidade. O sucesso da KINTO, nossa empresa mobilidade, é uma demonstração de nosso avanço. Queremos, assim, trazer mais competitividade para a região.



The image shows the interior of a GR Garage store. The space is filled with racing-related merchandise. On the left, a large cutout of a driver in a racing suit is visible. The walls are decorated with various items, including a grid of tires, a display of tools and equipment, and a mannequin dressed in a full racing suit and helmet. The floor is light-colored with a prominent red border. The overall atmosphere is professional and focused on automotive performance.

NEGÓCIOS EM TRANSFORMAÇÃO

Primeira loja GR Garage no Brasil

NEGÓCIOS EM TRANSFORMAÇÃO

LEGADO DE EXCELÊNCIA E RESPEITO PELAS PESSOAS

GRI 102-2, 102-4, 102-6, 102-7, 102-16

Construímos, ao longo de mais de 80 anos, um modelo de negócio reconhecido mundialmente por suas bases de eficiência e busca contínua de qualidade, movidos pelo desejo e empenho de colaboradores aptos a oferecer soluções de mobilidade cada vez melhores às pessoas.

Atuamos em 160 países e hoje somos reconhecidos pela qualidade, inovação e respeito às pessoas e ao meio ambiente.

No Brasil, em mais de 60 anos de história, produzimos continuamente em quatro operações localizadas no Estado de SP: São Bernardo do Campo, Indaiatuba, Sorocaba e Porto Feliz, e nos orgulhamos por deter o título de primeira operação Toyota fora do Japão, quando iniciamos as atividades no município de São Bernardo do Campo, em meados de 1962.

Para levar este legado adiante, contamos com 5.500 colaboradores que, imbuídos de nossos princípios organizacionais, estão sempre aptos a vencer desafios do cotidiano do setor e aprimorar competências que são fundamentais para cumprirmos nossos compromissos com o futuro da companhia no Brasil.



NEGÓCIOS EM TRANSFORMAÇÃO

REVISÃO DA FILOSOFIA GLOBAL

A indústria automotiva está passando por uma transformação única neste século. Do mesmo modo que a Toyota passou de fabricante de tear a montadora de automóveis, agora estamos nos reinventando como empresa de mobilidade. Não se trata de negar nosso passado. O Toyota Way 2020 nos guia neste período de mudança e, ao mesmo tempo, nos transforma para continuarmos produzindo felicidade em massa pelos próximos 100 anos. Juntos, construiremos a nova Toyota. Produzindo felicidade para todos. Para as pessoas. Para a sociedade. Felicidade para realizar sonhos. A paixão sempre será o motor que nos impulsiona a seguir adiante.

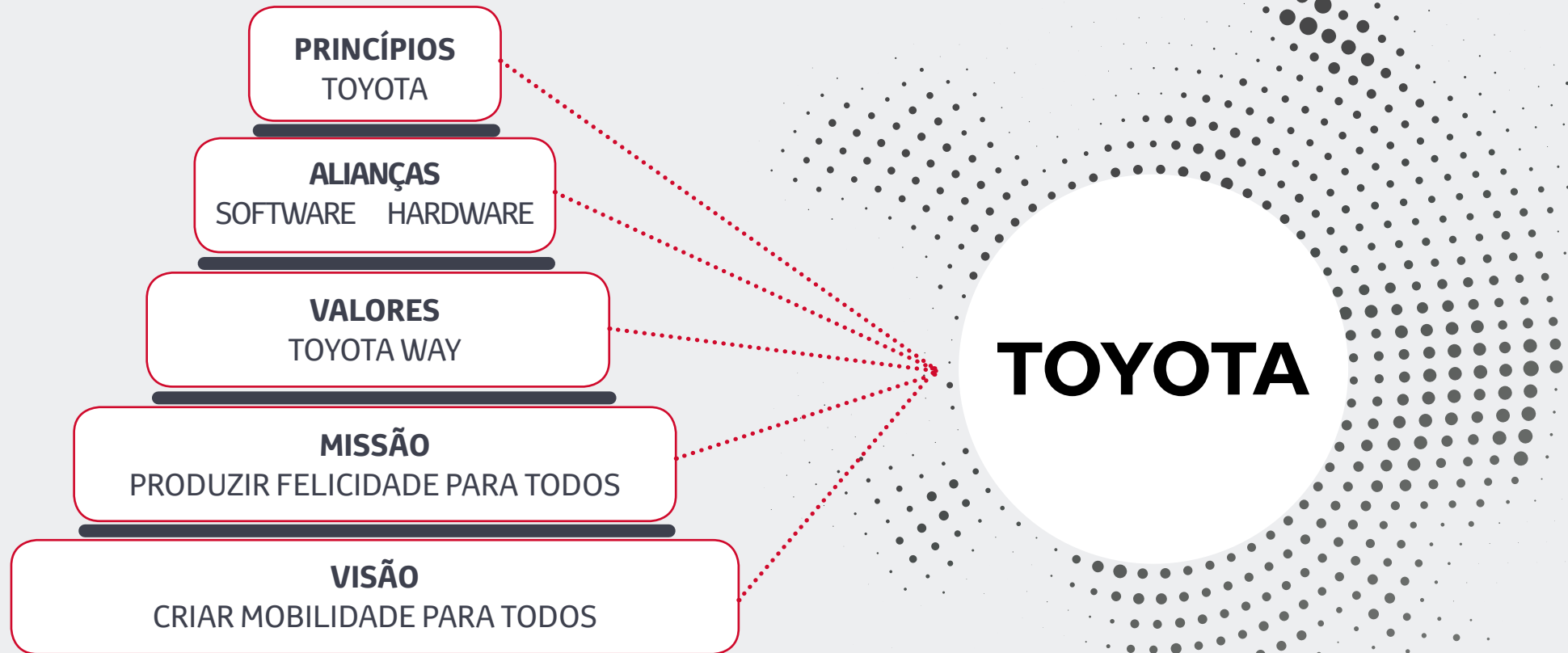
Ao final de 2020, enquanto estávamos avançando com o *Moving Lives*, globalmente revimos nossa Filosofia e nossos valores. Essas mudanças também foram comunicadas e implementadas localmente, garantindo mais força ao movimento de evolução cultural.

Nossa Visão

Criar Mobilidade para todos
Em um mundo diverso e incerto a Toyota se esforça para elevar a qualidade e a disponibilidade da mobilidade. Desejamos criar possibilidades para toda a humanidade e apoiar o relacionamento sustentável com nosso planeta.

Nossa Missão

Produzir felicidade para todos
A felicidade dos outros é nossa prioridade. Por isso queremos tornar nossos produtos melhores e mais acessíveis, valorizando nossos recursos e esforços. Acreditamos que o impossível é possível.





NEGÓCIOS EM TRANSFORMAÇÃO

TOYOTA WAY

A [filosofia Toyota Way](#) consolida os princípios orientadores do fazer e servir Toyota. O Modelo Toyota define os valores fundamentais e os métodos de negócio que devem ser aplicados, em todos os aspectos e fases de trabalho, do dia a dia, em todos os níveis da Companhia em todo o Mundo. É a base da cultura corporativa de nossa marca. Sabemos que nosso trabalho de hoje estabelece as bases para o amanhã.

Por isso, o Toyota Way é constantemente revisado, tendo em vista manter o ritmo e permanecer eficaz e relevante em um mundo que está em permanente mudança e que deve ser desenvolvido e melhorado constantemente. Em 2020, fizemos uma ampla revisão do Toyota Way, mais alinhada para enfrentar os novos desafios de transformação de nossos negócios. Agora, nosso modo de ser também se orienta pelos seguintes princípios:

Agimos pelos outros – As perspectivas de nossos clientes e *stakeholders* estão no centro de nossos esforços cotidianos.

Trabalhamos com integridade – Consideramos os efeitos de nosso trabalho e como ele afeta as pessoas em nosso entorno. Traçamos nossos objetivos com integridade e honestidade.

Somos movidos pela curiosidade – Mantemos nosso interesse por tudo e queremos saber como cada fenômeno ocorre para criarmos ideias.

Observamos com profundidade – Reunimos os dados concretos e usamos nossa capacidade de observar, interpretar e sentirmos cada situação. Utilizamos o *Genchi Genbutsu* para descobrir as soluções melhores e mais criativas.

Nos desafiamos a ser cada dia melhores – Todos os dias assumimos a responsabilidade de melhorar as nossas habilidades para atender às necessidades de nossos clientes.

Acreditamos que sempre existe uma melhor maneira – As pessoas têm a capacidade de mudar as coisas para melhor. Encorajamos o pensamento inovador e as evoluções obtidas com Kaizen.

Criamos espaço para crescer – Focamos no que é essencial, eliminamos desperdícios e gerenciamos nossos recursos com cuidado, criando espaço para crescer. Essa é a base de nossa agilidade e geração de novas ideias para o futuro.

Recebemos bem a competição – O trabalho de nossos competidores nos impulsiona a melhorar e criar mais valor para atender nossos clientes e a sociedade.

Mostramos respeito pelas pessoas – Com um respeito fundamental pelas pessoas, criamos um ambiente de acolhimento, segurança e escuta. Transformamos nossas diferenças em fortaleza e agimos como uma só equipe.

Agradecemos as pessoas – Existimos graças aos nossos clientes, membros, parceiros, *stakeholders* e comunidades. Por isso, agradecemos a todos.



TRANSFORMAÇÃO CULTURAL E ORGANIZACIONAL

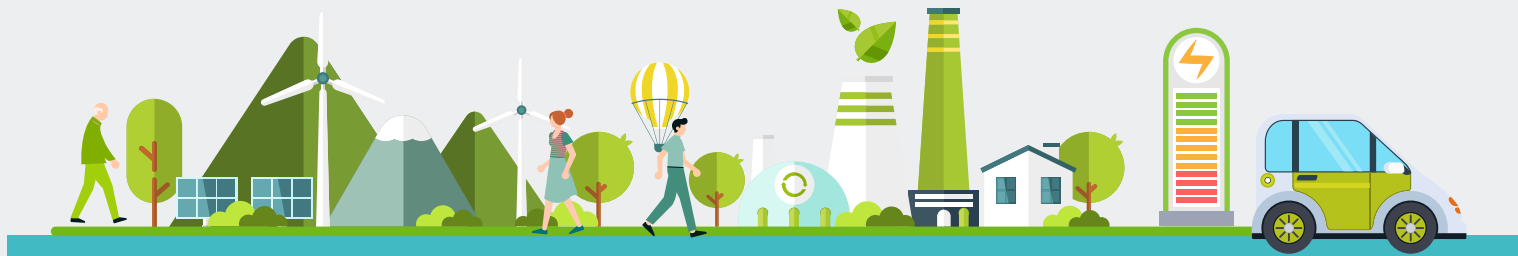
O impossível já começou

Aquilo que nos parece impossível pode se concretizar se nos inspirarmos e trabalharmos numa direção comum. Assim é nossa história de excelência, melhoria contínua e de respeito às pessoas. Somos movidos pelo desejo de inovação em tecnologias automotivas e pela superação dos limites. E é dessa maneira que a Toyota enxerga as mudanças necessárias para atingirmos uma sociedade inclusiva e sustentável, na qual os serviços de mobilidade, a descarbonização e as energias limpas desempenham um papel decisivo. Os carros autônomos em algum nível, os serviços de mobilidade, os motores cada vez mais limpos e os avanços da robótica já estão revolucionando o mercado automotivo, mas ainda há muito que fazer.

Com o slogan *Start your impossible* convocamos todos os nossos *stakeholders* a ultrapassarem junto conosco os obstáculos para grandes e urgentes transformações nos modelos de negócios e na vida. A campanha dá ênfase ao compromisso da Toyota de apoiar a criação de uma sociedade mais inclusiva e sustentável, na qual todos possam desafiar seu impossível e resalta os valores de humildade, trabalho duro, superação de desafios e interminável persistência da empresa. Uma das iniciativas é a realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Tóquio 2020, evento que exalta a inclusão, a paz e a solidariedade, foi um marco desse processo.

Desde então, muita coisa mudou. A pandemia de Covid-19 acelerou nossa jornada de transformação. Nesse processo, aprendemos que era possível trabalhar remotamente. Com as mudanças, contribuímos para diminuir a emissão de CO₂, reduzimos significativamente a impressão de documentos, adotamos mais rapidamente a digitalização e reduzimos o tempo para execução de muitas atividades.

Nas fábricas, novos protocolos de segurança - que incluem câmeras térmicas para medir a temperatura das pessoas, painéis de acrílico em mesas de trabalho e refeitório, uso de máscaras e álcool em gel, entre outros - foram adotados. Os espaços foram reconfigurados para aumentar o distanciamento entre os colaboradores. Conseguimos assim manter o respeito às pessoas, a confiabilidade em nossos serviços e o compromisso com a melhoria contínua (*kaizen*), valores que nos movem desde sempre.



Padrão avançado de Governança e Compliance

GRI 102-16, 102-17, 102-18, 102-19, 102-20, 102-21, 102-22, 102-23, 205-2

Nos últimos anos, a Toyota Motor Corporation (TMC) investiu em um modelo de governança estruturado nos sólidos valores da companhia aliados a práticas modernas de gestão que priorizam o equilíbrio nas relações com os *stakeholders* e a sustentabilidade. Esta estrutura permitiu alinhar as estratégias globais da companhia conferindo maior sinergia entre as subsidiárias. Na região da América Latina e do Caribe, a Toyota do Brasil (TDB) mantém os rigorosos padrões de conformidade estabelecidos mundialmente. Esta estrutura tem permitido avançarmos em nossa estratégia global de oferecer à sociedade as melhores soluções de mobilidade num cenário desafiador.

A subsidiária brasileira é uma empresa de capital fechado e controlada pela TMC. Por isso, não há membros independentes ou não executivos em seus Conselhos. Os mecanismos e instrumentos de governança são definidos pela matriz e buscam cumprir os requisitos exigidos pelas bolsas de Nova York (EUA), Londres (Reino Unido), Nagoya, Osaka, Fukuoka e Sapporo (Japão), onde suas ações estão listadas.

Nosso modelo de governança se pauta nas diretrizes da Lei Sarbanes-Oxley (SOX), principal referência global em auditoria e conformidade que estabelece as melhores práticas para a gestão executiva e seu acompanhamento.

Assim, todas as decisões das lideranças em seus vários níveis devem convergir para as políticas, procedimentos e regras estabelecidas pela empresa e pelo [Código de Ética e Conduta](#), que seguem os preceitos estabelecidos pela *Authorization Policy*, documento que rege as atribuições da alta liderança.

O *Board of Director* (BOD), as Reuniões Funcionais e o Comitê de Governança Corporativa compõem a estrutura da governança, vinculada diretamente à alta liderança no Brasil e na região da América Latina e do Caribe. As estratégias para o mercado brasileiro são definidas e avaliadas pelo BOD em reuniões mensais, que deve comunicá-las ao BOD Regional, em funcionamento desde 2019, e à matriz. Nos casos mais sensíveis, as decisões devem ser também aprovadas pelo BOD regional e pela matriz.

As diretrizes para a gestão são discutidas semanalmente nas reuniões de Diretores. Os passos tomados na gestão dos projetos nas várias áreas da empresa são acompanhados por Reuniões Funcionais, integradas pelo presidente da TDB e pelos Diretores Regionais.

O Comitê de Governança Corporativa, composto pelo presidente da TDB, pela diretoria da empresa e pela área de *Compliance*, tem reuniões bimestrais nas quais se discutem, entre outros assuntos, os resultados de auditoria e *Compliance*. Ao comitê cabe também tomar decisões para o cumprimento de normas, regulamentos e da legislação vigente.

Reforço nos procedimentos de Compliance

GRI 102-11, 102-17, 205-2

Nossos padrões de governança são regidos por práticas avançadas de Compliance que visam dar segurança às nossas ações e decisões fundamentadas em padrões éticos e de integridade. Criamos um ambiente de negócios orientado pela transparência, com respeito às pessoas e melhoria contínua de procedimentos. Para internalizar essa política, que tem na sua base o compromisso das lideranças, promovemos treinamento para nossos colaboradores e ações de comunicação para o conjunto de nossos *stakeholders*.

As ações de Compliance visam prevenir riscos e monitorar as falhas no cumprimento das políticas. Para a prevenção, são usados instrumentos como Código de Ética e Conduta para colaboradores e fornecedores, controles internos, avaliação de riscos e gestão de requisitos legais, entre outros. Para o monitoramento das práticas, há um canal confidencial e independente para recebimento de denúncias e auditoria.

Em 2020, foram revisados o Código de Ética e Conduta e o Código de Conduta para Fornecedores. Também foram detalhadas as Políticas Anticorrupção e Antissuborno e a Política de Gestão de Segurança da Informação, de acordo com os parâmetros da Lei Geral de Proteção de Dados. Outro avanço foi a digitalização de documentos, que permitiu maior segurança nos procedimentos. Treinamentos foram realizados com tópicos gerais sobre *Compliance* e combate à lavagem de dinheiro e ao terrorismo, extensivo aos concessionários e aos fornecedores.

O Código de Ética e Conduta se aplica a todos os colaboradores da empresa e sintetiza os princípios adotados mundialmente pela Toyota Motor Corporation. O documento é um guia de orientação para os colaboradores, que estabelece as regras que devem vigorar no ambiente de trabalho para garantir a igualdade de oportunidades, o respeito, a comunicação aberta e a aplicação dos princípios que regem a Companhia. O Comitê de Ética, composto pelas lideranças das áreas de Auditoria Interna, Jurídico, Recursos Humanos e *Compliance*, se reúne mensalmente e é a instância responsável por avaliar os casos de violação e respectivas medidas disciplinares. Cabe ao comitê propor o tratamento adequado em conformidade com o código. Os casos mais graves são encaminhados ao Comitê de Governança, que se reúne a cada bimestre.

Nosso canal ético é gerenciado por empresa especializada e independente e pode ser acessado por todos os colaboradores por telefone, pelo site, por e-mail ou mesmo por mensagem gravada em secretária eletrônica. As denúncias são enviadas à área de *Compliance* para classificação de risco e enviadas para apuração à área de RH, que se encarrega de apresentar relatórios ao Comitê de Ética.

Para os demais *stakeholders*, o contato pode ser feito pelo e-mail: denuncia.toyota@resguarda.com ou pelo telefone 0800 891 4636.



Clique aqui para saber mais sobre o Código de Conduta para Fornecedores, a Política Anticorrupção e Antissuborno e a Política de Gestão da Segurança da Informação.



NEGÓCIOS EM TRANSFORMAÇÃO

TECNOLOGIA E MOBILIDADE

KINTO chega ao Brasil com soluções de mobilidade convenientes, inteligentes e confiáveis

Uma empresa que oferece soluções de mobilidade que vão ao encontro das necessidades de seus clientes, com alto padrão de tecnologia e confiabilidade, e que contribui para a criação de uma sociedade mais sustentável. Esta é a KINTO, *joint-venture* criada entre a Toyota Financial Services Corporation (TFS) e a Mitsui & Co, que chegou ao Brasil em julho de 2020. A iniciativa, também presente em outros países da América Latina, integra nossa estratégia global de transformação rumo à mobilidade. A inauguração das operações da **KINTO** em meio à grave crise sanitária que abalou o Brasil é uma prova da confiança na recuperação do mercado brasileiro. Em até cinco anos, a empresa deverá investir cerca de R\$ 1,1 bilhão para aquisição de automóveis.

A nova empresa oferece serviços de compartilhamento de veículos, gestão de frotas corporativas e assinatura de veículos (lançado em setembro de 2021). Em substituição ao *Toyota Mobility Services*,





lançado em 2019 e pioneiro no Brasil, o **KINTO Share** manteve as características deste serviço de compartilhamento de veículos. Por meio de aplicativos para smartphone disponíveis para sistemas *Android* e *IOS*, os usuários podem solicitar veículos, que incluem conveniências como seguro, conexão com telemática, acessórios e *vallets*, além do suporte da Rede Toyota de Concessionárias. Com a pandemia, foram intensificados os protocolos de limpeza e higienização antes e depois das locações. Os serviços da KINTO já contam com a parceria de mais de 33 concessionárias no Brasil, 173 veículos para locação e 28 mil usuários registrados. O KINTO Share fechou o ano fiscal 2020/21 com 11 mil diárias de aluguel.

O KINTO One Fleet é uma opção de serviço para empresas que querem soluções inteligentes e confiáveis de gestão de sua frota com as marcas Toyota e Lexus. Todo o *know how* desenvolvido pelo Sistema de Produção Toyota (TPS) é aplicado para reduzir em até 30% os custos com a manutenção de veículos e aumentar a eficiência da operação. Com o KINTO One Fleet, as empresas podem manter seus serviços sem que haja necessidade de imobilização de veículos como ativos. Com uma estrutura mais enxuta e eficiente, elas também poderão ter uma melhor gestão de seu fluxo de caixa. O serviço está disponível em todo o País e não há um número mínimo de veículos a serem contratados. Além da locação, os clientes que optarem pelo KINTO One Fleet contam também com itens como documentação, seguro total ou contra terceiros, telemetria, gestão de multa, manutenção preventiva e/ou corretiva, logística, troca de pneus, assistência, *call center* 24 horas, ferramentas e relatórios para gestão de frota e customização de veículos. Outra grande vantagem é a oferta de veículos híbridos no portfólio, que contribuem para a redução de emissões de gases e para as estratégias de sustentabilidade das empresas parceiras. O KINTO One Fleet encerrou o ano fiscal com 250 clientes e 1.250 veículos em operação.

Produtos que fazem a diferença

Nos últimos 20 anos, nos empenhamos na criação de veículos eletrificados, despontando na evolução da tecnologia híbrida. A fabricação, venda e utilização em massa desses veículos resultou em uma considerável redução de CO₂, contribuindo assim para incentivar a economia para uma futura agenda neutra em carbono.

O primeiro carro híbrido da história produzido em larga escala foi o Toyota **Prius, lançado em 1997 no Japão e em 2013 no Brasil**. Com o passar do tempo, os veículos híbridos evoluíram em tecnologias, modelos de desenvolvimento industrial e design. Atualmente, são 50 modelos com diferentes tecnologias de eletrificação. No Brasil, já disponibilizamos dez modelos híbridos em nossa linha de produtos, com destaque para o RAV4 *Hybrid* e o Corolla sedã híbrido *flex*.

Em relação às vendas, os veículos eletrificados no Brasil superaram em 2020 os últimos dez anos, com vinte mil unidades vendidas. Foram 9.614 modelos Novo Corolla e 3.220 RAV4, além do portfólio da marca Lexus, 100% HV. Os números mostram que Toyota e Lexus representam 74% de todo o mercado híbrido desde 2013 no país. Esses dados reforçam nosso compromisso com a descarbonização dos nossos produtos por meio de múltiplas tecnologias, mas especialmente engajada com o diálogo para torná-la possível em todos os países e regiões.

Até 2025, pretendemos ampliar regionalmente nossa gama de eletrificados para 100% do portfólio, ou seja, uma versão híbrida, híbrida plug-in, 100% elétrica, movida a célula de combustível, ou qualquer outra tecnologia que se mostrar prática e viável até lá, para cada modelo comercializado.



Em 2021, uma nova era teve início com o lançamento do modelo SUV Corolla Cross. Produzido na fábrica de Sorocaba (SP), o carro alia toda a tecnologia do motor híbrido, com o design sofisticado e a confiabilidade do sedã, atendendo a demanda de um dos segmentos que mais cresce globalmente. O Corolla Cross deu continuidade ao sucesso do motor híbrido *flex*, tornando-se o segundo veículo híbrido no mundo capaz de rodar com um combustível limpo, o etanol. O primeiro carro com propulsão híbrida *flex*, ou seja, movido tanto pelos combustíveis etanol e gasolina, como por eletricidade, foi o Corolla Sedã, cuja 12ª geração começou a ser produzida em 2019 pela Toyota no Brasil. O sistema híbrido combina três motores, dois elétricos e um motor a combustão com tecnologia *flex* e transmissão *hybrid transaxle*.

Além do sistema híbrido, o Corolla Cross conta com a opção de motor 2.0L *Dynamic Force flex* com transmissão *Direct Shift* de 10 marchas e injeção direta. Ao trazer um conceito urbano agregado às preocupações com o meio ambiente e à essência da marca Toyota de qualidade, durabilidade e confiabilidade, o veículo alcançou a segunda posição entre os SUV médios mais vendidos logo em seu terceiro mês no mercado.



 Saiba mais sobre alguns de nossos destaques em produtos: 

-  CAMRY
-  HILUX
-  SW4
-  COROLLA
-  PRIUS
-  YARIS
-  ETIOS
-  RAV HYBRID

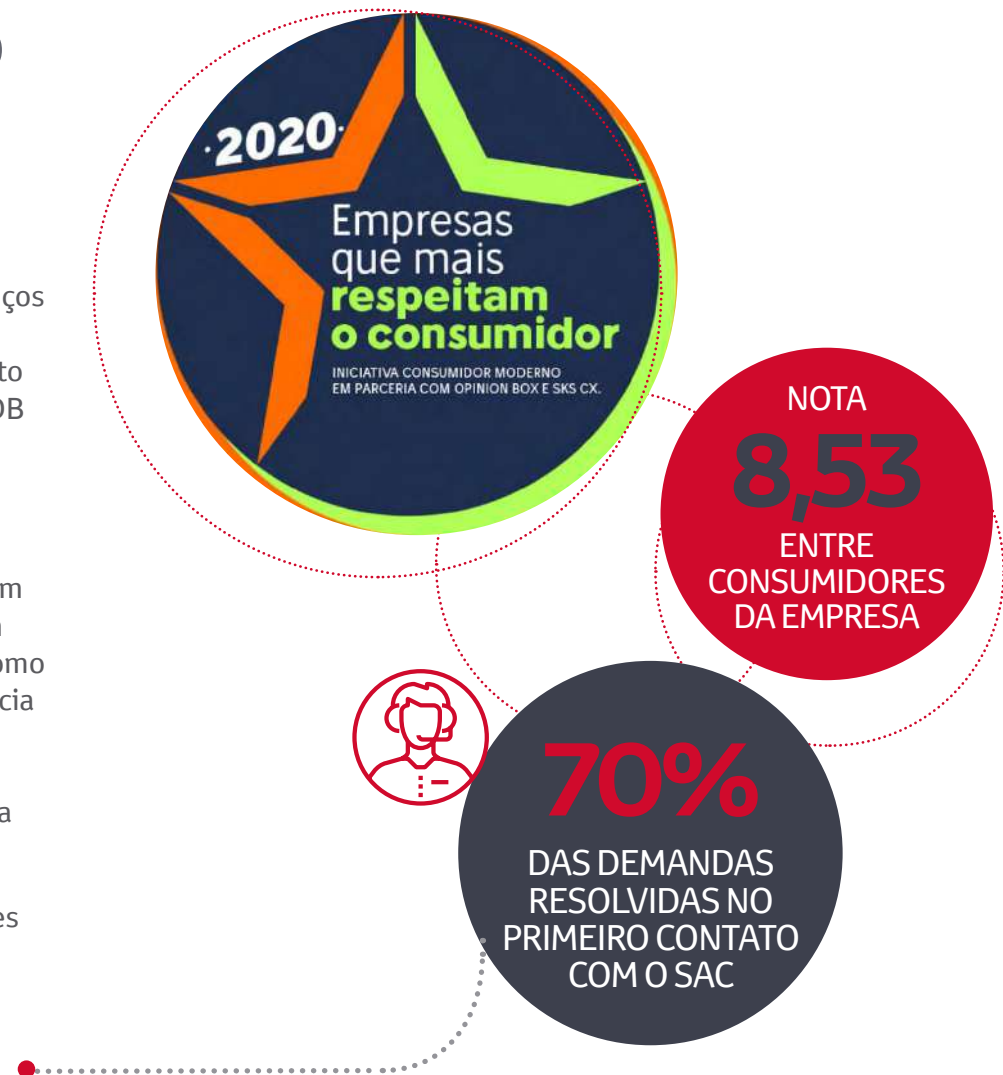


Qualidade e Relacionamento com clientes

Nossos clientes sempre estiveram no centro de nossas atenções. Procuramos direcionar nossos negócios para criar produtos e serviços que atendam prontamente às suas necessidades. O respeito às pessoas é parte de nossa filosofia, responsável pelo reconhecimento que obtemos nos mercados em que atuamos. No ano de 2020, a TDB foi a grande vencedora da categoria automóveis da 18ª edição do Prêmio Empresas que Mais Respeitam o Consumidor, iniciativa da revista Consumidor Moderno.

A distinção foi conferida após pesquisa realizada em todo o país com 6 mil consumidores das classes A, B e C. Os participantes avaliaram 182 empresas de segmentos variados de acordo com categorias como qualidade de produtos, preços, agilidade, atendimento, transparência e responsabilidade social, entre outras. Os consumidores fizeram avaliação geral das marcas numa escala de 0 a 10, e a TDB recebeu nota 8,53 entre aqueles que compraram algum produto da empresa nos seis meses anteriores à realização da pesquisa.

A preocupação com a qualidade do atendimento aos nossos clientes também nos levou em 2020 a internalizar os serviços do nosso SAC. Com uma equipe própria, dedicada e especializada para ouvir e orientar os consumidores, pudemos resolver cerca de 70% das demandas logo no primeiro contato. O SAC, que conta com 29 colaboradores, presta atendimento para as marcas Toyota e Lexus, além dos serviços da KINTO.



Relacionamento e Gestão da Cadeia de Valor

GRI 102-9, 102-10, 102-42, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

Nossas operações contam com cerca de 120 fornecedores diretos e aproximadamente 200 outros indiretos. Buscamos estabelecer parcerias sólidas que nos permitam multiplicar nossos métodos e formas de trabalho. Com uma comunicação constante e transparente, envolvemos nossos fornecedores e concessionários nos desafios futuros e estratégicos do setor automotivo.

Em 2020, devido à paralisação da cadeia produtiva, procuramos contribuir para garantir a sustentabilidade financeira dessas empresas e pensar soluções conjuntas para a retomada das atividades, para os quais o fornecimento de equipamentos era fundamental para a manutenção de nossa linha de produção.

Mantivemos nosso canal de comunicação e relacionamento aberto e, de forma proativa, ágil e transparente, esclarecemos dúvidas e estreitamos os laços com nossos fornecedores. O Café Virtual, por exemplo, é um encontro bimestral, on-line, que reúne Rafael Chang, presidente da TDB, Masahiro Inoue, CEO da empresa para América Latina e Caribe e os presidentes das empresas fornecedoras. Nesta reunião, procuramos discutir abertamente nossas diretrizes para alinharmos as expectativas. Anualmente, realizamos pelo menos um encontro para apresentação de nossos projetos e reconhecimento dos fornecedores que se destacaram ao longo do ano.

200 FORNECEDORES INDIRETOS

O principal critério para seleção de novos fornecedores é a competitividade global, além do atendimento aos nossos requisitos técnicos. Porém, uma das pré-condições para que o fornecedor seja selecionado é possuir o Certificado ISO 14.001, garantindo, desta forma, a gestão eficaz dos riscos ambientais, em conformidade legal e com nossos objetivos estratégicos de preservação e proteção do meio ambiente.

Com o objetivo de minimizar riscos, em 2021 iniciamos um novo processo de avaliação de fornecedores. Além dos quesitos principais (custo, qualidade e entrega) e ISO 14.001, solicitamos relatórios mensais referentes a KPIs de segurança e atividades para redução de CO₂. Avaliamos todos os fornecedores e prestadores de serviço que possuem potencial de impacto ambiental negativo antes da formalização do contrato entre as partes. Avaliamos se o possível parceiro atende à legislação vigente, se possui sistema de gestão ambiental e se pratica medidas de controle de risco ambiental. A avaliação, chamada de qualificação ambiental, se dá por meio da análise de documentos e relatórios e, quando há necessidade, realizamos visitas presenciais.

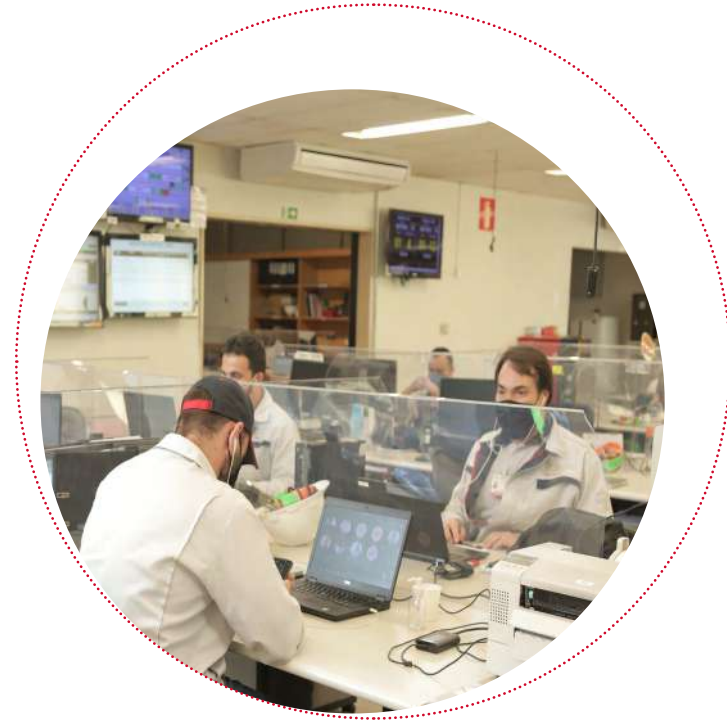
120 FORNECEDORES DIRETOS

Procuramos ainda aproximar os fornecedores das ações da Fundação Toyota do Brasil, de modo que eles possam também participar com projetos de educação e sustentabilidade ambiental. Da mesma forma, dialogamos abertamente com as concessionárias por meio da Associação Brasileira dos Distribuidores Toyota (Abradit), procurando, juntamente com o Banco Toyota, contribuir para seus negócios.

Mantemos contato próximo com a Associação Brasileira de Distribuidores Toyota (Abradit) para discussão dos rumos do setor e para multiplicação de nossas ações comerciais e ambientais.

Para fortalecimento das nossas relações com as concessionárias durante a pandemia, continuamos com as reuniões mensais – com a participação da comissão e diretoria da Abradit, representados pelos titulares de alguns grupos – porém priorizamos o formato on-line. Durante as reuniões eram abordados temas variados como vendas, pós-vendas, marketing digital, tecnologia, venda direta, logística, KINTO, acessórios, funilaria e pintura, dentre outros. Foi também criada uma Comissão Especial de Marketing Digital para suportar as adequações necessárias durante a pandemia.

Além das reuniões, também tivemos a Convenção de Concessionários, para tratar dos resultados do ano, além de expectativas e objetivos para 2021. O evento contou com a participação de representantes das concessionárias de todo o Brasil.



NEGÓCIOS EM TRANSFORMAÇÃO

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL NO BRASIL

GRI 415-1

Nos últimos dez anos, investimos cerca de R\$ 6 bilhões na ampliação de nossas operações no Brasil, o que evidencia nossa confiança na vitalidade e potencialidades do país, grande mercado e polo de produção para a região da América Latina e do Caribe.

Mesmo diante de um cenário desafiador como o da pandemia, mantivemos nossos projetos e concluímos este ciclo de investimentos, mirando as perspectivas de médio e longo prazos. Acreditamos na recuperação e no crescimento do mercado brasileiro assim como em maiores possibilidades de exportação, não apenas para a América Latina. Nosso objetivo sempre foi o de produzir veículos cada vez melhores, mais eficientes e seguros numa trajetória de





crescimento sustentável na região. Estamos também fortemente comprometidos com a descarbonização de nossas operações, ofertando veículos eletrificados com alto padrão tecnológico e que aproveitam a riqueza da matriz energética do Brasil. Com o lançamento da KINTO, demos continuidade à nossa estratégia de ofertar mais serviços de mobilidade no mercado brasileiro.

Sabemos de nosso protagonismo no desenvolvimento de veículos híbridos *flex* e de nosso papel na transformação da indústria automotiva brasileira com soluções que combinam a eficiência do motor elétrico com o etanol, biocombustível de larga utilização no Brasil, capazes de reduzir em até 40% as emissões de carbono do tanque à roda.

Fomos a primeira montadora a aderir voluntariamente ao Acordo Ambiental São Paulo, em 2019, estabelecendo metas de eletrificação para redução das emissões de CO₂ dos veículos comercializados e vendidos até 2030. Apesar da crise global, o mercado de veículos eletrificados cresceu 67% em 2020, muito em função do Corolla híbrido *flex*. Temos apoiado e discutido amplamente com autoridades públicas e entidades de classe todas as possibilidades de desenvolvimento tecnológico para veículos de transporte que vão dos veículos híbridos (HEVs), híbridos plug-ins (PHEVs), 100% elétricos (BEVs), até veículos a célula de combustível (FCEVs).

Um novo ciclo de investimento no Brasil está em avaliação. As muitas inovações possíveis no setor automotivo ainda dependem da clareza de políticas públicas e de reformas no sistema tributário, que incentivem o avanço de novas tecnologias no País, demonstrando as vantagens de promover a transição energética. Os veículos mais eficientes ainda pagam Imposto sobre Produto Industrializado (IPI) em média quatro

pontos a mais do que veículos a combustão e menos eficientes. Em 2022, contaremos com a segunda fase do programa Rota 2030, que desonerará veículos mais eficientes e seguros. É necessário ainda conferir mais previsibilidade às regras e diretrizes que orientarão o setor daqui para frente para que as próximas decisões de investimento se efetivem.

Corolla híbrido flex
impulsiona mercado de
eletrificados que

**cresceu
67%**



Foco e confiança para potencializar resultados

GRI 203, 203-1, 203-2

A confiança de nossos clientes e colaboradores nos fortaleceu para reagir num ano atípico, marcado pela pandemia de Covid-19 e que colocou em risco a saúde de todos nós, com fortes impactos negativos nas cadeias produtivas globais, comprometendo negócios e receitas no mundo todo. Somente a união de esforços poderia superar tamanho desafio.

Reforçamos os laços com nossos colaboradores, fornecedores e concessionários em busca de soluções para toda a cadeia produtiva. Após três meses de paralisação, direcionamos nossa energia para uma retomada segura com a certeza de que seríamos capazes de superar os obstáculos para manter nossas atividades.

Revisando o ambiente econômico geral para o ano fiscal encerrado em março de 2021, a economia mundial diminuiu significativamente de abril a junho, devido ao impacto da Covid-19 continuado de ano fiscal anterior. Embora tenha havido uma recuperação moderada a partir de julho devido à retomada das atividades econômicas e implementação de medidas de estímulo econômico em cada país, o crescimento econômico manteve-se prejudicado ao longo do ano. Os mercados automotivos também viram os números caírem substancialmente em relação ao ano fiscal de 2020 em muitas regiões, principalmente por conta dos efeitos da suspensão das operações nas fábricas e nas concessionárias em todo o mundo.

Neste processo, buscamos ser mais competitivos e sustentáveis. Nos últimos quatro meses de 2020, os sinais da retomada já estavam consolidados. Ao final do ano, foram vendidas 134.894 unidades ante



215.787, no ano anterior, número que representa uma queda menos acentuada do que a esperada.

Mesmo com tantas incertezas, acrescentamos ao nosso portfólio novos modelos, como o Corolla Cross, Hilux e SW4 2021. Avançamos também em nossa estratégia de oferecer serviços de mobilidade às sociedades do mundo todo.

Para 2021, reafirmamos nosso compromisso com o Brasil. Investimos R\$ 1 bilhão na fábrica de Sorocaba (SP) para desenvolvimento do Corolla Cross, na expectativa de crescimento de 25% nas vendas. Além disso, prosseguiremos com nossa estratégia de desenvolver serviços de mobilidade ambientalmente sustentáveis, como nossos veículos híbridos e eletrificados.



GENTE EM TRANSFORMAÇÃO

Colaboradores na planta de Porto Feliz

GENTE EM TRANSFORMAÇÃO

NOVAS COMPETÊNCIAS E UM NOVO JEITO DE TRABALHAR

GRI 401, 404-2

O ano de 2020 trouxe profundas e significativas transformações pessoais, na maneira de trabalhar, conviver e de se relacionar. Na Toyota, não foi diferente, e encaramos essas mudanças como oportunidade de aprendizado, evolução e sintonia com um novo tempo. A pandemia, ao mesmo tempo em que modificou radicalmente a maneira de trabalhar,



deu novo impulso ao desejo das pessoas em andar livremente, valorizando assim o ato de “movimentar-se”. Dentro desse contexto, criamos o *Moving Lives*, um movimento de evolução em nossa cultura corporativa que integra a transformação dos negócios, as novas competências necessárias, a inovação no estilo de trabalho e outras iniciativas futuras. O programa de evolução cultural já existia antes mesmo da pandemia, mas o ano de 2020 conferiu um impulso extra às mudanças necessárias, principalmente no ambiente interno da organização.

O objetivo principal do programa junto aos nossos parceiros e colaboradores é alavancar a competitividade por meio da eficiência e inovação, e com isso desenvolver carros ainda melhores e levar os negócios em direção a soluções de mobilidade centradas nas pessoas, ou seja, “mobilidade para todos”.

Como ponto de partida destes nossos objetivos, estamos trabalhando com parceiros que compartilham essa visão e se transformam para serem mais inovadores e eficientes.

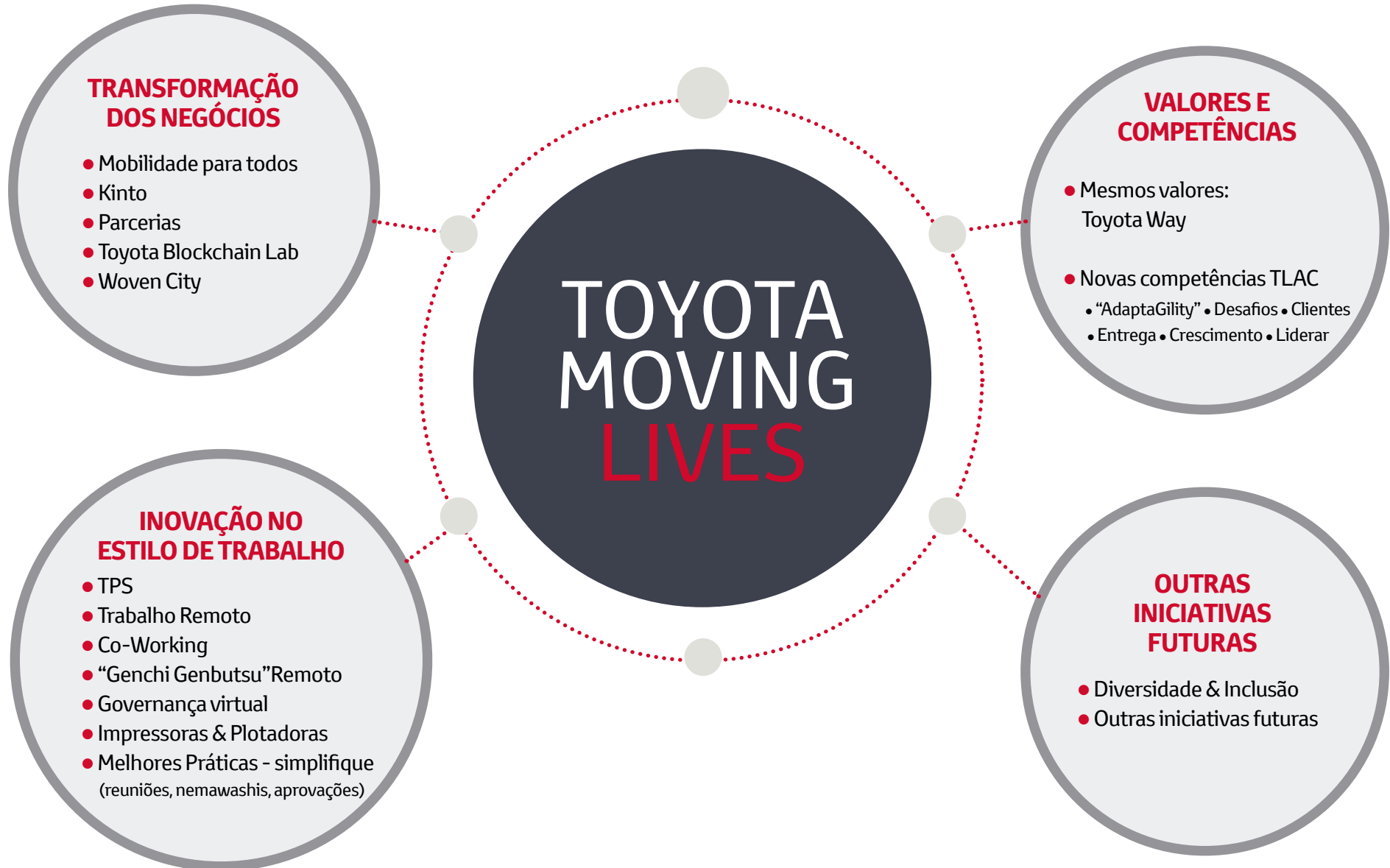
Ao final de 2019, mais de quatro mil colaboradores do Brasil e na Argentina foram ouvidos sobre como vencer desafios, ter mais agilidade,

TOYOTA

inovação e melhores resultados. A resposta foi que precisaríamos mudar a forma como estávamos trabalhando. A partir daí criamos um grupo de **agentes de mudança** para planejar, junto com a liderança executiva, um programa de cultura, o *Moving Lives*.

A partir dos valores do **Toyota Way** já utilizados, definimos juntos seis novas competências para orientar o comportamento e os valores dos colaboradores, conduzindo-os e direcionando-os para as novas prioridades culturais: **desafio, adaptabilidade (mistura das palavras “adaptabilidade” e “agilidade”), entrega, cliente, crescimento e liderança**. Trata-se de uma nova maneira de trabalhar – remota e/ou híbrida, em tempo real, ágil e eficiente, guiados por comportamentos e os esforços em direção à Toyota que pretendemos construir junto aos nossos parceiros e colaboradores. A ideia é transformar algumas dessas experiências em práticas padrão - transformando nossa cultura para uma organização mais dinâmica e aberta, aumentando assim a competitividade.





INCENTIVO À EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO PARA MELHORIA CONTÍNUA

O incentivo à educação se dá por meio de nosso Programa de Idiomas, cujo objetivo é incentivar o desenvolvimento de uma segunda língua por meio do auxílio financeiro para a realização e do Programa de graduação e pós-graduação, que visa incentivar o desenvolvimento acadêmico dos colaboradores, através de auxílio financeiro para a realização de cursos de graduação e pós-graduação. Ao todo, 28 colaboradores contaram com este incentivo no ano fiscal 2020/21.

Atualmente, estabelecemos parcerias com universidades e escolas das regiões em que atuamos. Divulgamos os cursos entre os colaboradores, e as instituições concedem descontos para nossos profissionais.

Já os treinamentos e capacitações regulares para colaboradores em cargos administrativos e operacionais objetivam prepará-los para o trabalho em equipe, para melhoria contínua e para o desenvolvimento de novas competências e compreendem:

- A** Programas de Integração (*onboarding*).
- B** Treinamentos de habilidades fundamentais *on-the-job*.
- C** Programas de Desenvolvimento de Lideranças, inclusive com processo de *Mentoring e Coaching*.

Treinamentos especiais, com destaque para o ICT (*Intra Company Transference*) e o GST (*Global Skill-up Training*), focado em desenvolver líderes (TL) que compreendam a base do Toyota Way e mantenham um bom relacionamento com as demais afiliadas, aprendendo novos sistemas de produção e favorecendo a troca de experiências.
- D** Treinamento de *Global Contents*, que contemplam os princípios, valores, sistemas e ferramentas, de modo a disseminar o Toyota Way.
- E** Treinamentos Obrigatórios (treinamentos realizados conforme legislação brasileira).
- F** Treinamento Comunicação Duas Vias, conforme indicação dos gestores para prover as competências e habilidades necessárias ao colaborador no exercício de suas atividades.
- G**



SAÚDE E SEGURANÇA

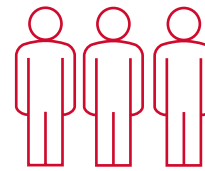
GRI 403, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9

Em termos de **Saúde e Segurança do Trabalho**, adotamos sistema OSHMS (*Occupational Safety and Health Management System*) baseado na norma ISO45001: 2018 e atendemos às normas regulamentadoras do Ministério da Economia – Secretaria de Trabalho em todas as unidades produtivas. Realizamos treinamentos e reuniões mensais de OSHMS para apresentar os desafios, conquistas e o status da atividade. A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) acompanha os trabalhos semanalmente e realiza atividades constantes de verificações de processos e acompanhamento de metas.

Ferramentas de análise e redução de riscos nos processos produtivos e não produtivos são utilizadas pelas equipes especializadas para preservação da saúde e integridade dos colaboradores, que também são acompanhados no Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional. Em conjunto com a CIPA, são promovidas campanhas de prevenção como o Parar, Chamar e Esperar, que dá autonomia aos colaboradores para recusar a realização de atividade de alto risco e solicitar e/ou promover melhoria desses processos. Essas campanhas visam fortalecer o comportamento seguro e a cultura de segurança. Treinamentos e fortalecimento periódico dos conceitos de segurança nas atividades cotidianas são ministrados para todos os colaboradores.

Mantemos o programa de integração (com o módulo de SST) e o gerenciamento dos treinamentos específicos aos colaboradores que realizam, dentre suas responsabilidades, atividades que oferecem

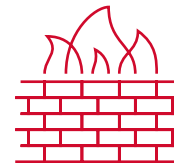
TREINAMENTOS EM 2020



Integração:
357 novos colaboradores



DOJO de Segurança:
357 novos colaboradores



Kodokan (prevenção de incêndio):
3.848 colaboradores

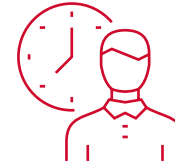
risco. Contamos também com o DOJO de Segurança, área dedicada ao treinamento e fortalecimento periódicos dos conceitos de segurança na prática das atividades cotidianas do ambiente fabril ministrado para todos os colaboradores na integração e reciclagens periódicas.



Registramos nove acidentes de trabalho de comunicação obrigatória entre nossos trabalhadores, o que representa índice de 1,126 (1,09 em 2019)* - compreendendo lesões leves nos membros superiores (contusão ou corte nas mãos, por exemplo). Não houve registros de acidentes graves e/ou com óbitos.

***Nº. de acidentes x 1.000.000**
Horas Homens Trabalhadas (HHT)

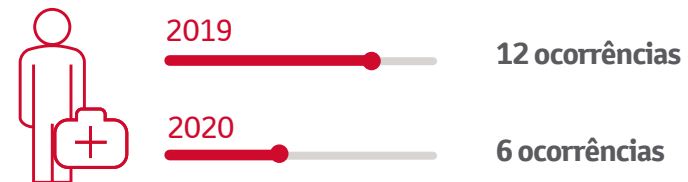
HORAS TRABALHADAS



7.402.218 horas trabalhadas em 2020

Já entre colaboradores indiretos, cujo trabalho é controlado pela TDB, registramos seis acidentes com lesões leves. Não houve registros de acidentes graves e/ou com óbitos.

Redução das ocorrências leves



zero ocorrências com lesões graves

As informações prestadas sobre acidentes foram embasadas nos dados, estatísticas e registros referentes ao ano calendário 2020, sob a ótica do Manual da Toyota do Brasil do Sistema de Gestão de Segurança e Saúde do Trabalho (OSHMS - Occupational Safety and Health Management System) revisão 4 de Maio de 2018.



GENTE EM TRANSFORMAÇÃO

UMA OPORTUNIDADE PARA FORTALECER NOSSAS AÇÕES

No período abrangido por este Relatório e tendo em vista os impactos da Covid-19, a prioridade foi garantir a saúde e segurança de nossos colaboradores, além de apoiar parceiros e as comunidades no combate à pandemia. Também foi um ano de muito aprendizado digital, percebemos que era possível trabalhar remotamente - e isso foi fundamental para uma mudança no nosso *mindset*.

As transformações que vieram com a pandemia exigiram muita resiliência, sobretudo das lideranças, que precisaram lidar com a insegurança do momento para atuar com consistência. Ao mesmo tempo, foi uma oportunidade de formar ambientes mais humanistas, voltados para a saúde mental dos nossos colaboradores. Para apoiar todo esse processo, fortalecemos e intensificamos a comunicação, que está sendo fundamental para a jornada de transformação.

Em um cenário complexo e desafiador, entendemos que o nosso maior acerto em 2020 foi descobrir que há muitas maneiras de concretizar os objetivos, fazer dar certo, com persistência, resignação e foco naquilo que queremos alcançar. Esse foi o nosso maior aprendizado.

Excepcionalmente, deixamos de realizar nossa pesquisa de engajamento em 2020, não somente em virtude do contexto da pandemia, mas também para buscar outra alternativa metodológica com novas dimensões de clima

organizacional, alinhadas à jornada de transformação cultural em curso na companhia.

Para 2021, apostamos na tecnologia, investindo mais no trabalho remoto e digital. Os antigos espaços organizacionais não devem mais voltar ao formato tradicional, com as reconfigurações dos escritórios, a provável permanência do distanciamento e a redução das viagens.

Os colaboradores que faziam parte do grupo de risco continuaram trabalhando remotamente, as máscaras passaram a ser obrigatórias nos postos de trabalho, assim como o uso do álcool em gel. Os veículos da frota adotaram um novo protocolo de limpeza e os locais de convivência (lanchonete e banco) passaram a ter o fluxo de pessoas controlado. Os locais de trabalho foram modificados para serem utilizados no sistema de *coworking* (sem lugares fixos), com distanciamento e sistema de rastreamento de lugares para facilitar a identificação em caso de contaminação do Coronavírus. São atitudes que reforçam o nosso compromisso com a segurança e saúde física e mental dos nossos colaboradores.

Também assumimos o redesenho da educação para todos, buscando atuar de acordo com as novas competências, independentemente de onde se esteja. Com isso, procuramos contribuir para a redução do impacto no meio ambiente, além de trazer mais qualidade de vida para nossos profissionais.

GENTE EM TRANSFORMAÇÃO

COMUNICAÇÃO DIGITAL: ALCANCE E AGILIDADE

Com a pandemia, vimos a oportunidade de intensificar os projetos, ao invés de interrompê-los. Atendemos prontamente às recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), suspendendo a produção e colocando em trabalho remoto todas as áreas administrativas.

Ao longo das oito primeiras semanas, reforçamos a comunicação com os colaboradores em trabalho remoto para entender como estavam - da saúde física e emocional até a produtividade. Realizamos cerca de 40 encontros on-line do nosso Presidente, Rafael Chang, com mais de 400 pessoas, além de muitas *Lives* com temas diversos, grupos no Yammer (rede social colaborativa interna), vídeos e outras ações de comunicação.

Esse aprendizado tem nos permitido “virar a chave” e adaptar a jornada de nossos colaboradores da área administrativa para um novo tempo e jeito de trabalhar. Desde junho de 2020, os colaboradores tiveram a opção de continuar trabalhando à distância, se assim decidissem, ou voltar a trabalhar presencialmente. Adotamos o termo “trabalho remoto” ao invés de “*home office*”, para que as pessoas pudessem trabalhar de onde quisessem, processo que foi testado e aprovado por todos. A pandemia acabou por se tornar uma oportunidade para que o planejamento do trabalho remoto se tornasse uma prática.





Essa habilidade diante de situações críticas diz muito sobre a nossa empresa e a forma como pretendemos encarar os desafios do futuro. Estamos nos reinventando e vimos que esse novo jeito de trabalhar é possível. Também estamos contribuindo com as famílias que precisam ainda estar em casa para cuidar dos filhos, estimulando a utilização da tecnologia e repensando questões de meio ambiente, com a redução do uso de papéis e impressoras. Além disso, estamos simplificando os nossos processos e reduzindo prazos de planejamento e implementação das atividades com o auxílio das aprovações por assinaturas eletrônicas. Essas novidades fazem parte do processo de evolução cultural “*Moving Lives – Vamos juntos acelerar a nossa evolução*”, destacado anteriormente.

Nosso respeito às pessoas, a confiabilidade em nossos serviços e o compromisso com os *kaizens* (melhorias contínuas) embasam nossa visão em longo prazo, somados ao que queremos incorporar agora ao time interno, por meio de novas competências e boas práticas, que também equilibrem atividades pessoais e profissionais.

O olhar mais apurado para a inovação no dia a dia dos colaboradores, a busca por mais eficiência e sustentabilidade e resultados ainda melhores acabam ressignificando o trabalho das equipes, cada vez mais atrelado à colaboração, conectividade em tempo real e foco no cliente e demais públicos importantes para nós – sem descuidar da saúde, segurança e do bem-estar dos colaboradores. Para quem precisa estar presencialmente nas fábricas, foi implementado um novo e completo protocolo de segurança, com a inclusão de câmeras térmicas para medir a temperatura desde a entrada e com uma nova configuração dos espaços para aumentar a distância entre os colaboradores. Tudo é parte do nosso plano em priorizar a segurança e o bem-estar de todos neste novo cenário.

A adoção da plataforma Yammer completou um ano em junho de 2020, alcançou a adesão de 80% dos colaboradores, o que corresponde a 4,5 mil pessoas ativas. Desde sua implementação, a rede colaborativa movimentou mais de 1,5 milhão de mensagens. A plataforma possibilita alcançar e conectar todos os colaboradores, o que contribui para que a comunicação seja mais alinhada e efetiva, com um canal centralizado para obter informações de modo ágil e dinâmico.

Os conteúdos trabalhados no Yammer abrangem comunicados internos, reconhecimentos, anúncios importantes e outros assuntos que ajudam a reforçar a nossa cultura e a compartilhar conhecimento entre áreas – como sugere a própria expressão japonesa “*Yokoten*”, que é muito usada para explicar esse conceito. Dessa forma, as mensagens institucionais são sempre direcionadas primeiramente para o público interno, o que é indispensável para alinhar a comunicação. Além disso, a rede colaborativa é aberta, para que todos os colaboradores possam publicar e interagir com as postagens.

Uma das nossas principais preocupações era alcançar os colaboradores que atuam na produção. Para tanto, criamos *logins* individuais para quem não tinha acesso aos canais on-line tradicionais, como *newsletter* e e-mail. Agora, o Yammer centraliza todas as informações de maneira democrática para que todos acessem a rede pelo celular, já que está disponível também em formato de aplicativo, além da opção via navegador.



DIVERSIDADE, INCLUSÃO E EQUIDADE: EVOLUIR É O FOCO PARA OS PRÓXIMOS ANOS

GRI 102-8, 405, 405-1

Um dos nossos pontos fortes está em respeitar a capacidade individual de pensar e promover novas ideias de nossos colaboradores. Rumo à transformação de uma empresa de automóveis em uma empresa de mobilidade para alavancar inovações técnicas, esta capacidade é cada vez mais importante, na medida em que continuamos a criar inovações de forma constante nos negócios tradicionais, ao mesmo tempo em que assumimos desafios em novas oportunidades.

Em meio a essas preocupações, **consideramos a diversidade e inclusão como elemento fundamental de nossa infraestrutura de negócios e estamos trabalhando em ações concretas para ampliar a diversidade cognitiva.**

Em 2019, criamos a Jornada de Equidade, como guarda-chuva para ações relacionadas à diversidade e inclusão e temos também um grupo de discussão no Yammer. Em 2020, fizemos recrutamentos focados em diversidade e lançamos grupos de afinidades, abertos a todos os colaboradores.

INICIATIVAS DA JORNADA DE EQUIDADE

2020

- Palestra sobre Diversidade no setor automotivo realizada pela AB Diversidade em todas as unidades
- Programa Cuidado Materno: criação de sala de lactantes nas fábricas
- “Vozes”: depoimentos de colaboradores com lugar de fala em relação à diversidade.

2021

- Criação de Grupos de Afinidades (Gênero, Étnico-racial, LGBTQIA+, Gerações e Pessoas com deficiência)
- Melhorias na infraestrutura (aumento na quantidade de banheiros e vestiários femininos para atendimento das novas contratações)
- 1ª Live sobre Diversidade e Inclusão em comemoração ao mês do Orgulho LGBTQIA+ com Pedro Alves – vice-presidente de Comunicação Global Mastercard
- Live sobre Empoderamento Feminino com Carina Lavacca – líder de Purchasing Project Management da Bosh
- Lançamento da 1ª Cartilha do LGBTQIA+

Perfil etário - Mulheres

FAIXA ETÁRIA	BRASÍLIA	GUAÍBA	INDAIATUBA	PORTO FELIZ	SBC	SOROCABA	TOTAL FEMININO
15 a 19 anos			27	11	10	31	79
20 a 24 anos				1	5	14	20
25 a 29 anos			4	2	12	29	47
30 a 34 anos			7	6	42	61	116
35 a 39 anos		1	22	5	47	64	139
40 a 44 anos		1	13		21	15	50
45 a 49 anos			6		12	3	21
50 a 54 anos				1	3	1	5
55 a 59 anos						1	1
TOTAL FEMININO		2	79	26	153	218	478

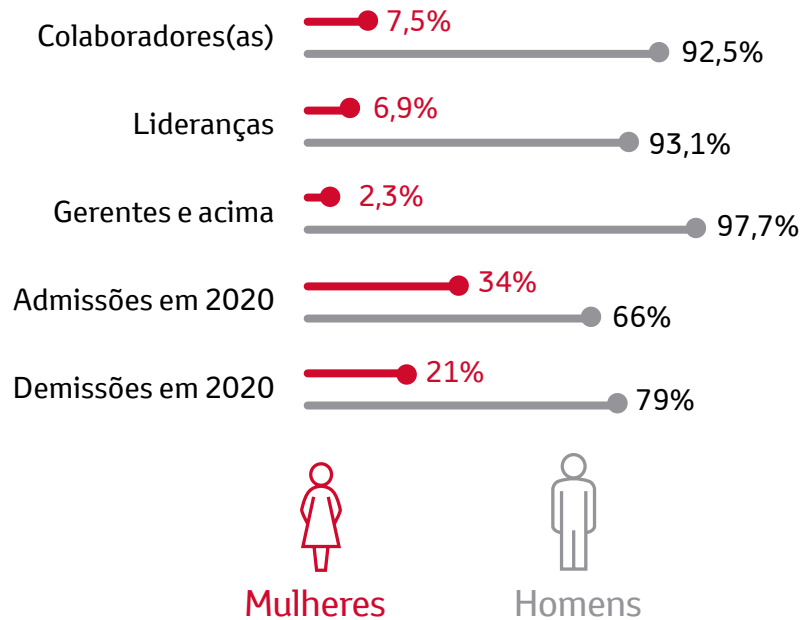


Perfil etário - Homens

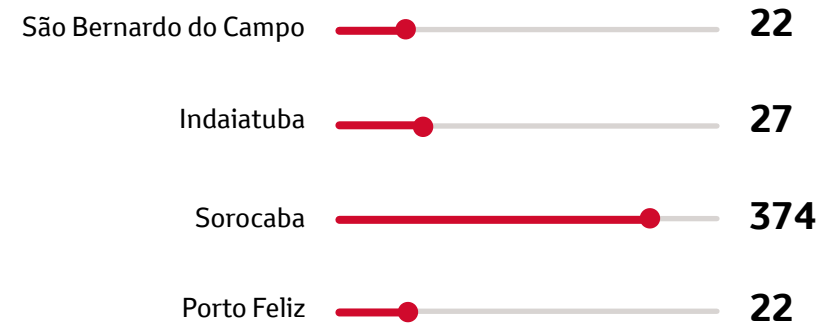
FAIXA ETÁRIA	BRASÍLIA	GUAÍBA	INDAIATUBA	PORTO FELIZ	SBC	SOROCABA	TOTAL MASCULINO
15 a 19 anos		1	38	12	22	52	125
20 a 24 anos		2	45	82	28	140	297
25 a 29 anos		1	172	127	44	465	809
30 a 34 anos		7	276	92	144	670	1189
35 a 39 anos	1	3	430	81	274	489	1278
40 a 44 anos		1	345	44	175	230	795
45 a 49 anos			165	18	87	46	315
50 a 54 anos			63	7	35	15	121
55 a 59 anos			8	2	22	1	33
60 a 64 anos			3			4	7
65 a 70 anos						3	3
TOTAL MASCULINO	1	16	1545	465	836	2108	4973



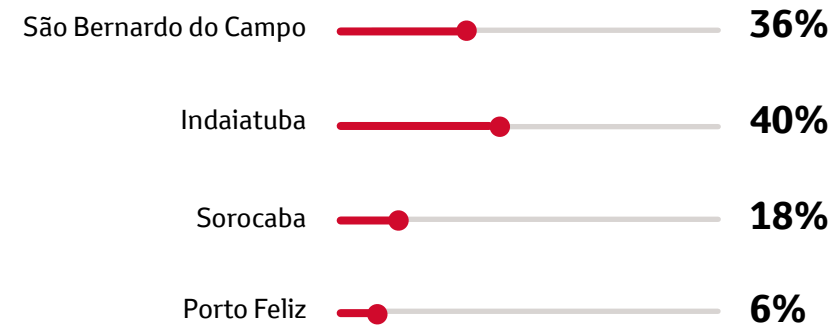
Gênero



Durante o período, tivemos 445 admissões, sendo:



Registramos 1.101 demissões* durante o período, sendo:

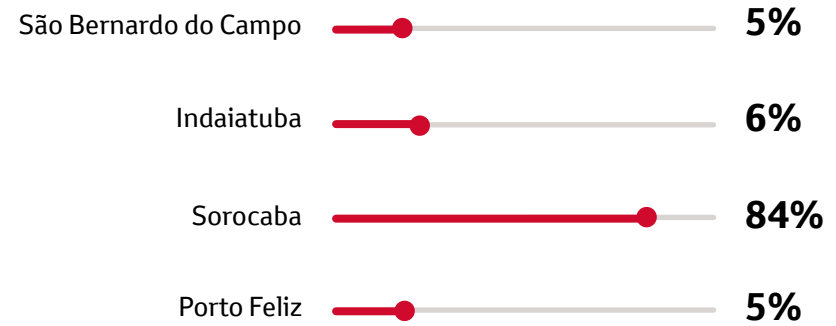


*Indicador impactado pela reestruturação interna realizada no período

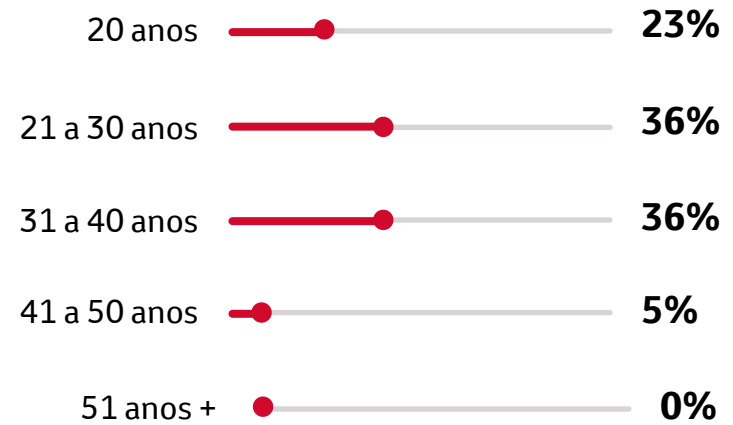
Novas contratações



Por plantas



Perfil etário



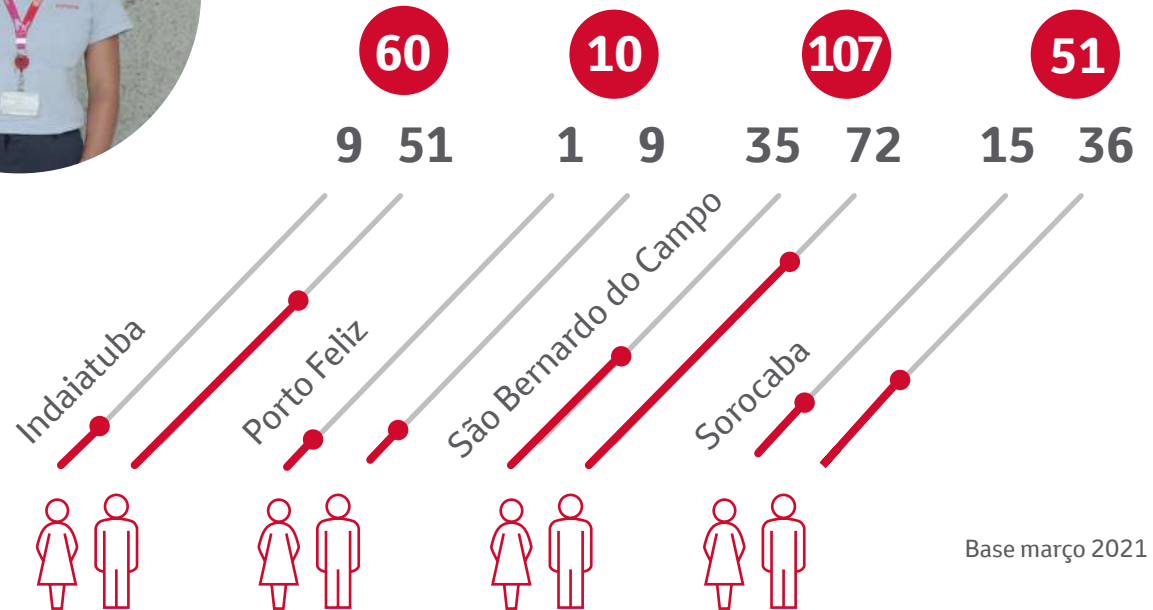
Desde 2019, adotamos um uniforme feminino que pode ser utilizado por qualquer colaborador.

Vale destacar que não há diferença salarial entre homens e mulheres em nenhuma posição.



Estamos procurando ampliar a representatividade de mulheres, negros, LGBTQIA+, portadores de deficiência e idosos, em nossos eventos, campanhas e lançamentos de produtos. Por fim, patrocinamos atletas mulheres e paratletas - que fazem parte do "Global Team Toyota Athletes" - nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Tóquio 2020.

Pessoas com deficiência



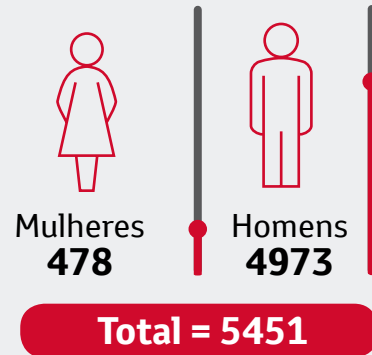
Base março 2021

A quantidade de pessoas com deficiência atende a legislação brasileira em vigor

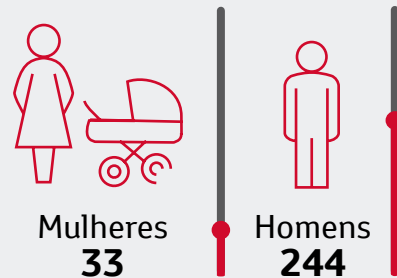
Com essas iniciativas e o impulsionamento do *Moving Lives*, temos consciência que estamos apenas começando a percorrer um caminho que ainda é longo mas cujos desafios contam com nosso compromisso em avançar em processos e indicadores fundamentais para evoluirmos em nossas práticas de Diversidade, Inclusão e Equidade, tais como a aceleração da contratação de mulheres e ascensão de gênero a cargos de média e alta liderança, entre outros gargalos que certamente serão trazidos pelos grupos de afinidade.



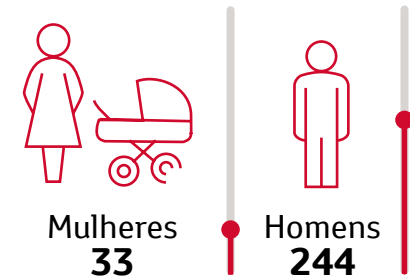
Colaboradores com direito a tirar licença maternidade/paternidade:



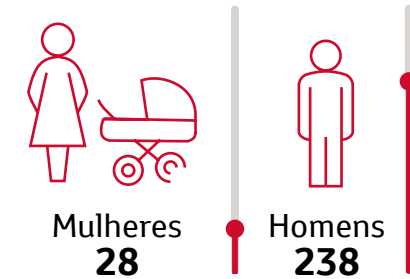
Colaboradores que tiraram licença maternidade/paternidade:



Colaboradores que retornaram ao trabalho depois do término da licença maternidade/paternidade:



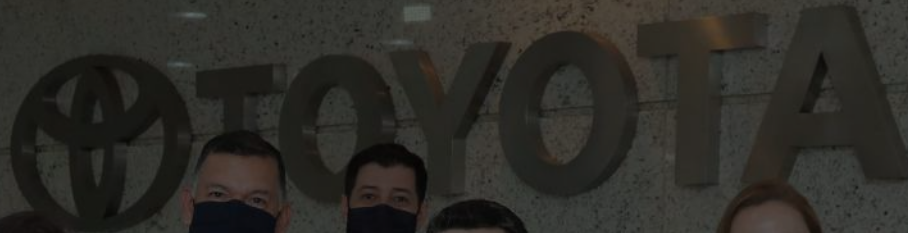
Colaboradores que retornaram ao trabalho depois do término da licença maternidade/paternidade e continuaram empregados doze meses após seu retorno ao trabalho:



Destes, 20% foram no PDV - programa de demissão voluntária e 80% por iniciativa da empresa.

Taxas de retorno ao trabalho e retenção de empregados que tiraram licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero:





SOCIEDADE EM TRANSFORMAÇÃO

Colaboradores na planta de Indaiatuba



SOCIEDADE EM TRANSFORMAÇÃO

EMPATIA, ESCUTA E AÇÃO

COMO NOS UNIMOS PARA ENFRENTAR A PANDEMIA

GRI 412, 412-1, 413, 413-1, 413-2

Em 2020, o compromisso com nossa Missão, que inclui **estarmos atentos às necessidades sociais do mundo**, foi colocado à prova e, hoje, mais de um ano depois do início da pandemia de Covid-19, nós, a Toyota do Brasil, por meio de nossas lideranças, colaboradores, Fundação Toyota do Brasil e parcerias, temos orgulho de havermos colocado em prática uma série de ações que buscaram reduzir os impactos econômicos e sociais em nosso País, além de cuidar da saúde de nossos colaboradores e também e apoiar as autoridades no combate ao novo Coronavírus.

Logo no início da crise sanitária, uma das questões que mais impactaram as autoridades brasileiras foi a falta de respiradores para atender à crescente demanda gerada pelas internações em casos graves de Covid-19. Investimos esforços para atenuar este problema, participando de um grupo convidado pelo SENAI para reparar 3.600 respiradores que estavam parados em hospitais por falta de manutenção. Utilizamos a base de Sorocaba (SP) para montar uma equipe de manutenção, que foi treinada e reparou 27 dos 50 respiradores recebidos. Naquele momento, cada respirador tinha a perspectiva de salvar de 10 a 20 vidas. Nossa equipe de colaboradores se juntou à comunidade e às universidades para as doações de respiradores, que foram entregues em diversas cidades de São Paulo, como Taubaté e Águas de São Pedro, por exemplo.

A produção de respiradores para ajudar no combate à pandemia foi também a principal motivação de uma ação dos colaboradores de São Bernardo do Campo (SP), nossa planta mais antiga. Reunidos com trabalhadores de outras empresas da região, eles conseguiram aumentar em 80% a produção de respiradores da empresa KTK, que precisava cumprir uma licitação do governo para entrega dos aparelhos em tempo recorde. A produtividade da empresa aumentou em 80% e multiplicou o



DOAÇÕES

4 AUTOMÓVEIS
HILUX ADAPTADOS
PARA AMBULÂNCIAS



30 MIL FRASCOS
DE ÁLCOOL
EM GEL



25 TONELADAS DE
ALIMENTOS



28 MIL MÁSCARAS
DE PROTEÇÃO



REPARAMOS MAIS DE
3.600
respiradores

volume de produção. Essa ação contou também com o apoio dos mestres do Sistema Toyota de Produção (TPS).

Internamente, tomamos várias medidas preventivas, como o fechamento dos Centros de Visitantes, localizados nas unidades paulistanas de São Bernardo de Campo, Sorocaba e Indaiatuba; o cancelamento das viagens e a adoção do trabalho remoto para o

máximo de colaboradores das áreas administrativas, a começar por aqueles portadores de comorbidades (grupo de risco, como diabéticos, hipertensos, portadores de problemas cardíacos, asmáticos, gestantes, com mais de 60 anos e todos os imunocomprometidos).

Em um segundo momento, procuramos fazer as adaptações necessárias para o retorno seguro ao trabalho dos colaboradores, que ficaram aproximadamente dois meses sem trabalhar presencialmente (de abril a junho de 2020). Para tanto, a montadora adotou um sistema de rastreamento com códigos de barras, utilizado diariamente para registrar os assentos usados pelos colaboradores nos ônibus e refeitórios para que, em caso de contaminação, todas as pessoas próximas fossem rapidamente identificadas e isoladas do grupo. O sistema se mostrou bastante eficiente, uma vez que, por conta dessas restrições, a contaminação interna foi bastante baixa.

E ainda, em parceria com a [Fundação Toyota do Brasil](#), doamos, no período 25 toneladas de alimentos e 28 mil máscaras de proteção; oferecemos capacitação de docentes para ensino a distância, e fornecemos subsídios que garantissem a renda das comunidades locais no entorno de nossas unidades.

As Secretarias dos municípios onde mantemos nossas operações – São Bernardo do Campo (SP), Indaiatuba (SP), Sorocaba (SP), Porto Feliz (SP) e Guaíba (RS), receberam alimentos para doação às famílias de maior vulnerabilidade social. Para o sistema de Saúde Pública do Estado de São Paulo, doamos quatro automóveis Hilux adaptados para ambulâncias, além de 30 mil frascos de álcool em gel, entre outras ações.

SOCIEDADE EM TRANSFORMAÇÃO

PARAMOS, MUDAMOS E CONTINUAMOS

GRI 203, 203-1, 203-2

Numa crise sem precedentes para o setor automotivo, tivemos de inovar, de trabalhar colaborativamente, buscando ativamente possibilidades de solução dos muitos problemas que enfrentamos no período. Nossa filosofia, o Toyota Way, e nosso sistema de produção, o TPS, foram valiosos para nos adequarmos à nova realidade com a flexibilidade exigida em cada situação.

Procuramos equacionar as questões sanitárias para preservarmos a saúde de nossos colaboradores. As recomendações da OMS foram incorporadas rapidamente e as adequações necessárias em nossas quatro fábricas para manter o distanciamento social, os parâmetros de higienização pessoal e de instrumentos foram adotados imediatamente para que pudéssemos retomar a produção quando permitido. Instalamos placas de acrílico nos refeitórios, duplicamos a frota de ônibus para transporte de colaboradores e colocamos medidores automáticos de temperatura nas fábricas para agilizar os processos e os controles sanitários.

Fizemos todos os esforços para evitar o desperdício, procuramos solucionar os problemas com melhorias contínuas (*kaizen*), desafiando nossos limites de conhecimento. Paramos, mudamos e continuamos (*stop, change and continue*).

Para a adoção das medidas sanitárias em nossas fábricas utilizamos referências vindas das fábricas do Japão e da China, com foco na saúde dos colaboradores, como a adoção de câmeras térmicas para o controle de temperatura, por exemplo. Ação que, aliada ao uso de máscaras, ao

distanciamento social e à disciplina dos colaboradores, foi fundamental para a manutenção da produção no período. Ainda pensando na saúde, foi criado e distribuído um guia, com material explicativo sobre a Covid-19, explicações sobre formas de transmissão, sintomas e tratamentos, dicas de higiene e prevenção para alertar, orientar e atenuar os efeitos da pandemia entre os colaboradores e seus familiares.

Com o reinício das operações, as dificuldades logísticas e a falta de insumos e componentes, enfrentamos novos desafios e para não paralisar a produção, utilizamos transporte aéreo a fim de assegurar a chegada de suprimentos. Colaboramos diretamente com a Usiminas, maior produtora de aço do Brasil, aplicando o sistema TPS para otimizar a produção de chapas metálicas e regularizar o abastecimento para todo o mercado brasileiro. Com essas medidas, tivemos condição de suprir a demanda externa e garantimos a expansão da exportação de veículos de seis para 22 países da América Latina.

Para solucionar problemas, precisamos verificar os fatos, observar diretamente. O *Genchi Genbutsu*, outro pilar do Toyota Way, foi adaptado com o uso de tecnologias digitais, com a comunicação remota e com uso de drones. Pudemos ter acesso direto aos dados que nos ajudaram a solucionar os problemas sem abrir mão deste pilar. Todas essas tecnologias nos auxiliaram a manter o lançamento do Corolla Cross, que teve supervisão remota de equipes no Japão. Conseguimos assim avançar nas etapas de produção, diminuindo custos e acelerando o processo.

A top-down view of several hands of various skin tones holding small, colorful globes of the Earth. The globes are arranged in a circle, and the hands are positioned around them, suggesting a collective effort or shared responsibility. The background is dark and slightly blurred, with a few thin, curved lines in white and red. The word "SUSTENTABILIDADE" is written in large, bold, white capital letters across the center of the image.

SUSTENTABILIDADE

SUSTENTABILIDADE

RUMO À DESCARBONIZAÇÃO NA CADEIA DE VALOR

GRI 305

Consciente da urgência nas mudanças nos padrões de produção e consumo necessários para reduzir os impactos das mudanças climáticas e utilizar de modo sustentável os recursos naturais, preservando-os para as gerações futuras, nos comprometemos até 2050 a adotar uma série de iniciativas na área ambiental. **Estamos trabalhando para descarbonizar nossas operações em toda a cadeia de valor, para otimizar e reduzir o consumo de água e criar uma sociedade em harmonia com a natureza.** Os desafios abaixo são verdadeiras diretrizes para a reinvenção de nosso modelo de negócios.





Novos desafios com emissão zero de CO₂: Consiste na redução de emissões nos veículos, investindo na melhoria da quilometragem de veículos motorizados, além de desenvolver a próxima geração de veículos com tecnologias de baixa emissão de CO₂ ou zero, disseminando-os na sociedade para contribuir com a mitigação dos efeitos do aumento de temperatura da Terra.



Ciclo de vida com emissão zero de CO₂: A redução das emissões até sua neutralização também deve ser feita considerando não só as esferas de fabricação e uso dos veículos, mas todos os processos de produção de materiais e de descarte e reciclagem dos mesmos. Com isso, pretendemos investir em um *design* de produção ecológica, com menos quantidade de materiais e peças.



Emissão zero de CO₂ nas fábricas: As unidades produtivas de veículos deverão incorporar tecnologias mais avançadas de fabricação e diferentes formas de energia para reduzir emissões de CO₂. Para tanto, medidas de simplificação e racionalização do processo produtivo deverão ser adotadas além de novas fontes de energia solar, eólica e de hidrogênio.



Minimizar e otimizar o uso da água: O agravamento do cenário de escassez de água no mundo requer ações das indústrias para preservação e uso racional deste recurso nos vários processos em que ele é necessário. Investimos na redução global da quantidade de água utilizada com ações como coleta de água pluvial e na purificação da água descartada no meio ambiente.



Estabelecer uma sociedade e sistemas baseados na reciclagem: O aumento da exploração dos recursos naturais e seu consequente esgotamento exigem investimentos consistentes na economia circular, elevando padrões de eficiência e de reciclagem de recursos. Neste domínio, priorizamos a utilização de materiais ecológicos, aumento da durabilidade das peças, desenvolvimento de tecnologias de reciclagem e fabricação de veículos a partir de materiais usados.



Estabelecer uma sociedade em harmonia com a natureza: O desmatamento constitui-se numa grave perda para o meio ambiente e as sociedades. Para conscientizar as comunidades e melhorar a qualidade da vida em cada região onde atua, promovemos o plantio de árvores em nossas fábricas, além de investir em atividades de conservação e educação ambiental no entorno.





SUSTENTABILIDADE

METAS ARROJADAS NO PLANO DE AÇÃO AMBIENTAL



Nosso sétimo Plano de Ação Ambiental na Toyota do Brasil estabelece metas arrojadas para tornar as operações e toda a cadeia produtiva da empresa mais sustentáveis até 2025. O plano segue à risca os pilares determinados pelo Desafio Ambiental Global 2050, cujo objetivo é contribuir para criar uma sociedade livre de carbono e em harmonia com a natureza.

O plano prevê o aumento de vendas de veículos eletrificados, projetando 166 mil unidades vendidas até 2025 no Brasil. Com isso pretendemos reduzir até 83 mil toneladas de CO₂ na atmosfera. A expectativa também é engajar toda a cadeia de valor nos objetivos de desenvolvimento sustentável. Para acompanhar a evolução deste trabalho, novos métodos e ferramentas de avaliação e medição de impactos serão desenvolvidos, a exemplo da calculadora ambiental criada em 2020 para verificar a performance ambiental nas operações de fornecedores. A análise desses dados permite que se estabeleçam metas exatas de indicadores.

O total de CO₂ emitido pelas operações industriais deverá se reduzir em 25%, considerando o período entre 2013 e 2025. As quatro plantas industriais – São Bernardo do Campo, Indaiatuba, Sorocaba e Porto Feliz – deverão ampliar o uso de energia elétrica 100% renovável.



Desde 2015, utilizamos energia limpa (incentivada) de forma a mitigar a emissão de CO₂ nas fábricas. A partir de 2019, com a chegada dos I-Recs (certificados de origem de energia renovável), foi feita a troca de energia incentivada por convencional, com a compra de I-Recs para comprovar a origem renovável. Como resultado, **reduzimos a emissão de 5.000 tons de CO₂ em 2020.**

O consumo de água também deverá ser bastante reduzido: a previsão é diminuir em 35% o uso de metros cúbicos de água por veículo produzido (2013-2025).

Até 2025, deveremos ainda desenvolver estudos para um projeto de desmontagem funcional de veículos, com detalhamento dos ciclos de reciclagem. Outro foco de atenção será a **redução em até 25% do desperdício de materiais utilizados na produção de veículos, considerando o período entre 2013 e 2025.** Para envolver as comunidades na construção de uma sociedade em harmonia com a natureza, serão promovidos também projetos sociais para práticas de ações sustentáveis.



Confira nossos resultados:



RESUMO DE STATUS



SUBCOMITÊ	AVALIAÇÃO RESUMO	TDB	SDGs
1. Produção	◎ 6x100%	98,6% alcançado	
2. Logística	◎ 2x100%		
3. Comercial	X (1x77%+1x100%+1x100%)		
4. Comunicação	O (4x100%)		
5. Veículo próx. Geração	◎ (4x 100%)(plano revisado)		
6. Compra	△ (2x100%+1x93%+1x95%)		
7. Contribuição Social	◎ 2x100% (plano revisado)		

SUBCOMITÊ DE LOGÍSTICA



	KPI	Dez 20 Status	Objetivo CY20	Aval.	SDGs	
CO2	GENTAN- I	gCO ₂ /ton.km	72,5	76,3	◎	
	TOTAL	1000 ton/ano	43740,8	-	-	
PWM	GENTAN-I	Kg/m ³	3,32	4,42	◎	
	TOTAL	ton/ano	242,6	-	-	

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ◎: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: Devido à situação de Pandemia o volume CS e Produção PWM diminuíram dramaticamente

SUBCOMITÊ DE PRODUÇÃO



	KPI	Dez 20 Status	Objetivo CY20	Aval.	SDGs
1. Reclamação de não conformidade (casos)		0	Zero	O	
2. Emissão de CO ₂ (Kg/veículo)		59,17	84,20	◎	
3. Resíduo (Kg/veículo)		6,86	11,26	◎	
4. Água (m ³ /veículo)		1,48	2,01	◎	
5. VOC (g/m ²)	IDT	30,24	34,09	◎	
	SOR	9,87	11,89	◎	

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ◎: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: **SBC:** redução de CO₂ com eficiência de máquina – desafio 3 – Prensa; **IDT:** Reutilizar materiais residuais para transformá-los em novos produtos – desafio 5 – GPS. **SOR:** A eficiência dos robôs de revestimento básico aumenta reduzindo a distância da pistola em 200 mm – desafios 3 e 5 – Pintura; **PFZ:** Reduzir o consumo de água – desafio 4 – Utilidades.



TOYOTA DESAFIO AMBIENTAL 2050



SUBCOMITÊ COMERCIAL



KPI	Dez 20 Status	CY20 objetivo	Aval.	SDGs
1. DERAP (Distribuidor Prog. Audit Risco Ambient.)	77% de 3S (140 distribuidores)	100% de 3S (183 distribuidores)	X	6, 14
2. ISO 14001	63,4% de 3S (116 distribuidores)	58% de 3S (106 distribuidores)	⊙	11, 13
3. Coleção de KPIs	82% de 3S (151 distribuidores)	Monitoramento (183 distribuidores)	O	7, 13, 15, 17

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ⊙: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: Coleção DERAP/KPI: resultados impactados pelo cenário de pandemia COVID (distribuidores com alta rotatividade e capacidade afetados pela pandemia). Ao vivo, feito em outubro de 20 com distribuidores/ABRADITA para reforçar a importância dos relatórios. DERAP, KPIs e ISO ainda incluídos na avaliação do Distribuidor para fortalecer o programa.

C/M para 2021: desenvolvimento de treinamentos online para esclarecimento do processo ambiental aos distribuidores, reforçando o programa DERAP para recuperar lacuna.



SUBCOMITÊ VEÍCULO DE PRÓXIMA GERAÇÃO



KPI	Dez 20 Status	CY20 objetivo	Aval.	SDGs	
Plano de vendas	1. Vendas Híbridas	12.881	Revisão Anual: 11013	⊙	13
Incentivos fiscais Híbridos	1. Dever CBU de importação	Mantendo desde 2014	Reduz de 35% → 4%	⊙	9
	2. Incentivos de IPVA	Dist. Federal em Dez 2019	+ 1 incentive tributário da cidade	O	11
	3. Programa tributário de baixa emissão	SPO/SOR/JDF (Desde 2014)	3 cidades SPO/SOR/JDF	⊙	12

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ⊙: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: devido à Covid 19, o volume total de vendas foi revisado.

SUBCOMITÊ DE COMPRAS



KPI	Dez 20 Status	CY20 objetivo	Aval.	SDGs
1. Conformidade com fornecedores	100%	100%	O	17, 13
2. Certificação ISO 14001	92%	100%	△	11, 13
3. Gestão Química Global (assinatura de acordo)	100%	100%	O	14, 15
4. Redução de CO ₂	Pesquisa Mensal	Pesquisa uma vez ao ano	△	13, 7

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ⊙: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: Certificação ISO 14001" Detalhe no próximo slide



TOYOTA DESAFIO AMBIENTAL 2050

SUBCOMITÊ DE CONTRIBUIÇÃO SOCIAL (TBF)



KPI	Dez 20 Status	CY20 objetivo	Aval.	SDGs	
Biodiversity Conservation	1. Blue Macaw: Angariação de fundos	52% (R\$ 715K)	35%	⊙	15 VIDA TERRESTRE, 11 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA, 13 AÇÃO CLIMÁTICA E ENERGIA LIMPA, 14 VIDA AQUÁTICA, 15 VIDA TERRESTRE
	2. Projeto Águas da Mantiqueira Workshops	0	6 (adiado para 2021)	○	6 ENERGIA LIMPA, 14 VIDA AQUÁTICA, 4 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ⊙: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: Blue Macaw: Pantanal foi destaque na mídia nacional por conta do incêndio. Ajuda o Instituto Arara Azul a mostrar a situação do Pantanal e a realizar campanhas conjuntas de arrecadação de recursos para mitigar impactos. Outras empresas firmaram contratos com o Instituto visando ajudar o bioma. Água da Mantiqueira: devido à pandemia, os workshops com as comunidades foram adiados para 2021 para evitar aglomeração. Por outro lado, o projeto reforçou as reuniões online com a Prefeitura e órgãos governamentais para influenciar as políticas públicas (principal objetivo do Projeto Águas da Mantiqueira). No total, 30 reuniões.

SUBCOMITÊ DE COMUNICAÇÃO



KPI	Dez 20 Status	CY20 objetivo	Aval.	SDGs	
2. SNS - Serviço Networking Social	1. Facebook, site, LinkedIn e outros	Mais de 10 posts alcançados	10 posts/ano	○	4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ⊙: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: O site Oficial foi atualizado como conteúdos de Desafio Ambiental Toyota 2050.

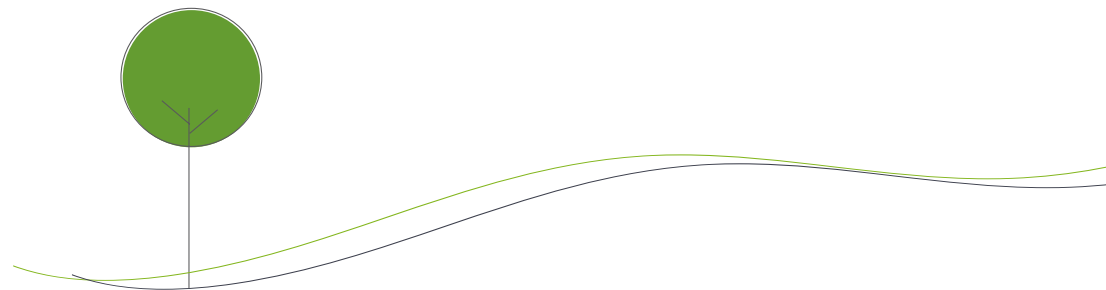
REQUISITOS TMC



KPI	Mar'21 Status	CY20 Target	Eval.	ODS	
Promover Sociedade baseada em reciclagem	1. Desmontando PJT (Acordo de tecnologia)	1 PJT (Parceria: GWA)	1 PJT	○	12 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA, 13 AÇÃO CLIMÁTICA E ENERGIA LIMPA
	2. HV reutilização de bateria (Pesquisa)	1 PJT (Universidade: FACENS)	1PJT	○	9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA, 11 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

XX: excedeu mais de 20% X: excedeu de 5 a 20% △: excedeu até 5% O: objetivo alcançado ⊙: objetivo excedeu mais de 5%

Comentários: Seguindo o TMC 100 PJT, a TDB assinou um contrato técnico para o conceito de Modelo de desmontagem de veículos com a empresa GWA (Green Way for Automotive). Com o objetivo de criar um processo padrão para e correta desmontagem de veículos em fim de vida no Brasil.



SUSTENTABILIDADE

GESTÃO AMBIENTAL NO PROCESSO PRODUTIVO

Estamos fortemente comprometidos com a proteção do meio ambiente. **Neutralizar o carbono em nosso processo produtivo e combater as mudanças climáticas são prioridades** assumidas publicamente e trabalhadas em nosso cotidiano na relação com nossos *stakeholders*. Dispomos de rigorosos mecanismos de controle e gestão de nossas metas ambientais. Sabemos que é crucial atingir **maior eficiência no processo produtivo, evitando desperdícios, reduzindo o consumo de energia e adotando inovações**. Essa estratégia reflete nossa contribuição para a sociedade. Incluímos os ODS em nosso sistema de gestão e em toda a cadeia produtiva, fato que impacta diretamente as decisões de negócios. **Envolvemos fornecedores e distribuidores em nas ações**. Buscamos ainda soluções mais adequadas para o descarte de produtos.

Uma das metas globais da Toyota Corporation é **construir uma sociedade que esteja em harmonia com a natureza**. Promovemos assim iniciativas que causem impacto positivo para o meio ambiente, para as comunidades e que se direcionem para o desenvolvimento sustentável. Por isso, estabelecemos três pilares para execução de projetos: biodiversidade, educação e comunidades, eixos que são fortalecidos na relação com nossos *stakeholders*.



Veículos híbridos *flex*

A redução das emissões de CO₂ é para nós um compromisso fundamental e inadiável. **Até 2030, pretendemos evitar a emissão, no Brasil, de até 415 mil toneladas de CO₂ na atmosfera. Nossa estratégia está plenamente direcionada para a criação de produtos e serviços de mobilidade que assegurem a qualidade de vida das pessoas em sociedades ambientalmente sustentáveis. Até 2050 vamos reduzir em 90% a emissão de CO₂.**

Nos anos 90, iniciamos nossa jornada em direção à sustentabilidade com a introdução de veículos híbridos no mercado, tecnologia desenvolvida de modo pioneiro. Desde 2018, estão em testes veículos híbridos equipados com motor de combustão interna *flexfuel*, ou seja, movido a gasolina ou etanol, com a combinação de propulsores elétricos. Este projeto foi desenvolvido em parceria entre a Toyota do Brasil e a Toyota Motor Corporation. Estudos demonstram que o híbrido *flex* tem alto potencial de compensação e absorção de CO₂ gerado desde o início do ciclo de uso do etanol, apresentando alta eficiência, baixos índices de emissão e capacidade de reabsorção dos impactos do gás carbônico. **Em média, os modelos equipados com tecnologia híbrida *flex* emitem em média 78% menos CO₂ que um veículo convencional.**

A reutilização de materiais é uma diretriz para nossos processos produtivos para diminuir os impactos ambientais. Desde 2007, utilizamos forro de teto (*headlining*) nos veículos, feitos com materiais de garrafas PET. Feltros são feitos com rejeitos de tecelagem, plásticos reciclados são utilizados em peças, resíduos de alumínio compõem a formulação em blocos de motores e pistões e aços nobres permitem a redução de massa do veículo e economia de combustível, reduzindo assim as emissões.



Gestão de eficiência energética e emissões de gases de efeito estufa (GEE)

GRI 305-1, 305-2

Investimos continuamente na adoção de fontes de energia renováveis e em mais eficiência energética no processo produtivo.

Para atingir a neutralidade do carbono em nossas operações, incentivamos o envolvimento de todos os colaboradores. Cada departamento tem metas específicas para reduzir o consumo de energia por meio de mudanças de hábitos, melhorias e inovações que visam reduzir também o desperdício e os custos.

Em 2020, o consumo de energia em nossas unidades foi menor em termos absolutos devido à paralisação da produção provocada pela

pandemia de Covid-19. No entanto, a intensidade de energia utilizada por veículo produzido foi maior por causa da queda na produção.

Mesmo com a paralisação das operações por três meses, foi possível melhorar o desempenho ambiental.

Ao longo do ano, foram implementados 39 projetos de inovação ambiental nas quatro fábricas no Brasil, que priorizaram a redução de consumo de energia, sobretudo gás natural e combustíveis fósseis.

Estes projetos, além de representarem melhorias no padrão ambiental, levaram a uma economia de cerca de R\$ 1,5 milhão para a TDB.





EMISSÕES DE GEE (GÁS DE EFEITO ESTUFA)

GRI 305-1, 305-2

PLANTA	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
São Bernardo	(Kg CO ₂)	996.854,355	630.015,9263	951.260,445	671.490,2381	261.262,6139
Indaiatuba	(Kg CO ₂)	5.072.862,863	3.302.205,391	4.180.019,808	3.657.381,182	2.811.443,25
Sorocaba	(Kg CO ₂)	5.317.568,995	3.964.720,5	5.219.159,66	4.788.029,326	2.906.499,206
Porto Feliz	(Kg CO ₂)	Não operacional	836.309,3599	1.208.413,977	1.131.637,213	884.605,6622
Toyota do Brasil	(Kg CO ₂)	11.387.286,21	8.733.251,177	11.558.853,89	10.248.537,96	6.863.810,732

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018, passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 Consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

EMISSÕES DE GEE NAS FÁBRICAS (KG/ UNIDADE)

PLANTA	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
São Bernardo	KG CO ₂ /veí	5,27	4,18	2,93	2,83	1,85
Indaiatuba	KG CO ₂ /veí	63,6	55,08	50,02	57,65	59,19
Sorocaba	KG CO ₂ /veí	72,49	45,04	41,6	38,48	42,43
Porto Feliz	KG CO ₂ /veí	Não Operacional	9,42	9,62	7,84	9,62

EMISSÕES DE GEE (KG DE CO₂ / VEÍCULO PRODUZIDO)

Toyota do Brasil	KG CO ₂ /veí	72,7	57,66	55,3	54,55	59,17
------------------	-------------------------	------	-------	------	-------	-------

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 - O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

Emissões de componentes orgânicos voláteis (VOC)

As plantas de Indaiatuba (SP) e Sorocaba (SP) são monitoradas para reduzir a emissão de componentes orgânicos voláteis presentes nos processos de pintura de veículos. A meta é atingir redução de 1% ao ano (em g/m²). Em 2020, foi realizado um estudo para aproximar mais os robôs de pintura das carrocerias. Com esta melhoria, eliminou-se o desperdício de tinta e reduziu-se o consumo e as emissões de tinta. O processo de pintura da planta de Sorocaba tornou-se o único 3wet system do mundo. Esta iniciativa venceu o concurso *Eco Award* da TDB como melhor projeto de ecoeficiência ambiental e representou o Brasil no concurso global da Toyota, realizado no Japão.



Planta da Toyota em Indaiatuba (SP)

EMISSÕES DE VOC NAS FÁBRICAS (G/M²)

PLANTA	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
Indaiatuba	g/m ²	32,87	34,56	31,52	31,17	30,24
Sorocaba*	g/m ²	12,15	12,02	11,75	11,05	9,87

*Pintura a base d'água

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 a Toyota passou a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

EMISSÃO DE VOC (G/M² DE ÁREA DO VEÍCULO) INTENSIDADE VOC

PLANTA	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
Toyota do Brasil	g/m ²	22,52	22,24	20,37	18,52	19,09

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).



CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO

GRI 302-1

FONTE	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
Gás Natural	GJ	197.095,35	159.748,03	213.306,68	199.706,90	150.718,07
GLP	GJ	42.383,00	1.478,22	2.069,45	1.960,78	1.184,32
Consumo de eletricidade	GJ	276.659,20	229.592,74	332.825,78	308.891,26	246.831,46

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

INTENSIDADE ENERGÉTICA POR VEÍCULO PRODUZIDO

GRI 302-3

FONTE	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
Gás Natural	GJ/veículo	1,11	1,08	1,02	1,06	1,30
GLP	GJ/veículo	0,24	0,01	0,01	0,01	0,01
Consumo de eletricidade	GJ/veículo	1,56	1,55	1,59	1,64	2,13

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

ACESSE AQUI
REDUÇÃO NOS REQUISITOS
ENERGÉTICOS DOS PRODUTOS



Água e efluentes

GRI 303-1, 303-2

Nossa gestão eficiente do uso de água contribui para assegurar a disponibilidade deste recurso e sua conservação.

Em nossos processos de fabricação, adotamos formas de tratamento e reuso da água que obedecem a rigoroso controle de qualidade. Com base no conceito dos 3Rs (**Reduzir, Reutilizar e Reciclar**), buscamos a melhoria contínua no uso deste recurso por meio da captação da água da chuva, de compressores e de aparelhos de ar-condicionado. Após sua utilização, os resíduos de água são levados à Estação de Tratamento de Efluentes (ETE), onde também são realizadas análises físico-químicas antes de seu descarte no meio ambiente. Parte da água é destinada ao uso em nossas instalações sanitárias. Por meio de programas de educação ambiental, procuramos conscientizar nossos colaboradores e suas famílias, além das comunidades para a importância da redução do consumo residencial.





VOLUME TOTAL DE CONSUMO DE ÁGUA NA TDB, POR FONTE

GRI 303-3, 303-4, 303-5

FONTE	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
Águas subterrâneas	m ³	158.307	202.713,06	217.148,09	210.531,44	135.690,16
Abastecimento por serviços de água públicos ou privados	m ³	123.319	119.616,93	94.809,69	61.625,53	35.588,62
Consumo total de água	m ³	281.626	322.329,99	311.957,78	272.156,97	171.278,78

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

INTENSIDADE CONSUMO DE ÁGUA POR VEÍCULO PRODUZIDO

FONTE	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
Toyota do Brasil	m ³	1,4	1,39	1,46	1,45	1,48

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).



EFLUENTES GERADOS NOS PROCESSOS

GRI 303-2, 303-4

Volume Efluente Tratado	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
São Bernardo	m ³	6.794,00	6.815,00	7.378,00	7.330,1	5430
Indaiatuba	m ³	93.175,00	86.513,00	76.354,00	68.440,00	52.620,00
Sorocaba	m ³	77.940,00	95.401,00	106.509,30	93.732,00	50.310,00
Porto Feliz	m ³	Não operacional	207,11	8.902,00	8936,08	5875,49
Total Toyota do Brasil	m ³	177.909,00	188.936,11	199.143,30	178.438,18	114.235,49

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 – O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

Resíduos e reciclagem

A reciclagem é uma prática importante para reduzir o desperdício e diminuir o impacto de materiais descartados no meio ambiente. Por isso, assumimos o desafio de utilizar cada vez mais peças feitas com materiais ecológicos e de maior durabilidade. Também investimos na fabricação de veículos a partir de outros veículos usados e desenvolvemos programa de ciclo de vida e logística reversa.

Já reciclamos 99% dos resíduos gerados em nossas fábricas. Borras de tinta são destinadas a uma empresa de coprocessamento e viram cimento em novas construções; lâmpadas são processadas e usadas na fabricação de revestimentos cerâmicos e alumínio; o solvente sujo é destilado para ser reutilizado; os restos de alimentos viram adubo e o óleo é transformado em biodiesel. Estes são alguns exemplos de ações de reciclagem consolidadas em nossas unidades.

Com base no ano fiscal de 2018, **estabelecemos e cumprimos a meta de redução de 1% na geração de resíduos (no processo ou por meio de reciclagem) para o ano de 2019 para cada setor produtivo**, responsável por acompanhar o cumprimento das metas e propor soluções nos casos em que há dificuldade para seu alcance. Utilizamos os preceitos da logística reversa, cuidando dos produtos até o fim de sua vida útil e de um descarte ambientalmente adequado. Reportamos aos órgãos competentes dados sobre a destinação de óleos lubrificantes e filtros de óleos usados. Além disso, buscamos orientar nossos clientes a realizar descarte desses materiais durante as manutenções em nossas concessionárias que se encarregarão de sua destinação adequada.



Parceria com a Facens

A Toyota do Brasil firmou parceria com o Centro Universitário Facens de Sorocaba (SP) para desenvolvimento de pesquisas e soluções para o reuso de baterias híbridas. Com o crescimento das vendas de veículos eletrificados em todo o mundo e com a expectativa de que em 2021 o Brasil já tenha uma frota de 29 mil veículos deste tipo, consideramos necessário desenvolver soluções sustentáveis e alternativas para a segunda vida das baterias após o uso nos automóveis e antes do envio para a reciclagem.

Parcerias para incrementar a economia circular e a reciclagem

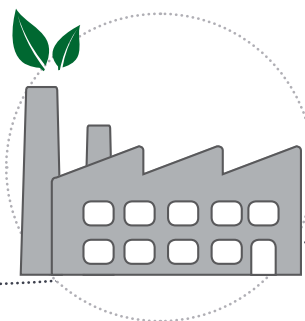
Em 2019, alguns colaboradores sugeriram transformar uniformes e Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) em matéria-prima para o isolante acústico do Toyota Corolla. Em parceria com a Formtap, fabricante desta peça, viabilizamos o primeiro projeto de economia circular da montadora. Desde então:

O Japão recicla até 95% de um veículo, procurando aproveitar metais e outros componentes para que eles não causem danos ambientais. No Brasil, a taxa de reciclagem não passa de 70%. O principal obstáculo para aumentar este índice é a tecnologia. Para mudar esta realidade e contribuir para que o descarte de veículos seja feito corretamente, decidimos fazer uma **parceria com a startup GWA, localizada em Gravataí (RS). Pelo acordo, repassaremos manuais para o desmonte adequado de veículos e compartilharemos informações com a GWA.** Com o *know-how* oferecido pela Toyota, a *startup* poderá expandir seus serviços e reciclar também veículos de qualquer marca.

A escolha da GWA para essa parceria técnica é um importante passo dentro do Desafio Ambiental Global 2050 na América Latina, uma vez que este foi o primeiro projeto reconhecido pela matriz da Toyota na região.



TRANSFORMAMOS MENSALMENTE
825 QUILOS
DE RESÍDUOS TÊXTEIS
EM PEÇAS (9.900 KG/ANO)



REDUZIMOS A
EMIÇÃO DE
150
TONELADAS DE
CO₂ EM 2020



ESTABELECECER UMA
SOCIEDADE
E SISTEMAS
BASEADOS
EM RECICLAGEM

TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS NAS FÁBRICAS

Planta	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
São Bernardo	Kg	266.796,98	229.945,15	252.889,80	201.954,20	114.909,60
Indaiatuba	Kg	745.461,55	603.785,69	616.316,64	388.106,33	271.344,47
Sorocaba	Kg	589.158,80	680.648,00	715.417,41	600.468,57	337.202,89
Porto Feliz	Kg	Não operacional	225.885,45	241.219,09	163.611,65	72.213,62
Total Toyota do Brasil	Kg	1.601.417,33	1.740.264,29	1.825.842,94	1.354.140,75	795.670,58

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 passamos a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 - O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).

VOLUME DE RESÍDUOS GERADOS NAS FÁBRICAS (KG/UNIDADE)

Planta	UNIDADE	FY16 (abr/16 à mar/17)	FY17*	CY18	CY19	CY20
São Bernardo	Kg/vei	1,41	1,13	1,10	1,06	0,81
Indaiatuba	Kg/vei	9,35	7,72	5,43	4,27	5,71
Sorocaba	Kg/vei	6,07	5,84	5,17	4,74	4,92
Porto Feliz	Kg/vei	Não operacional	1,93	1,92	1,12	0,72

GERAÇÃO DE RESÍDUOS POR VEÍCULO PRODUZIDO

	UNIDADE	FY16	FY17*	CY18	CY19	CY20
Toyota do Brasil	kg/vei	9,06	8,98	8,73	7,21	6,86

*FY17 (fiscal year/ano fiscal) - Foi contabilizado de abril a dezembro de 2017, pois a partir de 2018 a Toyota passou a controlar os indicadores por CY (calendar year/ano calendário).

*CY20 - O consumo bruto é menor comparado ao ano anterior. A pandemia impacta positivamente no resultado (três meses sem operação). No entanto, a intensidade por veículo registrada é maior devido à redução do volume de produção (-71.873 veículos).



SUSTENTABILIDADE

ENGAJAMENTO DE FORNECEDORES E CONCESSIONÁRIOS

Nossa cadeia de fornecedores é rigorosamente avaliada de acordo com critérios de qualidade, capacidade logística e de atendimento, custos e adequação aos requisitos do Guia Ambiental de Compras. Uma das pré-condições é que eles tenham ISO 14001 (certificação do INMetro que reconhece processos de gestão que respeitam o meio ambiente). Preocupados com a manutenção e aprimoramento das práticas ambientais, atuamos junto aos nossos fornecedores para atingir padrões mais adequados e sustentáveis. **A partir de 2020, passamos a solicitar indicadores de segurança e atividades para redução de CO₂.**

Em parceria com a Associação Brasileira dos Fornecedores Toyota (BRASA), compartilhamos as técnicas que compõem o *Toyota Business Practices* (TBP), que garantem mais eficiência nos processos de gestão ambiental com a redução de consumo de água, de gás natural, de geração de resíduos e de consumo de eletricidade em plantas industriais. Com a aplicação do TBP, obtivemos resultados significativos na redução das emissões de CO₂ e economia de recursos financeiros.

O programa Ecodealer foi desenvolvido para a rede de concessionárias da Toyota do Brasil para aprimorar os padrões de gestão ambiental na cadeia de negócios. Por meio de assessoria e treinamento, abordamos questões como gerenciamento de resíduos, requisitos legais e indicadores de desempenho ambiental. Esse

programa já foi adotado por toda a rede e os indicadores são publicados pela Associação Brasileira dos Distribuidores Toyota (Abradit) em seu site. Neste processo de melhoria contínua **116 concessionárias já foram certificadas pela NBR ISO 14001: 2015.** Concessionárias como a Terraforte Lauro de Freitas, Toyolex Caruaru, Tsusho São Paulo e Tsusho São Caetano do Sul, possuem abastecimento de energia elétrica de fonte renovável (painéis solares). Todos os anos realizamos com Abradit o prêmio Ecodealer Award, que reconhece as melhores práticas ambientais na rede. Em 2020, a Toyolex, de São Luís (MA), foi a concessionária vitoriosa.

Morizukuri – Criando florestas

As florestas são importantes para a preservação da biodiversidade e contribuem com a fixação de carbono. Além disso, elas são fundamentais para a proteção do solo, das bacias hidrográficas, regulação da temperatura e tem reconhecido valor paisagístico.

Como parte de nossa estratégia de preservação e promoção de uma sociedade sustentável em harmonia com a natureza, **desde 2011 estamos recriando uma floresta nativa no entorno da fábrica em Sorocaba (SP).** O projeto Morizukuri (“criar floresta”, em japonês), que completa dez anos em 2021, segue o método desenvolvido

pelo botânico Akira Miyawaki, que permite a rápida restauração das funções ecológicas de uma floresta. Em 10 anos, já é possível contar com uma floresta adulta, fato que ocorre em 100 anos em condições naturais. A restauração florestal foi feita a partir de levantamento de espécies de vegetação local pela Universidade Federal de São Carlos, que selecionou plantas que pudessem fornecer frutos para alimentar animais e melhorar a qualidade do solo.

Nossos colaboradores e seus familiares podem participar do projeto nas fases de sementeira e plantio de novas mudas. Com este trabalho, procuramos desenvolver a cooperação entre nossos colaboradores e despertar para a necessidade de preservação ambiental. **Em 2020, foram semeadas cerca de 10 mil árvores para expansão do projeto.** Devido à pandemia, não foi possível dar continuidade à fase de plantio em 2020, que envolve a participação da comunidade, mas as mudas foram cuidadas ao longo do ano. Em setembro, as mudas semeadas pelos colaboradores foram doadas para o Projeto Águas da Mantiqueira, apoiado pela Fundação Toyota. **Nos últimos dez anos, cerca de 134 mil árvores de 143 espécies nativas foram plantadas em torno da nossa fábrica em Sorocaba, numa área de quatro hectares.**

A criação da floresta permitiu a realização de pesquisas científicas, sobretudo na área de silvicultura. A floresta é um laboratório vivo, que desde a sua concepção contou com apoio de pesquisadores. Trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses foram desenvolvidos em parceria com as universidades da região. No total, o projeto contribuiu para a formação de 110 estudantes. Quatro dissertações de mestrado e quatro trabalhos de conclusão de curso foram elaborados a partir de análise de dados do projeto, que foi tema em cinco eventos no Brasil e no exterior, e de um capítulo de livro. Além disso, um manual de plantio e um protocolo de monitoramento e notas inéditas sobre pragas e insetos em espécies arbóreas puderam ser produzidos com base nas pesquisas.



134 mil
ÁRVORES
plantadas na
fábrica em
Sorocaba (SP)

143 mil
ESPÉCIES
DE ÁRVORES
nativas
plantadas

EMBAIXADORES DO MEIO AMBIENTE

Para engajar nossos colaboradores para a preservação do Meio Ambiente, criamos, há dois anos, um grupo específico de voluntários que reúne colaboradores de diferentes áreas para difusão de informações, processos, campanhas. **Os embaixadores do Meio Ambiente, como são chamados os 48 participantes das plantas industriais de São Bernardo do Campo, Sorocaba, Indaiatuba e Porto Feliz, tem por missão promover a conscientização para a importância de uma relação sustentável com o meio ambiente e estimular práticas de melhorias contínuas para redução e reutilização de recursos naturais.** Além de reuniões mensais, os voluntários utilizam a rede colaborativa Yammer para divulgar informações para os demais colaboradores. A iniciativa também foi adotada na Fundação Toyota para difusão das boas experiências e iniciativas da Fundação para todos os colaboradores.

Educação ambiental

Para criar uma cultura de preservação do meio ambiente e de sustentabilidade entre os colaboradores, centramos esforços na conscientização e na mudança de comportamento deles e da comunidade. Anualmente, são realizadas campanhas por ocasião do Dia da Água (22 de março), Dia do Meio Ambiente (5 de junho) e Dia da Árvore (21 de setembro)



SUSTENTABILIDADE

DIÁLOGO ABERTO COM A SOCIEDADE

GRI 415, 415-1

Temos acompanhado as grandes tendências mundiais do setor automotivo e atuado no Brasil buscando **criar um ambiente de negócios favorável à inovação, à adoção de tecnologias sustentáveis e adaptadas ao potencial energético diversificado do país**. Nesse sentido, buscamos um diálogo aberto e transparente com a sociedade, entidades de classe e com as autoridades públicas, de modo a melhorar nosso processo produtivo.

Nosso protagonismo nas discussões sobre eletrificação e produção de veículos de baixo carbono no Brasil se faz atuante nas participações em fóruns como os da Associação Brasileira de Veículo Elétrico (ABVE), que trabalha pelo fortalecimento de políticas públicas para transformar a realidade da mobilidade no Brasil. Na Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA) e na Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), **damos suporte aos debates técnicos que amparam a tomada de decisões de governos para promoção de veículos mais seguros e eficientes**.

Apoiamos o Movimento Brasil Competitivo na discussão sobre uma reforma tributária com propostas para a modernização de impostos federais, estaduais e municipais. Neste âmbito, defendemos a



unificação de tributos para uma arrecadação mais equilibrada e simplificada ao longo da cadeia de produção e de comercialização de bens e serviços. Procuramos vincular esta discussão a questões como eficiência energética e segurança veicular.

Temos participado ativamente do programa de Avaliação de Carros Novos para a América Latina (LatinNCAP), que oferece aos consumidores informação independente e transparente sobre os níveis de segurança dos diferentes modelos de veículos disponíveis no mercado com objetivo de aprimorar e introduzir novas tecnologias de segurança veicular nos modelos produzidos e comercializados no Brasil e na América Latina.

A photograph of three people in a natural setting, likely a forest or park. They are all wearing light blue shirts. The person in the center is wearing a wide-brimmed straw hat and sunglasses. The person on the right is wearing a green cap and sunglasses. They are all smiling and looking at a small green sapling with soil that they are holding together. The background shows trees and dry leaves on the ground. The text 'FUNDAÇÃO TOYOTA DO BRASIL' is overlaid in white, bold, sans-serif font across the middle of the image. There are also some decorative white and red curved lines at the bottom of the image.

FUNDAÇÃO TOYOTA DO BRASIL

Juntos, nós fazemos a diferença!

FUNDAÇÃO TOYOTA DO BRASIL

ATUAÇÃO DIRETA NAS COMUNIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

GRI 412, 412-1, 413, 413-1, 413-2

A Fundação Toyota do Brasil (FTB) foi criada a fim de unificar os esforços socioambientais nas cidades onde temos operações e ampliar as iniciativas para outras regiões do Brasil. Completando 12 anos, sua atuação iniciou-se em 2009 com projetos de impacto social na área de Educação e Conservação Ambiental, investindo em quatro pilares principais, sempre conectados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU: preservação ambiental, educação, cultura e apoio à calamidade pública. Em 2020, a Fundação enfrentou o desafio de dar continuidade aos seus inúmeros projetos à distância. Esse período exigiu de todos a capacidade de acreditar e realizar, superando as dificuldades impostas pelo momento, com foco em adequação e em novos processos de aprendizagem.

A maior parte dos projetos de preservação ambiental teve continuidade e até foram ampliados, com o apoio dado às comunidades locais durante a pandemia. Os projetos voltados à educação também foram assegurados, adaptados ao ensino remoto para professores e alunos. Mas o grande legado desse período foi a união de todos no apoio às localidades onde a Fundação Toyota tem ações e projetos socioambientais, a partir de doações, campanhas de arrecadação financeira e ações mais diretas do conjunto de colaboradores. Tais resultados evidenciam o lema da Fundação: juntos somos mais fortes e podemos transformar o mundo.

A Fundação acompanha de perto, com seus parceiros, todas as suas iniciativas e indicadores, com a finalidade de melhorar continuamente os processos e propor contramedidas eficientes, fatores que também fazem parte de sua filosofia. Nos próximos anos, haverá continuidade no apoio aos projetos voltados à educação, empregabilidade e transformação social, procurando atender cada vez mais grupos minoritários e um público diverso.

Fortalecemos e ampliamos os projetos mediante parcerias, pois acreditamos que, quando sensibilizamos, motivamos e engajamos nossos parceiros, podemos fazer muito mais e, por isso, procuramos engajar parceiros e a sociedade nos projetos, inclusive incentivando contribuições por meio de recursos financeiros. Desta forma, possibilitamos que os mesmos tenham condições mais autônomas de sustentabilidade a longo prazo.



Saiba mais sobre isso e como ser um parceiro clicando aqui.



Assim, ao aumentar recursos, potencializamos o alcance das causas, a gestão mais eficiente, além de proporcionar resultados em longo prazo, de forma contínua.



1. APOIO A SITUAÇÕES DE CALAMIDADE PÚBLICA



Em momentos de crise e situações de calamidade pública, a Fundação Toyota do Brasil entende que o papel de todos aqueles que têm condições é de apoiar uns aos outros. E não poderia ser diferente durante a crise sanitária mundial provocada pelo Coronavírus: foram doados itens de proteção, de alimentos e higiene, feitas campanhas de arrecadação financeira e ações para a capacitação de professores e de comunidades, onde a entidade tem projetos, durante o ano de 2020. Esse conceito está conectado ao ODS 1 (erradicação da pobreza).

Foram doados R\$ 1,2 milhão às localidades onde a entidade e a instituidora têm ações e projetos socioambientais; quatro veículos modelo Hilux adaptados para ambulância, um para cada município onde a Toyota tem fábrica: São Bernardo do Campo, Porto Feliz, Indaiatuba e Sorocaba. Essas mesmas regiões, e ainda Guaíba (RS), também receberam a doação de 50 toneladas de alimentos para as famílias de maior vulnerabilidade social. Além disso, a Fundação Toyota colaborou com o governo do Estado de São Paulo, doando 30 mil frascos de álcool gel para ajuda no combate à pandemia.

Na Serra da Mantiqueira, mais de 300 famílias foram beneficiadas com a doação de cestas com alimentos funcionais (legumes e verduras frescas). O maior desafio, que seria a montagem das cestas sem desperdício dos alimentos, foi resolvido com a utilização da metodologia do Sistema Toyota de Produção (TPS), possibilitando uma economia de 55% do tempo para a equipe, que entregou as cestas para um maior número de pessoas, em menor tempo e em segurança.

Para a continuidade das atividades das Escolas Públicas do Ensino Fundamental de Santo Antônio do Pinhal (SP), Sapucaí-Mirim (MG) e Gonçalves (MG), a Fundação Toyota auxiliou na criação de três redes de comunicação a distância, com objetivo de estruturar o conjunto das atividades de educação (roteiros pedagógicos), que dão suporte aos alunos e professores durante o período de aulas on-line.



4 VEÍCULOS
modelo Hilux
adaptados para
ambulância

DOADOS
R\$ 1,2 milhão
às localidades onde a
entidade e a instituidora

DOAÇÃO DE
50 toneladas
DE ALIMENTOS PARA
AS FAMÍLIAS DE MAIOR
VULNERABILIDADE SOCIAL

Na Serra da
Mantiqueira,
MAIS DE
300 famílias
beneficiadas com a
doação de cestas
com alimentos

No mesmo período, em São Paulo, as cooperativas de costureiras, que têm parceria no projeto ReTornar, receberam apoio da Uni Arte Costura e da ASCA, para confeccionar mais de 8 mil máscaras de tecidos e atender as necessidades de Sorocaba e Indaiatuba. **Também foram doadas 500 máscaras inclusivas (transparentes) para o Movimento das Mulheres Negras (Momunes) e para o Lar Casa Bela, para ajudar na comunicação.**

No Nordeste, 460 famílias da Colônia de Pescadores de Tamandaré (PE), moradoras da Área de Proteção Ambiental (APA) Costa dos Corais, receberam alimentos e produtos de higiene doados pela Fundação, em parceria com o Pesca e Saúde e o Instituto Recifes Costeiros (IRCOS). **A parceria também distribuiu 20.000 máscaras laváveis,** gerando proteção, emprego e renda para a comunidade local; auxiliou na adequação e uso das estruturas e instalações já existentes na Colônia de Pescadores Z-5 de Tamandaré para o processamento e para obtenção do Selo Municipal Sanitário; orientou na produção de um modelo para ser replicado em outras comunidades com o serviço *delivery* de peixe, fortalecendo a colônia e a pesca local e capacitou os pescadores com práticas de manipulação de alimentos no combate à Covid-19.

Em 2020, a tradicional Campanha do Agasalho da Fundação Toyota do Brasil foi realizada pela primeira vez por meio de doações financeiras. A ação acontece todos os anos e faz parte do Desafio Solidário, projeto da Toyota do Brasil que promove iniciativas com focos sociais. Por conta da pandemia do novo Coronavírus, a campanha foi totalmente digital e a arrecadação em dinheiro feita por meio de transferência bancária, diferentemente das ações anteriores que foram arrecadados itens novos ou já usados. **Com o valor arrecadado, foram comprados agasalhos e roupas de cama para entidades assistenciais no atendimento a crianças, adolescentes, adultos e idosos em situação de vulnerabilidade** em Indaiatuba, São Bernardo do Campo, Sorocaba e Porto Feliz, e para Guaíba, no Rio Grande do Sul, onde se localiza um centro de distribuição de veículos da marca.

2. PROJETOS DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL

Instituto Arara Azul



A preservação dos nossos recursos naturais e a subsistência saudável das nossas florestas, cada vez mais ameaçadas, são questões primordiais, que necessitam de ações cada vez mais contundentes. **Em 2020, o Instituto Arara Azul manteve a missão de preservar a biodiversidade do Pantanal brasileiro no combate aos danos provocados pelo incêndio ocorrido em 2019 no Refúgio Ecológico Caiman, em Miranda (MS), e que afetou o ciclo reprodutivo das araras azuis.**

Conectado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável ODS 15 - Vida terrestre - da ONU, o Instituto existe há mais de 30 anos, coordenado pela pesquisadora Neiva Guedes e tem como principal finalidade a promoção da conservação ambiental. Passou a ser patrocinado oficialmente pela Fundação Toyota do Brasil a partir de 2010, com o apoio dado na construção do Centro de Sustentabilidade e Sede do Instituto Arara Azul. Ao longo desses anos, as principais atividades da Fundação com o Instituto abarcam o monitoramento e recuperação das aves e seus ninhos, atividades de educação ambiental e *workshops* sobre conservação, cidadania, geração de renda para a população local e conscientização para o turismo sustentável. Em 2014 a parceria tirou as araras azuis da lista brasileira de espécies da Fauna Brasileira Ameaçada de Extinção, mas ainda assim a espécie é citada como vulnerável.

Em 2020, foi lançada pelo Instituto, dentro do projeto Aves Urbanas - Araras da Cidade, a campanha “Adote um Filhote”, que permite a pessoas e empresas adotarem, simbolicamente, um filhote de arara-canindé, espécie nativa das cavidades de palmeiras mortas da região. Os apoiadores do projeto participam de um curso de adoção, escolhem o nome do “afilhado” e recebem um certificado do Instituto Arara Azul, com o número do ninho e o nome da arara, além de uma foto exclusiva. Durante um ano, os padrinhos recebem notícias periódicas sobre as atividades do filhote e, ao final do período, recebem um relatório final, com todas as informações. A iniciativa visa captar recursos para ajudar na manutenção e conservação das atividades de pesquisas e ações de proteção às araras do projeto, além de contribuir para que o Instituto Arara Azul seja autossustentável.

Projeto Toyota APA Costa dos Corais



A conservação e a sustentabilidade dos ecossistemas é uma das preocupações centrais na atuação da Fundação Toyota do Brasil também na região Nordeste do país.

O projeto Toyota APA Costa dos Corais, conectado ao ODS 14 - Vida na água - é uma iniciativa que visa a conservação e sustentabilidade da Área de Proteção Ambiental (APA) Costa dos Corais, criada para proteger e preservar o habitat e os ecossistemas associados ao peixe-boi-marinho - um dos mamíferos aquáticos mais ameaçados do Brasil -, bem como toda flora e fauna da região, marcada pela presença de alta biodiversidade de grupos marinhos, recifes de corais e manguezais, entre outros. A APA Costa dos Corais é a maior Unidade de Conservação federal costeiro-marinha do Brasil, instituída em outubro de 1997 para proteger 413 mil hectares nos estados de Alagoas e Pernambuco - passando por 13 municípios - com cerca de 120 km de extensão ao longo da costa. É lá onde estão os famosos recifes de corais, piscinas naturais e praias de Maragogi, São Miguel dos Milagres (AL) e Tamandaré (PE).

Em 2020, o projeto Toyota APA Costa dos Corais completou nove anos, num modelo de parceria público-privada. **Nessa trajetória, importantes resultados foram alcançados, como implementação de processos e práticas para a preservação da fauna e flora, além da conscientização da população dos municípios.** O projeto é realizado em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica e o ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade), órgão ambiental do governo brasileiro responsável por implantar, gerir e monitorar as Unidades de Conservação Federais.

A Fundação Toyota do Brasil participa na criação e manutenção de um fundo de investimento para apoio à gestão, proteção e sustentabilidade da APA. Também conta com parceiros locais nas ações do Plano de Manejo da área - atualizado em 2021 pelo ICMBio --, dá assistência a pesquisas científicas, logística, infraestrutura, campanhas de educação ambiental e na orientação aos negócios e sustentabilidade das comunidades locais.

Águas da Mantiqueira

INVENTARIADOS
2.300
CURSOS
D'ÁGUA



15
LINHAS
de pesquisa

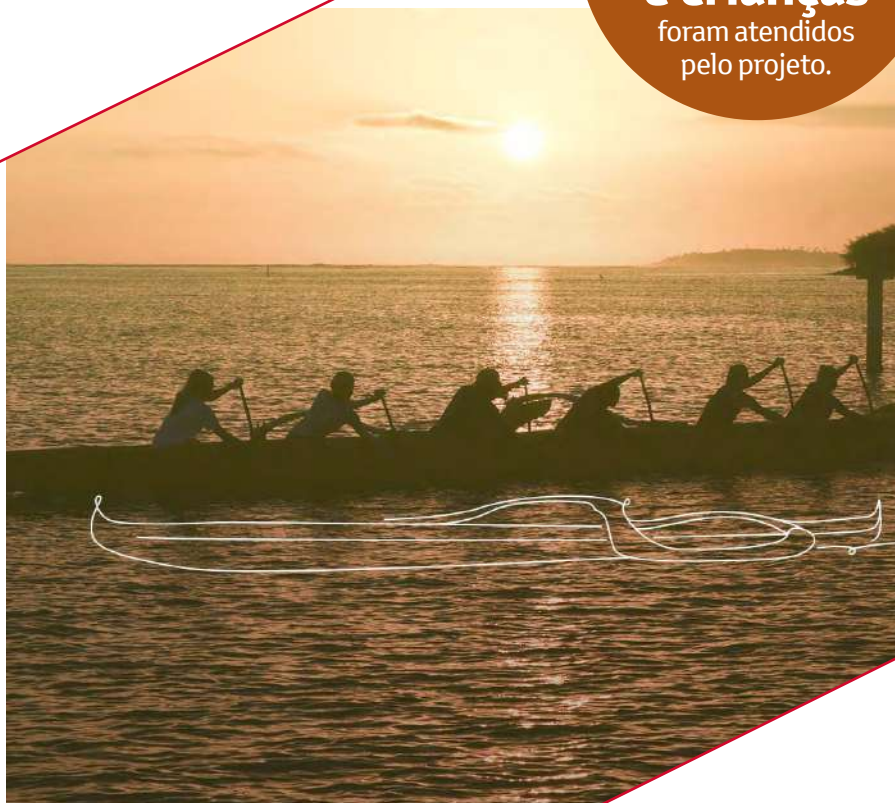
61
BACIAS
inventariadas

Problemas com a gestão hídrica que estão ocorrendo há alguns anos em grandes cidades brasileiras trazem grande preocupação com a preservação dos recursos e com a manutenção da biodiversidade nos sistemas terrestres e aquáticos. Criado em 2017 com esse propósito, o Projeto Águas da Mantiqueira é uma parceria entre a Fundação Toyota do Brasil e a Fundepag (Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa do Agronegócio), e está conectado com mais aderência no ODS 6 (Água potável e saneamento). Trata-se de um estudo do território para garantir a manutenção dos recursos hídricos, dos serviços ecossistêmicos e da vida em suas mais variadas formas. É um trabalho pioneiro de planejamento territorial para o desenvolvimento econômico e social sustentável dos municípios de Santo Antônio do Pinhal (SP), Sapucaí-Mirim (MG) e Gonçalves (MG).

Localizada entre os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, a Serra da Mantiqueira, reconhecida pela Revista Science como o 8º ecossistema mais rico do planeta em biodiversidade, fornece recursos hídricos diários para mais de 14 milhões de habitantes, fatores que trouxeram preocupação com a sustentabilidade de riquezas nativas e recursos da região. **O projeto, que já inventariou 61 bacias hidrográficas da região (mais de 2.300 quilômetros de rios e córregos) fornece dados científicos para gestores governamentais responsáveis pela criação ou aplicação de políticas públicas**, considerando áreas de construção, arquitetura, urbanismo e mobilidade como temas fundamentais para o planejamento sustentável de uma região. A intenção é buscar o bem-estar social e econômico em uma das regiões mais ricas do mundo em água doce.

Vou de Canoa

No primeiro ano de execução, aproximadamente **400 jovens e crianças** foram atendidos pelo projeto.



Aproximar crianças e jovens do bioma onde vivem e mostrar a importância de conservá-lo a partir da educação, esporte e cultura é o principal objetivo do projeto socioambiental Vou de Canoa, idealizado pela escola de canoa polinésia Itaipu Surf Hoe com o apoio da Fundação Toyota do Brasil e da SGA Toyota Niterói.

Realizado na Praia de Itaipu, em Niterói (RJ), o Vou de Canoa foi criado em 2020 e está conectado ao ODS 13 (Ação contra a mudança global do clima). Oferece em sua programação oito horas de atividades teóricas e práticas para alunos de escolas municipais que incluem: exposições, palestras, oficinas e a experiência de remar uma canoa polinésia. O acervo do projeto é composto por uma coleção inédita de amostras de areia de aproximadamente 200 praias de diversas regiões do mundo, por uma coleção de conchas com mais de 50 espécies diferentes e uma coleção de remos e miniaturas de canoas tradicionais, como a caiçara do Brasil, a polinésia, a viking dos países nórdicos e a canadense, entre outras.



ReTornar

253
COSTUREIRAS
FORMADAS

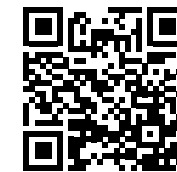
6,5
TONS DE
MATERIAIS
RECUSADOS



77K
PRODUTOS
PRODUZIDOS

A reutilização de matéria-prima que seria descartada, seja em lixões, aterros ou queimadas, contribuem na redução da exploração de recursos naturais que seriam utilizados para a produção de novos materiais. A partir desses princípios, o projeto de *upcycling* (reutilização criativa de resíduos) ReTornar, da Fundação Toyota do Brasil utiliza resíduos doados pela Toyota (*airbags*, cintos de segurança, tecidos automotivo, caixas estofadas e uniformes), que são destinados como matérias-primas para grupos de costura de Indaiatuba (Cooperativa Uni Arte Costura) e Sorocaba (Associação Social Comunidade de Amor – ASCA), gerando trabalho e renda para diversas famílias.

Nas mãos das costureiras, esses resíduos se transformam em mochilas, estojos, carteiras, porta-passaportes, capas para *notebook*, bolsas, *ecobag* e pochetes, entre outros. Esses produtos são vendidos desde 2021 via *e-commerce* para empresas e pessoas físicas (projettoretornar.com.br), ampliando a sua atuação e viabilizando maior autonomia do negócio para as costureiras, que foram inseridas no ambiente digital pela Fundação Toyota do Brasil.



42
CONTRATADAS
PELAS
INDÚSTRIAS

A renda arrecadada na venda dos produtos é distribuída entre as duas cooperativas. Conectado ao ODS 12 (consumo e proteção conscientes), o projeto adota como princípios a economia circular, o empoderamento feminino, a ecologia industrial, o consumo consciente e o gerenciamento de resíduos.




Mulheres na Conservação



No Brasil, 70% das pesquisas científicas são coordenadas por mulheres. Com a proposta de dar visibilidade para essas cientistas e de inspirar jovens meninas a seguir o caminho da Ciência, o Projeto Mulheres na Conservação conta, em forma de *websérie*, histórias de mulheres que fazem a diferença para outras profissionais e para toda uma nova geração de pesquisadoras, biólogas, educadoras ligadas à conservação ambiental. O projeto, idealizado pela jornalista Paulina Chamorro e pelo fotógrafo João Marcos Rosa, com apoio da Fundação Toyota do Brasil, está conectado ao ODS 5 (igualdade de gênero). A primeira temporada foi lançada em janeiro de 2020 com as histórias de Beatrice Padovani – bióloga marinha e pesquisadora do Projeto Meros do Brasil, Patrícia Médici – bióloga e pesquisadora de Antas, Karen Strier – antropóloga e coordenadora do Projeto Muriqui, Flávia Miranda – veterinária e coordenadora do Projeto Tamanduá, e Neiva Guedes – bióloga e pesquisadora do Projeto Arara Azul.

Em dezembro de 2020 foi lançada a segunda temporada, com Érica Pacífico – bióloga e coordenadora do Projeto Arara-azul-de-lear, espécie ameaçada de extinção. Todos os cinco episódios estão sendo veiculados nas redes sociais da Fundação ao longo de 2021.

Confira todos os conteúdos da iniciativa:

-  [podcasts no Spotify e](#)
-  [reportagens no site da National AGeographic](#)
-  [e também no site do CicloVivo.](#)

Expedição Pantanal



O Projeto Expedição Pantanal, conectado ao ODS 8 (Trabalho decente e crescimento econômico), foi criado em 2011 pelo Instituto Socioambiental da Bacia do Alto Paraguai SOS Pantanal com o apoio da Fundação Toyota do Brasil. Em duas edições (2011 e 2019) o projeto percorreu o Pantanal, mapeando as melhores práticas nas áreas de educação, saúde, turismo, meio ambiente e economia. Nas duas oportunidades, a expedição documentou as oportunidades de eco negócios na região da Bacia do Alto Paraguai, assim como os projetos de conservação da biodiversidade, ressaltando suas importâncias para o desenvolvimento econômico sustentável do bioma pantaneiro.

Em 2020, o Pantanal foi afetado por vários incêndios de grandes proporções atingindo uma área de aproximadamente 3,9 milhões de hectares, impactando diretamente na preservação do bioma local. Assim, contribuimos com a divulgação de uma campanha para ajudar no combate a estes desastres.

Para dar continuidade à expedição, a Fundação prestou apoio logístico com a indicação de concessionárias da região para disponibilização de uma picape Hilux para a viagem.

3. PROJETOS VOLTADOS À EDUCAÇÃO

STEM Brasil

ENEM SUBIU
7 PONTOS
EM MATEMÁTICA



ENEM SUBIU
19 PONTOS
EM CIÊNCIA DA
NATUREZA

Formar cidadãos que promovam a conscientização de temas que fazem parte das competências esperadas para o futuro. Essa é a proposta do STEM Brasil, projeto da Fundação Toyota do Brasil em parceria com a [Educando](#), que leva a metodologia STEM (em inglês – *Science, Technology, Engineering and Mathematics*) para as escolas públicas do estado do Amazonas. A ação, que será realizada até 2022, vai beneficiar quase 14 mil alunos de 18 municípios amazonenses, incluindo Manaus, Barreirinha, Borba, entre outros. A formação de professores começou no fim de 2020 de forma remota, por conta da pandemia de Covid-19.

A Metodologia STEM apresenta uma forma de aprendizagem integrada, com base em projetos e na formação do indivíduo em várias áreas do conhecimento. No programa STEM Brasil, conectado ao ODS 4 (educação de qualidade), os professores participam de um programa de capacitação de dois anos de duração. A abordagem do programa é baseada em técnicas inovadoras para elevar o nível do currículo de física, química, biologia e matemática, com 304 atividades práticas e aplicáveis nos três níveis de ensino brasileiro (Ensino Fundamental I, Ensino Fundamental II e Ensino Médio). Cada atividade combina conteúdos curriculares da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) com competências e Habilidades do Século XXI, com o intuito de preparar os alunos para o ingresso no ensino superior.

Os primeiros resultados da metodologia aplicada foram notáveis entre os alunos do ensino médio. Constatou-se um aumento geral de 7% nas notas das quatro disciplinas; além disso, o número de alunos com aprendizagem considerada abaixo do básico em matemática caiu 17,7%, e entre as escolas participantes, a média geral em física passou de 6,9 para 7,9. A média no ENEM subiu 7 pontos em matemática e 19 pontos em Ciência da Natureza.

TRANSFORMAÇÃO EM AÇÃO

Atravessamos um período de grandes incertezas, mas também de transformações e oportunidades. Sabemos que a transição para uma empresa de mobilidade, capaz de produzir felicidade para todos, requer de nós inventividade para melhorarmos continuamente nossos processos, produtos e serviços. Queremos contribuir com a neutralidade de carbono para construirmos um planeta mais sustentável e nos mantemos firmes nesta proposta. Seguimos orientados pelos valores do Toyota Way, adaptado aos novos tempos. Motivados pelo desejo de realizar nossos objetivos e os sonhos de nossos clientes, apresentamos neste relatório nossa jornada de transformação, que muito nos orgulha. Nosso trabalho de hoje é a base do amanhã. Estamos nos transformando a cada dia, e nos preparando para um futuro de grandes realizações.

Planta da Toyota em São Bernardo do Campo (SP)



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
102	DIVULGAÇÕES GERAIS / PERFIL ORGANIZACIONAL	
102-1	Nome da organização	5
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	16 e 23
102-3	Localização da sede	13
102-4	Local das operações	16
102-6	Mercados atendidos	16
102-7	Porte da organização	16
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	45, 46, 47, 48 e 49
102-9	Cadeia de fornecedores	28
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	28
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	22
102	DIVULGAÇÕES GERAIS / ESTRATÉGIA	
102-14	Declaração do mais alto executivo	8
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	11 e 12
102	DIVULGAÇÕES GERAIS / ÉTICA E INTEGRIDADE	
102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	16, 17, 18 e 19
102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética	21 e 22

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
102	DIVULGAÇÕES GERAIS /GOVERNANÇA	
102-18	Estrutura de governança	21
102-19	Delegação de autoridade	21
102-20	Responsabilidade de cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais	21
102-21	Consulta às partes interessadas sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	21
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	21
102-23	Presidente do mais alto órgão de governança	21
102	DIVULGAÇÕES GERAIS / ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS	
102-42	Identificação e seleção das partes interessadas	28
102-43	Abordagem para o engajamento das partes interessadas	6 e 7
102	DIVULGAÇÕES GERAIS / PRÁTICAS DE REPORTE	
102-46	Definição do conteúdo do relatório e limites dos tópicos	6 e 7
102-47	Lista de tópicos materiais	6 e 7
102-48	Reformulação de informações	5
102-49	Alterações no relatório	5
102-50	Período coberto pelo relatório	5
102-52	Ciclo de divulgação de relatórios	5
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	6
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	5

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	93, 94, 95, 96 e 97
102-56	Asseguração externa	5
203	TÓPICOS ECONÔMICOS / IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	32 e 53
103-2	Forma de gestão e seus componentes	32 e 53
103-3	Avaliação da forma de gestão	32 e 53
203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	32 e 53
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	32 e 53
205	TÓPICOS ECONÔMICOS / COMBATE À CORRUPÇÃO	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	21 e 22
103-2	Forma de gestão e seus componentes	21 e 22
103-3	Avaliação da forma de gestão	21 e 22
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	21 e 22
302	TÓPICOS AMBIENTAIS / ENERGIA	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	61 e 63
103-2	Forma de gestão e seus componentes	61 e 63
103-3	Avaliação da forma de gestão	61 e 63
302-1	Consumo de energia dentro da organização	67
302-3	Intensidade energética	67
302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	57, 61, 63 e 68

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
303	TÓPICOS AMBIENTAIS / ÁGUA E EFLUENTES	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	69
103-2	Forma de gestão e seus componentes	69
103-3	Avaliação da forma de gestão	69
303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	69 e 71
303-3	Captação de água	70
303-4	Descarte de água	70 e 71
303-5	Consumo de água	70
305	TÓPICOS AMBIENTAIS / EMISSÕES	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	55 e 56
103-2	Forma de gestão e seus componentes	55 e 56
103-3	Avaliação da forma de gestão	55 e 56
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de Gases do Efeito Estufa (GEE)	64
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de Gases do Efeito Estufa (GEE)	64
305-4	Intensidade de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE)	64
308	TÓPICOS AMBIENTAIS / AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	28 e 29
103-2	Forma de gestão e seus componentes	28 e 29
103-3	Avaliação da forma de gestão	28 e 29
308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	28 e 29
401	TÓPICOS SOCIAIS / EMPREGO	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	34
103-2	Forma de gestão e seus componentes	34

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
401	TÓPICOS SOCIAIS / EMPREGO	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	34
103-2	Forma de gestão e seus componentes	34
103-3	Avaliação da forma de gestão	34
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	46 e 47
401-2	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	34
401-3	Licença-maternidade e paternidade	49
403	TÓPICOS SOCIAIS / SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	39
103-2	Forma de gestão e seus componentes	39
103-3	Avaliação da forma de gestão	39
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	39
403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	39
403-3	Serviços de saúde do trabalho	39
403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores com relação saúde e segurança do trabalho	39
403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	39
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	39
403-7	Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados às relações de negócios	39
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	39
403-9	Acidentes de trabalho	40

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
403-10	Doenças profissionais	Não há risco de doenças profissionais na empresa. Consideramos o art.20 da Lei 8.213/91: I - doença profissional, assim entendida a produzida ou desencadeada pelo exercício do trabalho peculiar a determinada atividade e constante da respectiva relação elaborada pelo Ministério do Trabalho e da Previdência Social.
404	TÓPICOS SOCIAIS / CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	34 e 35
103-2	Forma de gestão e seus componentes	34 e 35
103-3	Avaliação da forma de gestão	34 e 35
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para a transição de carreira	34, 35, 36 e 37
405	TÓPICOS SOCIAIS / DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	44 e 48
103-2	Forma de gestão e seus componentes	44 e 48
103-3	Avaliação da forma de gestão	44 e 48
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	44 e 48
412	TÓPICOS SOCIAIS / AVALIAÇÃO DE DIREITOS HUMANOS	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	51
103-2	Forma de gestão e seus componentes	51
103-3	Avaliação da forma de gestão	51
412-1	Operações submetidas a avaliações de direitos humanos ou de impacto nos direitos humanos	51

DIVULGAÇÕES	DISCLOSURES GERAIS	PÁGINA
413	TÓPICOS SOCIAIS / COMUNIDADES LOCAIS	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	51
103-2	Forma de gestão e seus componentes	51
103-3	Avaliação da forma de gestão	51
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	51 e 52
413-2	Operações com impactos negativos significativos - reais e potenciais - nas comunidades locais	51 e 52
414	TÓPICOS SOCIAIS / AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	28
103-2	Forma de gestão e seus componentes	28
103-3	Avaliação da forma de gestão	28
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	28
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	28
415	TÓPICOS SOCIAIS / POLÍTICAS PÚBLICAS	
103-1	Explicação do tópico material e seus limites	31
103-2	Forma de gestão e seus componentes	31
103-3	Avaliação da forma de gestão	31
415-1	Contribuições políticas	31



Toyota Corolla Cross

Coordenação geral

Toyota do Brasil – Comunicação e Sustentabilidade

Viviane Regina Mansi

Otacílio do Nascimento

Cristina Tiemi Kato Sugahara

Rafael Parente Borges

Vanessa Cristine Dos Santos

Jessica Trevisan

Lívia Agnes Costa Vieira

Projeto editorial e coordenação da publicação

Global Conteúdo Estratégico

Textos

Global Conteúdo Estratégico

Projeto gráfico e diagramação

Fábio Francisco

Fotos

Banco de imagens da Toyota, Vagner Medeiros e Flavio Torres

TOYOTA

TOYOTA