

# TOYOTA

## CATEGORÍA 2: SUSTENTABILIDAD

### 2.2. Sustentabilidad Social

“Centro de visitas de Toyota: las puertas que se abren a la comunidad de Zárate”.

**Compañía:** Toyota Argentina.

**Área:** Responsabilidad Social.

**Agencia:** Alurralde, Jasper y Asociados.

**Equipo:** Eduardo Kronberg, Clara Patricia Di Renzo, Carolina Llamedo, Mariana Jourdan, Alexa Livisky, Javier Ruvolo.

**Tweet:** ¿Sabés qué significa kaizen?  
Te esperamos en el #ToyotaVisitorCenter.

### Conocé más en:

[https://www.toyota.com.ar/acerca/centro\\_de\\_visitas/](https://www.toyota.com.ar/acerca/centro_de_visitas/)

## INTRODUCCIÓN

Toyota desembarcó en Argentina en 1994 y tres años después comenzó a producir la pick-up Hilux en su planta de Zárate. Con 21 años de producción en el país, US\$ 2.000 millones de inversión acumulada y más de 1 millón de unidades producidas, Toyota tiene un equipo de más de 5.700 colaboradores comprometidos en un proyecto sustentable con visión a largo plazo.

Con altos estándares internacionales y un sistema de producción que pone su énfasis en la mejora continua, el respeto por las personas y el compromiso de los empleados, Toyota Argentina trabaja en la mejora de la productividad y eficiencia de los procesos en toda su cadena de valor.

Con un conocimiento claro de que el 56,48% de los empleados de la compañía son de las comunidades cercanas y que, de estos, el 21,98% reside en Zárate, se profundizó en una investigación diagnóstica que se lleva a cabo cada dos años con el fin de identificar necesidades e implementar iniciativas sociales.

El último estudio contó con varias instancias: un workshop con 30 representantes de ONGs locales, 2 focus group con vecinos de Zárate, 8 entrevistas en profundidad a referentes calificados (empresas y sindicatos) y 307 entrevistas cuantitativas dentro de la comunidad. La investigación reveló que la comunidad quería conocer qué era Toyota más allá de su planta.

## EJECUCIÓN

Así nació un nuevo espacio destinado a la comunicación de la identidad de la compañía: el Visitor Center. Este espacio para todo público se creó con el objetivo de fortalecer los lazos que unen a la automotriz con las comunidades, transmitir su filosofía de una manera clara y amigable, y dar a conocer el emblemático sistema de producción de la automotriz.

Toyota se propuso potenciar una relación de confianza mutua con su comunidad, compartiendo su filosofía mediante capacitaciones y trabajando en el fortalecimiento de la gestión en el negocio en aspectos sociales, ambientales y de derechos humanos.



Con esta meta por delante, Toyota concretó iniciativas como el programa educativo para escuelas “Conciencia Ambiental”; la organización de eventos, como el “Concurso de Fotografía” con la comunidad local; el anuncio del inicio de la competencia “Dakar 2017”; el evento de prensa del proyecto global “Expedición 5 Continentes”; presentaciones del concurso de arte “Dream Car”, y una propuesta diferente para sumar diversión a las colonias de verano de las escuelas de Zárate.

También se realizaron los festejos de fechas clave como el Día del Medio Ambiente, Navidad y eventos institucionales, convirtiéndose a su vez en el punto de encuentro para las visitas a la línea de producción.

Toyota también coordina en Zárate y zonas aledañas el programa “Toyota y vos Kids” (educación vial), así como también la iniciativa PAREd (artistas en red), espacios de muralismo desarrollados por artistas locales.

## EN TEMAS DE SALUD

A partir del relevamiento realizado, también se observó que era prioritario acompañar y dar apoyo a las distintas instituciones que brindan atención médica en Zárate. De esta manera se resolvió que, dentro de las acciones con la comunidad que parten de la Planta y el Visitor Center de Toyota, se lleve adelante la reconstrucción de la guardia pediátrica en el Hospital General Virgen del Carmen de Zárate, con una inversión superior a 3 millones de pesos y la puesta en valor de 220 metros cuadrados. Además, se reconstruyó un área para el personal de ordenanza del sector de Campana y la re-funcionalización del Hospital Municipal de Lima, con una inversión de 3.2 millones de pesos.

En 2017, junto a la Embajada de Japón se realizó la entrega de equipamiento para el hospital intermedio René Favalaro (mamógrafo) y el hospital zonal Virgen de Carmen (arco en C) ambos en Zárate, y está en proyecto la creación de un centro de diagnóstico por imágenes en la localidad.

Y en conjunto con SMATA (Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor) se realizaron diferentes voluntariados corporativos de los que participaron 400 colaboradores.



## EN TEMAS DE SUSTENTABILIDAD

Los programas de puertas abiertas de Toyota involucran al Municipio de Zárate para la forestación de especies nativas en la comunidad y es parte del grupo AcercaRSE, conformado por 20 empresas de Zárate que desarrollan el programa "La basura sirve", trabajando en la separación y reciclado de residuos con estudiantes.

A su vez, el programa "Conciencia Ambiental en Escuelas Primarias" tiene como objetivo desarrollar actividades de concientización e impacto para la preservación de los recursos naturales con estudiantes de 5to grado.

Junto a productores locales de Zárate, se inauguró la primera etapa de instalación de paneles solares en el Centro de Visitas, a través de la construcción de un árbol de panelería solar colocado en el jardín de entrada para iluminar todo el sector. A principios de 2017 finalizó la segunda etapa de esta obra, con la colocación de 108 paneles de autogeneración en el techo del edificio.

Las acciones que lleva adelante Toyota en este espacio también contribuyen a la preservación del medioambiente. Por eso, inauguró una reserva educativa-recreativa de 21 hectáreas en el mismo predio para proteger la flora y la fauna local, recreando elementos del paisaje de la región con especies autóctonas.

El proyecto educativo de la reserva es un programa de restauración, educación e interpretación de la naturaleza diseñado por la Asociación Aves Argentinas, con quien la compañía viene trabajando hace más de 8 años. Las acciones que se llevaron a cabo son de voluntariado, integración con la comunidad, trabajo junto a escuelas y plantaciones colectivas, entre otras.

La reserva cuenta con senderos y señalizaciones interpretativas e incluye un espacio para la observación de aves, junto a un futuro centro de interpretación con auditorio. En la reserva se recrean elementos del paisaje original de la región con especies autóctonas: pastizales, talaes, sauzales, ceibales y humedales de gran valor ecológico y diversidad biológica.

De esta manera, el Visitor Center se transforma en el punto de encuentro con la comunidad para trabajar en el fortalecimiento de la gestión en el negocio, en aspectos sociales y ambientales.



# EVALUACIÓN Y RESULTADOS

La evaluación y medición de resultados para Toyota es tan importante como la ejecución de cada proyecto, tanto en su implementación como al finalizar los mismos, identificando oportunidades de mejora y cumpliendo con los objetivos propuestos. Para ello, se trabaja con indicadores de gestión y de cambio actitudinal de los destinatarios.

Hasta el mes de mayo de 2018, se han recibido **22.179 visitas** de instituciones educativas del país y del exterior, organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación y personas de la comunidad en general. A través de este nuevo espacio, se recibieron visitas de diferentes puntos del país como Buenos Aires, Entre Ríos, La Pampa, Mendoza, Río Negro, Santa Fe, Santiago del Estero y Ushuaia. También se han recibido a universidades del exterior, como EE.UU. y Canadá.

Desde sus inicios, el Programa Conciencia Ambiental capacitó a **más de 13.500 niños en múltiples temáticas** relacionadas al cuidado del medio ambiente como la separación y clasificación de residuos, calentamiento global y cuidado del agua, entre otros.

Más de **3600 chicos de Zárate, Campana y Baradero** participaron de los **60 talleres** sobre ambiente para escuelas de la comunidad. Además, en el Visitor Center se realizó la **capacitación a todo el personal (5.700 personas)** para conocer el propósito y alcance de la Reserva Natural junto a la Asociación Aves Argentinas.

La Dirección General de Cultura y Educación del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires también invitó a Toyota Argentina a ser parte del programa "Escuelas Abiertas en Verano", donde se ofrecieron **experiencias educativas a más de 400 chicos de 12 escuelas** de las localidades de Lima, Escalada y Zárate durante el período de verano.

Hasta el momento, la campaña de comunicación externa sobre el Visitor Center, que descubre la historia y las acciones de valor de Toyota en la comunidad donde reside su planta, alcanzó **276 artículos en medios de todo el país con un VAP de \$4.945.786 en el año.**

The collage displays three pieces of digital media. On the left is a screenshot of the 'FUTURO SUSTENTABLE.com.ar' website, featuring an article titled 'Toyota abrió sus puertas a clubes y escuelas deportivas de Zárate' dated 6th January 2018. The article text describes Toyota's initiative to open its facilities to local sports clubs and schools in Zárate, highlighting the participation of 300 children and the support from the local government and companies like Coca-Cola and Materius. In the center is a newspaper clipping from 'LAD.FM' with the headline 'Toyota celebró la Navidad con la comunidad'. The article reports on a Christmas celebration at the Zárate plant, where Toyota provided gifts and entertainment for 400 children from local schools and clubs. On the right is a clipping from the newspaper 'Parabrisas' with the headline 'Toyota inauguró su propia reserva natural'. This article details the inauguration of a 21-hectare natural reserve on the plant's premises, aimed at environmental education for children and young people. The clipping also includes a sidebar with various advertisements and a 'REVISTA PARABRISAS' cover.