Anuário de Responsabilidade Corporativa

Volkswagen do Brasil 2016

Sumário

APRESENTAÇÃO 2

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO 3

OBJETIVOS E METAS 5

A VOLKSWAGEN DO BRASIL 8

ESTRATÉGIA E GESTÃO 13

NOSSAS PESSOAS 17

NOSSA IMAGEM 23

NOSSOS PRODUTOS 28

NOSSOS CLIENTES 34

NOSSAS FÁBRICAS 37

NOSSOS FORNECEDORES 41

CRÉDITOS 43

Apresentação

UMA AMPLA ANÁLISE SOBRE 2016

Compromissada com a prestação de contas a todas as partes interessadas, a Volkswagen do Brasil divulga a quinta edição do seu Anuário de Responsabilidade Corporativa, que retrata o desempenho de suas operações no país em 2016 sob os aspectos financeiro, operacional, socioambiental, de governança e gestão. A publicação compreende prioritariamente o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2016, mas, quando pertinente, já faz referência a episódios ocorridos em 2017.

Coordenado pelo departamento de Sustentabilidade, o anuário é o resultado de um trabalho em equipe, que contou com a colaboração das áreas de Assuntos Corporativos e Relações com a Imprensa, Assuntos Governamentais, Assuntos Jurídicos, Auditoria Interna, Desenvolvimento do Produto, Finanças e Estratégia Corporativa, Governança, Riscos & Compliance, Operações (incluindo as gerências das plantas industriais de São Bernardo do Campo, Taubaté, São Carlos e São José dos Pinhais), Qualidade Assegurada, Recursos Humanos, Suprimentos e Vendas & Marketing, além da Fundação Volkswagen.

Para esclarecer eventuais dúvidas sobre esse anuário, envie um *e-mail* para:
sustentabilidade@volkswagen.com.br

MATRIZ DE MATERIALIDADE

O conteúdo presente no Anuário de Responsabilidade Corporativa 2016 da Volkswagen do Brasil reflete os temas mais relevantes apontados na última consulta aos públicos de interesse da empresa, realizada entre o fim de 2014 e o início de 2015. Essa análise origina uma matriz de materialidade, que aponta os principais temas de interesse. São eles:

- Produto ecoeficiente;
- Produção eficiente: uso de recursos e materiais;
- Cadeia de fornecimento sustentável;
- Desempenho econômico no Brasil;
- Conformidade, compliance e gestão de risco;
- Ética empresarial;
- Segurança veicular;
- Emprego;
- Emissões;
- Mobilidade;
- Investimento social;
- Visão e estratégia;
- Descarte de materiais;
- Satisfação dos clientes;
- Saúde e segurança do trabalhador;
- Tecnologia;
- Relação com sindicatos;
- Educação para sustentabilidade.

O futuro já começou

A expressão que trata os momentos de crise como oportunidades de evolução talvez seja a que melhor represente o ano de 2016 para a Volkswagen do Brasil. Mesmo com as adversidades, foi possível dar passos importantes para a consolidação da estratégia de futuro.

Em 2016, a Volkswagen do Brasil repetiu seu desempenho e foi a maior exportadora do setor automotivo brasileiro, com mais de 107 mil unidades embarcadas para 16 países. Ainda assim, o ano se encerrou com 326,9 mil veículos fabricados, redução de 23% ante a produção de 2015.

Em todas as plantas no País, a Volkswagen do Brasil conseguiu firmar novos acordos coletivos com validade de cinco anos, que permitiram adequar o efetivo da maneira mais justa possível e reafirmando o compromisso com os empregados e as entidades sindicais que os representam. Medidas como o Programa de Demissão Voluntária e a suspensão temporária dos contratos de trabalho também foram utilizadas. Mesmo nessa conjuntura, a Volkswagen do Brasil não deixou de se comprometer com o desenvolvimento da equipe.

Foi nesse cenário que a companhia deu sequência à transformação iniciada ainda em 2015 e que se desdobrou em aproximadamente 300 projetos nos pilares estratégicos Nossas Pessoas, Nossos Clientes, Nossos Fornecedores, Nossas Fábricas, Nossos Produtos e Nossa Imagem. Eles buscam fazer da Volkswagen do Brasil uma empresa mais dinâmica, mais competitiva e mais humana, na qual as pessoas são o centro da organização e que está atenta às necessidades desse novo mundo, pautado pelos avanços cada vez mais rápidos na tecnologia e que está mudando a forma como as pessoas se relacionam e consomem produtos e serviços, entre outros tantos pontos. Ao longo de 2016, a visão de negócio se estreitou ainda mais à estratégia global da empresa, que delimita as aspirações do Grupo Volkswagen até 2025. Aos seis pilares da estratégia no Brasil foram somados outros dois: Digitalização e Conectividade e Novos Negócios. Cada pilar é acompanhado diretamente por um membro do Comitê Executivo, que conta com o apoio de uma equipe multidisciplinar.

> "A Volkswagen do Brasil vive uma transformação para se tornar uma empresa mais dinâmica, mais competitiva e mais humana, atenta às necessidades de um novo mundo"

Inovações permitiram ganhos de eficiência energética em parte significativa do portfólio, com destaque para a introdução no mercado nacional do Novo Golf, fabricado na planta de São José dos Pinhais (PR), equipado com motor TSI Total Flex de 200Nm de torque, que combina baixo consumo de combustível e alta potência. Além das evoluções de portfólio, houve investimentos em iniciativas para manter a proximidade e aumentar a percepção de valor entre os clientes e a confiabilidade da Marca.

Uma série de iniciativas tem permitido que as fábricas se tornem cada vez mais digitalizadas, melhorando cada vez mais eficiência e otimização de custos.

O trabalho para aprimorar os indicadores ambientais também teve sequência nas quatro plantas do Brasil. A meta da companhia prevê a redução, até 2018, de 25% do consumo de água e energias, geração de resíduos, emissões de CO_2 e de solventes, em comparação com 2010. Em 2016, a Volkswagen do Brasil foi pioneira no setor ao instituir que toda a energia elétrica consumida em suas operações no país seja 100% limpa, proveniente de hidrelétricas. O atual ritmo deve garantir o alcance da meta de redução até o próximo ano e o planejamento de novos objetivos para o período de 2019-2025 já está em desenvolvimento.

Outros importantes avanços foram conduzidos, relacionados aos princípios de ética e integridade. A companhia revisa permanentemente os principais riscos monitorados e garante que todos os empregados tenham acesso às informações e aos treinamentos sobre os temas relacionados à ética, conformidade e compliance. A Volkswagen também assumiu o desafio de influenciar de modo positivo e fortalecer os procedimentos de compliance da sua cadeia de valor, abrangendo fornecedores e a rede de concessionárias.

Cabe ressaltar, ainda, a nova configuração da Volkswagen global desenhada em 2016, que uniu, sob uma mesma administração, as operações industriais de Brasil e Argentina e passou a trabalhar todo o mercado da América Latina e Caribe, dando origem à Região SAM, que contempla um total de 29 mercados. Em 2017, se dará continuidade a esse processo de integração.

Tendo a sustentabilidade como elemento imprescindível em todas as frentes do negócio, o grande objetivo é gerar ainda mais valor, não apenas para os acionistas, mas para todas as demais partes interessadas da empresa (empregados, seus familiares, a cadeia de fornecedores, a rede de concessionárias e as comunidades do entorno). O processo de construção da Nova Volkswagen já teve início e os principais avanços alcançados estão nas páginas a seguir do Anuário de Responsabilidade Corporativa 2016.

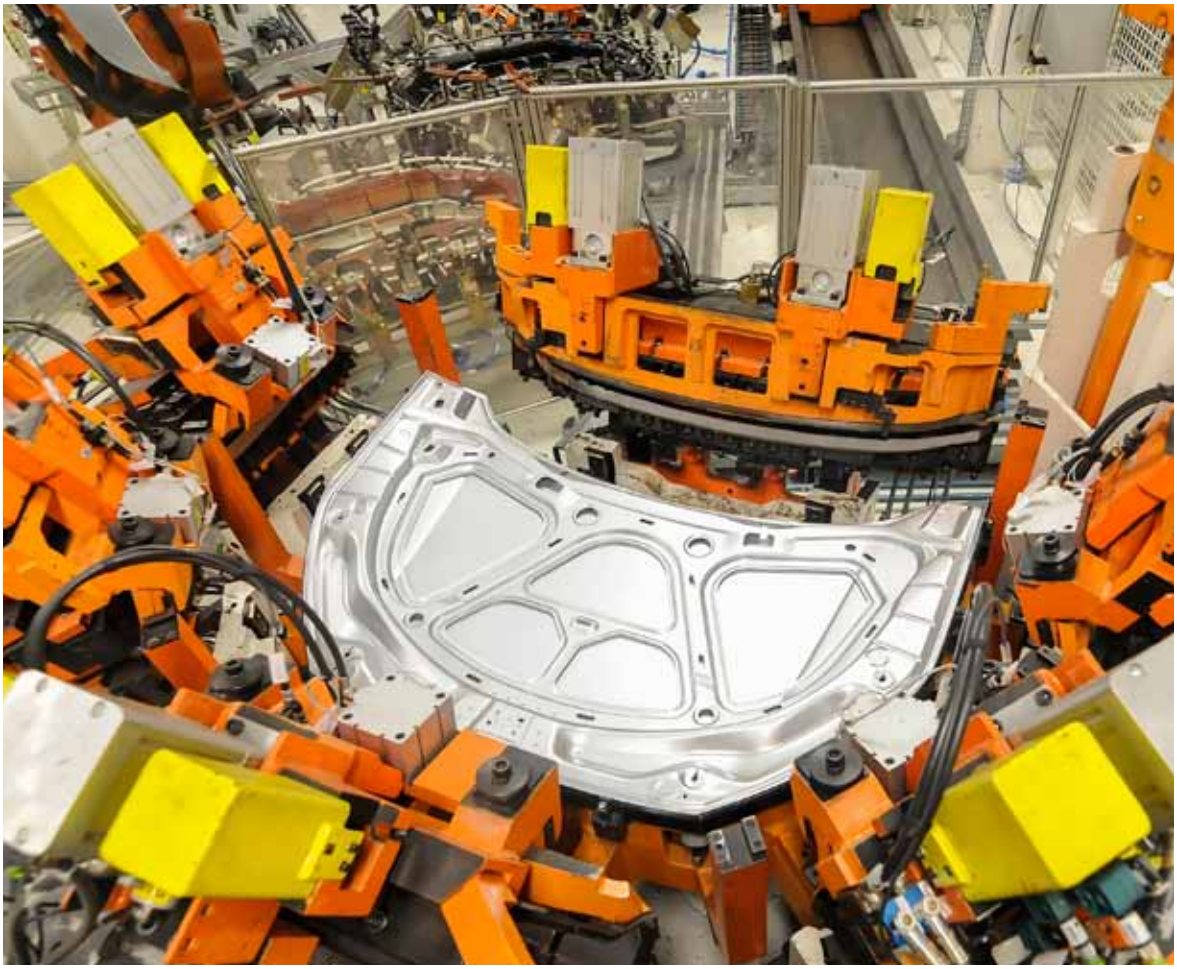
Boa leitura!
Volkswagen do Brasil

1 Objetivos e Metas

Com metas nas dimensões econômica, social e ambiental, a Volkswagen do Brasil apresenta o desempenho alcançado em 2016 para cada um dos objetivos

Inserção da meta	Objetivos e metas	Prazo	Situação 2016
Responsabilidade econômica			
2012	Etiquetagem de veículos – eficiência energética (Programa Brasileiro de Etiquetagem de Veículos).	2017	81% dos modelos etiquetados em 2016. A partir de 2017, 100% dos veículos serão etiquetados (*leia mais na página 29*).
2013	Garantia do crescimento por meio de processos mundialmente padronizados para a resolução de problemas.	2018	Meta concluída. A Volkswagen do Brasil conta com um sistema para padronização de compras e instalações de equipamentos de produção e um sistema para padronização de processos e métodos de trabalho (*Arbeitsplan*). Há, ainda, um fórum que acontece uma ou duas vezes ao ano para o compartilhamento das melhores práticas entre as quatro plantas produtivas (*Arbeitskreis*).
2013	Produtos de acordo com as necessidades do cliente – Melhoria de 1,5% no índice de satisfação do cliente em relação ao produto.	2018	A Volkswagen do Brasil trabalha continuamente para manter a qualidade e a segurança de seu portfólio, visando assegurar a satisfação dos consumidores. Em 2017, a empresa está reavaliando a metodologia de sua pesquisa de qualidade. Por isso, a melhoria no índice de satisfação do cliente em relação aos produtos não pode ser mensurada.

Inserção da meta	Objetivos e metas	Prazo	Situação 2016
Responsabilidade social			
2012	Estruturação de programa de estímulo ao voluntariado.	2019	A Volkswagen do Brasil trabalha em um projeto para desenvolver e implementar um programa de voluntariado corporativo. O programa deve ser implementado em 2019.
2013	Estruturação de programa de estímulo à diversidade.	2017	A estratégia Volkswagen 2025 aborda o tema Diversidade no Pilar Nossas Pessoas, especificamente no desenvolvimento de ações e projetos relacionados a Diversidade, Integridade e Respeito. Em 2017, iniciamos ações afirmativas para conscientização e engajamento dos empregados sobre o tema igualdade de gêneros. Além disso, foi implementado o programa *Women in Management*, que definiu como meta aumentar para 13,74% a participação de mulheres em cargos de gestão até 2025.
Responsabilidade ambiental			
2012	Energia (MWh/veículo produzido) = 0,88	2018	1,66
2012	Água (m^3/veículo produzido) = 2,70	2018	3,72
2012	Resíduos (kg/veículo produzido) = 6,59	2018	9,44
2012	CO_2 (kg/veículo produzido) = 89	2018	119
2012	Solventes (kg/veículo produzido) = 4,59	2018	4,37 – Concluída *(leia mais na página 39)*.
2013	Ampliação de energia renovável na matriz energética da empresa	2018	Concluída (*leia mais na página 39*).



2 A Volkswagen do Brasil

Tema material presente no capítulo:

- **Desempenho econômico no Brasil**

No País desde os anos 1950, a Volkswagen do Brasil trabalha para se consolidar em importantes mercados da América do Sul, América Central e Caribe

Panorama da empresa

Além da sede, em São Bernardo do Campo (SP), a Volkswagen do Brasil possui outras unidades industriais em Taubaté (SP), São José dos Pinhais (PR) e em São Carlos (SP - fábrica de motores).

A empresa dispõe, ainda, de um Centro de Distribuição de Peças e Acessórios em Vinhedo (SP), com capacidade de armazenagem de mais de 120 mil peças, que abastecem as concessionárias Volkswagen em todo o Brasil (em 2016, eram cerca de 600).

A Volkswagen do Brasil também é sócia majoritária nas empresas Autovisão, Apolo, Cemon e MAB, e tem participação minoritária na Celan, Volkswagen Logistics e SBAC.

PORTFÓLIO 2016 VOLKSWAGEN DO BRASIL

Em 2016, o portfólio da Volkswagen do Brasil possuía 15 modelos de veículos, em diferentes versões. Desses, seis são produzidos nas plantas industriais brasileiras e nove vêm de outros países.

1
6
11

2
7
12

3
8
13

4
9
14

5
10
15

NACIONAIS
1 up!
2 Gol
3 Voyage
4 Saveiro
5 Fox
6 Golf

IMPORTADOS
7 SpaceFox
8 Golf Variant
9 Jetta
10 Novo Passat
11 CC
12 Fusca
13 Amarok
14 Tiguan
15 Touareg

Mais informações sobre o portfólio da Volkswagen do Brasil estão no capítulo Nossos Produtos.

RESULTADOS 2016

O acirramento da situação político-econômica brasileira em 2016 continuou influenciando fortemente o setor automotivo do País, especialmente no que diz respeito à confiança de consumidores e investidores e ao acesso ao crédito, no caso das vendas financiadas. De acordo com informações divulgadas pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), foram 2,16 milhões de veículos produzidos em 2016 ante 2,43 milhões em 2015, queda de 11,2%.

No consolidado de 2016, a Volkswagen do Brasil fabricou 326,9 mil veículos, volume 23% mais baixo que o de 2015. A receita líquida em 2016 correspondeu a R$ 13.541 bilhões, dos quais R$ 9.457 bilhões foram resultado das vendas para o mercado interno e R$ 4.084 bilhões para o mercado externo.

Mesmo com resultados inferiores aos dos últimos anos, a Volkswagen do Brasil se esforçou para manter os investimentos voltados para melhorias na eficiência operacional e ambiental de suas fábricas e em tecnologias para a produção de veículos ainda mais potentes, mais seguros e ambientalmente amigáveis. Também houve a manutenção dos investimentos sociais, que chegou a R$ 2,8 milhões em 2016, incluindo recursos incentivados e não incentivados, e outros R$ 6,7 milhões direcionados a diferentes iniciativas da Fundação Volkswagen.

AVANÇO NAS EXPORTAÇÕES

Em 2016, a Volkswagen confirmou o título de maior exportadora do País com o embarque de 107,3 mil unidades para 16 países. O posicionamento estratégico das quatro unidades industriais, próximas dos portos de Santos (SP), São Sebastião (SP) e Paranaguá (PR), reforçam a vocação exportadora da Volkswagen do Brasil, que também é a única do setor automobilístico no País a administrar um terminal próprio, no porto de Paranaguá.

NOVA CONFIGURAÇÃO

A estratégia global de regionalização da Volkswagen, estruturada em 2016, criou cinco regiões para a Marca no mundo. Além da Volkswagen Região SAM (América do Sul, América Central e Caribe), foram criados os blocos Europa, China, Estados Unidos (incluindo México e Canadá) e os demais países do globo.

A Volkswagen Região SAM abrange:

29 países

América do Sul, América Central e Caribe;

Mercado anual de veículos de cerca de

4,4 milhões

de unidades.

População média de

500 milhões

de pessoas;

Mapa Volkswagen Região SAM

GRUPO VOLKSWAGEN

Ao longo de 2016, o Grupo Volkswagen produziu 10,3 milhões de unidades – desde carros compactos, veículos de alto luxo, picapes e caminhões – para 153 países.

Um dos maiores fabricantes do setor automotivo do mundo, o grupo é formado por 12 marcas, que operam de modo independente no mercado. São elas:

- Volkswagen
- Audi
- Ducati
- Porsche
- SEAT
- Volkswagen Veículos Comerciais
- Bentley
- Bugatti
- Lamborghini
- Skoda
- Scania
- MAN

Números que impressionam

GRUPO VOLKSWAGEN

120 fábricas em 31 países

43 mil
veículos produzidos/dia

625 mil empregados
espalhados por unidades da Europa, Américas, Ásia e África

10,3 milhões
de unidades produzidas em 2016

VOLKSWAGEN DO BRASIL

4 fábricas
nos Estados de São Paulo e Paraná
(1 exclusiva para a fabricação de motores)

16.500 empregados

326,9 mil
veículos fabricados em 2016

média de 1.900
veículos produzidos/dia

Recorde no volume exportado:
107,3
mil unidades em 2016

381 mil motores
fabricados em 2016

Média de
2.200
motores produzidos/dia

Modelos mais exportados em 2016:

Gol
(49.911 unidades)

up!
(20.318 unidades)

Voyage
(17.512 unidades)

Saveiro
(12.443 unidades)

3 Estratégia e Gestão

Tema material presente no capítulo:

- **Visão e estratégia**
- **Conformidade, *compliance* e gestão de riscos**
- **Mobilidade**

Tendo as pessoas como eixo central de sua estratégia, a Volkswagen do Brasil se prepara para um ciclo de crescimento em consonância com as rápidas mudanças da sociedade

Direcionada para o crescimento sustentável

Ao longo de 2016, a Volkswagen do Brasil deu continuidade à execução da estratégia traçada ainda em 2015 e que contemplava os três anos seguintes, até 2018. Sintetizada pela mensagem "Um time. 1º lugar", a estratégia estabelece as diretrizes para o futuro da empresa. Para fazer valer esse plano, a empresa colocou no centro de sua estratégia o pilar Nossas Pessoas, que estabelece como os profissionais serão engajados e motivados a contribuir, de fato, para esse movimento de transformação. Além do pilar central, foram definidos os pilares Nossos Clientes, Nossos Fornecedores, Nossas Fábricas, Nossos Produtos e Nossa Imagem.

ALINHAMENTO À ESTRATÉGIA GLOBAL

Para se manter alinhada aos direcionamentos da Matriz, no final de 2016, a Volkswagen do Brasil revisitou seu plano de futuro para se adequar às recém-lançadas estratégias do Grupo Volkswagen (*Together – Strategy 2025*) e da marca Volkswagen (*Transform 2025+*), que estabeleceram os novos objetivos estratégicos para o próximo ciclo de crescimento de toda a empresa.

O trabalho em desenvolvimento pela Volkswagen do Brasil nos pilares Nossas Pessoas, Nossos Clientes, Nossos Fornecedores, Nossas Fábricas, Nossos Produtos e Nossa Imagem está mantido. A esses pilares, no ano de 2017, foram adicionados dois novos temas. São eles: Digitalização e Conectividade e Novos Negócios, que abrangem, entre outros pontos, o fortalecimento da Indústria 4.0 nas plantas industriais da empresa, as novas formas de relacionamento com os consumidores, a estruturação de uma plataforma digital própria e a oferta de novos serviços e novos modelos de negócio.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade é um dos princípios de gestão da Volkswagen do Brasil, essencial para assegurar a condução ética e responsável do negócio. A atual estrutura organizacional da empresa conta com uma área dedicada à gestão do tema, que se reporta diretamente à Vice-presidência de Recursos Humanos.

Em 2016, a Volkswagen do Brasil revisitou seu plano de futuro para se adequar à estratégia do Grupo e da marca Volkswagen

Governança e gestão

A Volkswagen do Brasil é uma sociedade limitada, subsidiária do Grupo Volkswagen, com atuação independente e autônoma. O objetivo da administração é assegurar o cumprimento da estratégia e o bom desempenho do negócio a partir dos mais altos padrões de ética e integridade.

A gestão fica a cargo do Comitê Executivo, que se reúne regularmente. O comitê é formado por 12 membros e não há nenhum conselheiro independente. Além do Presidente, fazem parte do Comitê sete Vice-presidentes e quatro diretores, sendo 11 homens e uma mulher. Do total, 50% são brasileiros.

Comitê Executivo da Volkswagen Região América do Sul (SAM) e do Brasil[1]

Presidente e CEO

PABLO DE SI

Vice-presidentes

Vice-presidente de Finanças
OLIVER SCHMIDT

Vice-presidente de Operações
ANTÓNIO PIRES

Vice-presidente de Suprimentos
HEINER LANZE

Vice-presidente de Recursos Humanos
MARCELLUS PUIG

Vice-presidente de Vendas & Marketing para a Região SAM
THOMAS OWSIANSKI[2]

Vice-presidente de Desenvolvimento do Produto
MARKUS KLEIMANN

Vice-presidente de Vendas & Marketing da Volkswagen do Brasil
GUSTAVO SCHMIDT

Diretores

Diretor da Qualidade
PETER SCHAEFER

Diretora de Assuntos Jurídicos
DANIELA DEMÔRO

Diretor de Assuntos Governamentais
ANTONIO MEGALE

Diretor de Assuntos Corporativos e Relações com a Imprensa
ANDRÉ SENADOR

1 Composição vigente em novembro de 2017.

2 Além de Vice-presidente de Vendas e Marketing, ele é o Primeiro Vice-presidente Executivo da Volkswagen para a Região América do Sul (SAM).

Executivo da Volkswagen do Brasil

Também executivo da Volkswagen Região América do Sul (SAM)

VISÃO, VALORES E CULTURA CORPORATIVA

Visão
Um time:
1º lugar!

Valores
Excelência
Respeito
Um time

Cultura Corporativa

Somos uma empresa fascinante e responsável, focada em ofertar produtos que encantem o cliente. Trabalhamos com excelência, respeito e como um time, para a conquista de grandes resultados.

DIRETRIZES E PRINCÍPIOS

Além da Visão, Valores e Cultura Corporativa, a companhia pauta suas atividades em uma série de compromissos internos e externos, como:

Internos

- Código de Conduta do Grupo Volkswagen (leia mais em *Nossa Imagem*)
- Carta Social Volkswagen – Declaração sobre direitos sociais e relações industriais na Volkswagen
- Carta das Relações Laborais – Compromisso Volkswagen com os direitos e princípios sociais e de representatividade

Externos

- Declarações da Organização Internacional do Trabalho (OIT)
- Diretrizes e convenções da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)
- Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção – Empresa Limpa

EVOLUÇÃO DO GERENCIAMENTO DE RISCOS

O gerenciamento de riscos na Volkswagen do Brasil conta com um processo já consolidado, cujo guardião é o departamento de Governança, Riscos e *Compliance*, que disponibiliza as ferramentas e metodologias adequadas às demais áreas da empresa.
Os riscos mapeados pela empresa são classificados entre operacionais (aqueles identificados e mitigados pelas próprias áreas de negócio, com o apoio do GRC) e estratégicos (diretamente acompanhados pela alta liderança da empresa no Brasil e que também podem ser comunicados à Matriz). Os riscos estratégicos são atualizados anualmente pela área de Governança, Riscos e *Compliance*.
Com o propósito de evoluir continuamente e dar agilidade ao processo de gestão de riscos, a empresa passou a acompanhar também os chamados riscos táticos, que são os cinco principais temas levados para a avaliação do Comitê Executivo a cada trimestre.

4 Nossas Pessoas

Tema material presente no capítulo:

- **Relação com os sindicatos**
- **Saúde e Segurança do trabalhador**
- **Investimento social**

A transformação da Volkswagen do Brasil em uma empresa mais moderna, mais enxuta e mais ágil passa pela preparação de seus trabalhadores para enfrentar os desafios do futuro

No centro da estratégia

As pessoas são o eixo central da estratégia da Volkswagen do Brasil. Essa visão é complementada pela necessidade de uma empresa enxuta e de alta performance, delineando a estratégia de gestão de pessoas para os próximos anos na companhia.

O ano de 2016, assim como os últimos dois anos, apresentou muitas adversidades que precisaram ser gerenciadas, buscando reduzir o impacto da desaceleração do consumo da população ao mesmo tempo em que preservava postos de trabalho.

A Volkswagen do Brasil encerrou o ano de 2016 com 16.528 empregados, todos contratados em regime de jornada integral. Os esforços para o gerenciamento incluíram a realização da redução da jornada de trabalho, adoção de férias coletivas e prosseguimento do novo Programa de Demissão Voluntária (PDV), iniciado em agosto de 2016. A média anual de profissionais que trabalharam com jornada mais curta em 2016 girou em torno de 9.100 empregados, com reduções de até 30% na carga horária e de 15% nos salários.

Empregados por nível funcional	2014		2015		2016	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Executivos	416	44	365	38	323	33
Gestores de unidades e especialistas	181	14	140	13	147	14
Mensalistas	2.384	629	2.164	553	1.850	455
Horistas	15.285	510	14.520	501	13.025	474
Aprendizes	160	59	136	51	148	59
Estagiários[1]	60	59	36	36	38	33

Empregados por tipo de contrato de trabalho[2]	2014		2015		2016	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Tempo determinado	210	59	151	51	148	60
Tempo indeterminado	18.216	1.197	17.174	1.105	15.345	975
Total por gênero	18.426	1.256	17.325	1.156	15.493	1.035
Total	**19.682**		**18.481**		**16.528**	

1 Os estagiários não estão considerados no quadro total de empregados.
2 O vínculo dos empregados com a Volkswagen do Brasil se dá por meio de contratos de trabalho por prazo indeterminado (a maior parte do efetivo) ou determinado. A contratação por prazo determinado, prevista na legislação trabalhista, é utilizada principalmente em períodos de aquecimento de mercado e desenvolvimento de novos projetos. Os empregados contratados por prazo determinado podem ter seus contratos renovados ou convertidos na modalidade indeterminada. Em função da retração do mercado, em 2016 o efetivo da empresa era composto por 1,3% de empregados contratados por prazo determinado. Em 2014, esse percentual era de 1,4%.

INICIATIVAS DE APRIMORAMENTO

Promover uma vivência dos valores da empresa – Um Time, Excelência e Respeito – e reforçar o engajamento dos trabalhadores na nova estratégia da Volkswagen do Brasil foram os objetivos de um programa que percorreu todas as unidades em 2016. Coordenado pela área de Recursos Humanos, o treinamento Vivendo os Valores enfatizou a importância desses elementos para o futuro da companhia e foi repassado a todos os profissionais da empresa.

Aprimorar o ambiente de trabalho, ampliando os ganhos que o avanço da tecnologia proporciona, foi outro tema de destaque nos treinamentos realizados no ano. Mais de 3 mil empregados passaram por capacitações.

QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

O programa de treinamentos focado na qualidade capacitou quase 500 empregados em todas as unidades. Chamada de *My car, my quality, my process* ("Meu carro, minha qualidade, meu processo"), a iniciativa envolve diferentes áreas, como Operações, Recursos Humanos, Qualidade Assegurada e outros. Entre os temas tratados, estão capacidade de gestão, das pessoas e dos fornecedores, estabilidade de processo e mudança de mentalidade.

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A Volkswagen do Brasil oferece para os trabalhadores e seus familiares o Programa de Educação Financeira para orientar os participantes sobre equilíbrio financeiro e uso consciente do dinheiro. Em 2016, o programa registrou a participação de 135 trabalhadores. Para participantes do **Plano de Aposentadoria** também são realizadas ações de comunicação e orientação sobre planejamento financeiro e a importância de se preparar para essa fase da vida. No programa **Despertar para o futuro**, os trabalhadores são conscientizados sobre a revisão contínua do seu projeto de vida. Em 2016, participaram do programa, que está em fase piloto, 74 trabalhadores.

DIVERSIDADE

Atualmente, a Volkswagen do Brasil emprega 93,7% de empregados homens e 6,3% de mulheres. O tema da diversidade, integridade e respeito faz parte da estratégia de gestão de pessoas da empresa e tem um foco especial na inclusão de gênero.

Hoje, 9% da liderança da Volkswagen do Brasil é formada por mulheres e a meta para 2025 é atingir 13,74%. O processo também busca identificar *gaps* e oferecer treinamentos para o desenvolvimento de mulheres para cargos de gestão.

ESTAGIÁRIOS E *TRAINEES*

Em 2016, o Programa de Estágio da Volkswagen do Brasil selecionou 66 jovens para atuar em diversas áreas das unidades de produção, durante um ou dois anos. O programa também escolheu 91 estudantes para estagiar na edição 2016 do Salão do Automóvel de São Paulo.

ALTA ESPECIALIZAÇÃO

A Volkswagen é a primeira empresa no Brasil a oferecer um curso técnico de Mecatrônica com o mesmo nível dos ministrados na Alemanha. As aulas ocorrem no Centro de Formação Profissional Volkswagen SENAI (Sistema Nacional de Aprendizagem Industrial), na fábrica de São Bernardo do Campo. Para igualar o ensino de Mecatrônica no Brasil ao mesmo nível da qualificação oferecida na Alemanha, o Centro de Formação Profissional Volkswagen SENAI acrescentou um terceiro ano de estudos ao seu programa de formação profissional. Neste período adicional, que é 80% prático e 20% teórico, os alunos participaram de aulas ministradas em um novo laboratório exclusivo em Mecatrônica.

Ao final do curso, os alunos são submetidos a provas para também receberem um diploma de Mecatrônico reconhecido pelo Governo da Alemanha. Além do diploma alemão, o aluno recebe do SENAI a certificação de Especialista Técnico Desenvolvedor Integrador de Sistemas Automatizados de Manufatura. A iniciativa tem parceria com o Governo da Alemanha, além de empresas fornecedoras.

Relação com sindicatos

Em 2016, pela primeira vez, foi possível fechar acordos coletivos de trabalho válidos por cinco anos em todas as quatro unidades da Volkswagen do Brasil. Essa negociação foi uma revisão do processo realizado em 2015, quando houve reestruturação nas fábricas.

Os acordos trabalhistas preveem medidas para garantir a flexibilidade das atividades produtivas, como a realização de dias adicionais de produção, dias de compensação ou de folgas. Os prazos mínimos para convocação desses recursos também são definidos na negociação. Entre as ações estão a suspensão temporária do trabalho (*layoffs*) e o Programa Seguro-Emprego, que prevê redução de até 30% na jornada de trabalho e de 15% nos salários – a Volkswagen do Brasil foi a única empresa no País a aplicar o programa em suas quatro unidades.

SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

O Sistema de Gestão de Segurança do Trabalho da empresa deriva do *Konzern Arbeitsschutz-Managementsystem* (KAMS – Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho do Grupo), desenvolvido com base nas metodologias existentes no Grupo Volkswagen. O KAMS define objetivos e padrões comuns para todas as marcas do Grupo e garante maior eficiência nos níveis de segurança do trabalho.

Três elementos formam o sistema: Cultura de Segurança; Tecnologias, Máquinas e Instalações; e Pessoas, distribuídos em 20 subelementos de forma a antecipar riscos em novos projetos ou em modificações dos atuais, promover manutenções periódicas, inspeções de segurança, treinamentos e qualificação dos empregados.

Em 2016, a frequência de acidentes registrou uma pequena variação, comparado ao ano anterior. A taxa de gravidade também registrou um aumento em razão de acidentes com maior tempo de afastamento. Alinhada à busca da evolução contínua, a empresa desenvolve ações para redução destes indicadores.

Índices de segurança[1] [G4-LA6]	2014	2015	2016
Taxa de frequência	18	14	15
Taxa de gravidade	94	93	275

1 As taxas são calculadas com base nas horas reais trabalhadas, incluindo horas extras e dias adicionais de produção.

Sociedade

A relação da Volkswagen do Brasil com a sociedade é guiada pelos princípios éticos e de transparência presentes no Código de Conduta da empresa, que espera a mesma prática de seus empregados e parceiros de negócio.

Em 2016, a empresa investiu mais de R$ 2,8 milhões em programas comunitários, sem contar os recursos aplicados pela Fundação Volkswagen. Em 2016, houve, ainda, a doação de cerca de R$ 527 mil como parte da iniciativa 1 Hora Para o Futuro, por meio do qual os colaboradores da empresa doaram o equivalente a 1 hora de trabalho no ano para entidades filantrópicas.

FUNDAÇÃO VOLKSWAGEN

A Fundação Volkswagen, inaugurada em 1979, é responsável pelo investimento social da Volkswagen do Brasil e oferece dez projetos nas áreas de Educação e Desenvolvimento Social:

PILAR EDUCAÇÃO

BENEFICIADOS EM 2016 POR PROJETOS DA FUNDAÇÃO VOLKSWAGEN

67.621 alunos

757 educadores

13 municípios

7 Estados brasileiros

BENEFICIADOS DESDE 2003 POR PROJETOS DA FUNDAÇÃO VOLKSWAGEN

1.505.505 alunos

19.557 educadores

442 municípios

18 Estados brasileiros

PILAR DESENVOLVIMENTO SOCIAL

BENEFICIADOS EM 2016

455.753 pessoas

11 municípios

4 Estados brasileiros

BENEFICIADOS DESDE 2008

490.395 pessoas

3.261 instituições

8 Estados brasileiros

PROJETOS DESENVOLVIDOS PELA FUNDAÇÃO VOLKSWAGEN

EDUCAÇÃO

- Plataforma do Letramento
- Aceleração da Aprendizagem
- Brincar
- Entre na Roda
- Aprendendo com Arte
- Jogo da Vida em Trânsito
- Pró-Educar Brasil

DESENVOLVIMENTO SOCIAL

- Costurando o Futuro
- Instituto Baccarelli
- Volkswagen na Comunidade

DESTAQUES DA FUNDAÇÃO VOLKSWAGEN EM 2016

O projeto **Brincar** passou a se dedicar à preparação de docentes para questões de acessibilidade e inclusão de crianças de 4 e 5 anos.

O **Aceleração da Aprendizagem** foi incluído no Guia de Tecnologias do Ministério da Educação (MEC), que auxilia gestores na escolha de materiais de qualidade para uso em escolas públicas.

Ainda dentro da estratégia de evoluir o uso da tecnologia, a Mais Diferenças, uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), criou o Guia de Mediação de Leitura Acessível e Inclusiva, cujo conteúdo pode ser acessado por meio da Plataforma do Letramento em versão digital e audiovisual.

Além de oferecer o guia e materiais pedagógicos completos dos projetos Entre na Roda, Brincar, Aceleração da Aprendizagem e Aprendendo com Arte, a **Plataforma do Letramento** foi contemplada em 2016 com o 1º Prêmio Retratos da Leitura (IPL), concedido pelo Instituto Pró-Livro na categoria Mídia.

Mais detalhes sobre a Fundação Volkswagen estão na versão *web* do Anuário da Volkswagen do Brasil:
http://relatoweb.com.br/volkswagen/2016/pt/geracao-de-valor-para-a-sociedade.html

5 Nossa Imagem

Tema material presente no capítulo:

- **Ética empresarial e Conformidade**
- ***Compliance***
- **Gestão de riscos**
- **Visão e estratégia**
- **Tecnologia**

Ao longo de 2016 a Volkswagen do Brasil foi reconhecida pelos diferenciais tecnológicos de seus produtos e pela conduta ética e transparente da empresa

Evolução permanente

A Volkswagen do Brasil está compromissada com os preceitos de integridade e transparência válidos para todas as unidades e marcas do Grupo e que também estão em consonância com as legislações atualmente vigentes no País, incluindo práticas de combate à corrupção e de prevenção à lavagem de dinheiro e para a defesa da livre concorrência.

Ao longo de 2016, foram realizadas diversas iniciativas pelo departamento de Governança, Riscos e *Compliance* e outras áreas da empresa visando aperfeiçoar as práticas e processos já existentes, com destaque para a capacitação em temas de *compliance* de todos os empregados definidos como público-alvo (empregados em funções administrativas com riscos de violação a leis e procedimentos) e que ainda não haviam concluído os treinamentos.

Ao fim de 2016, 3.094 profissionais de diferentes níveis na empresa – diretoria, gerência, administrativo, operacional, terceirizados, aprendizes e estagiários – foram capacitados presencialmente ou de modo *online* em quatro módulos: *Compliance*, *Compliance* Avançado, Código de Conduta e Combatendo a corrupção e o conflito de interesse. Em parceria com o departamento Jurídico, foi ministrado um treinamento específico sobre a lei antitruste para 1.448 empregados.

CÓDIGO DE CONDUTA E CANAIS DE DENÚNCIA

A Volkswagen do Brasil dissemina o conteúdo presente em seu código de conduta interna e externamente. Disponível em português, inglês e alemão, o conteúdo reúne as condutas que devem ser seguidas por empregados e outros públicos de relacionamento da empresa em questões de combate à corrupção, relacionamento com entidades sindicais, conflitos de interesse, segurança da informação e proteção ambiental, entre outras.

Denúncias podem ser feitas por meio do número 0800 770 5770 ou do *e-mail* conduta@volkswagen.com.br. Todas as denúncias são apuradas pela Auditoria Interna, que mantém reporte direto ao Presidente e CEO da Volkswagen Região América do Sul (SAM) e Brasil e também à estrutura global de auditoria interna.

GESTÃO DE RISCOS RELACIONADOS À CORRUPÇÃO

Ciente de que qualquer atividade econômica está exposta a riscos relacionados à corrupção, que podem gerar impactos significativos nos resultados da empresa, o processo de avaliação e gerenciamento de riscos da Volkswagen do Brasil não deixa de acompanhar com atenção esse tópico. O trabalho conduzido pelo departamento de Governança, Riscos e *Compliance* (GRC) considera três principais vertentes: corrupção ativa, corrupção passiva e conflito de interesse.

Em 2016, o processo de avaliação considerou todas as áreas de negócios da Volkswagen, levando em consideração as atividades nas quatro unidades industriais da empresa no Brasil e no Centro de Distribuição de Peças e Acessórios de Vinhedo. Dessas áreas, 94% tiveram riscos potenciais de corrupção identificados.

Representatividade setorial

A interação da Volkswagen do Brasil com as diferentes esferas de governo segue os mesmos preceitos de integridade e transparência que norteiam as relações com outros públicos de relacionamento da empresa. O trabalho acontece prioritariamente por meio de entidades representativas e é conduzido e acompanhado pela diretoria de Assuntos Governamentais. Atualmente, a Volkswagen do Brasil, representada por seu diretor de Assuntos Governamentais, ocupa a presidência da principal entidade do setor, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA). A Volkswagen do Brasil também participa de outras organizações, tais como:

- Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA)
- Confederação Nacional da Indústria (CNI)
- Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP)
- Câmara de Comércio e Indústria Brasil – Alemanha
- Câmara de Comércio Brasil – Estados Unidos (AMCHAM)
- *Society Automotive Engineering* (SAE).

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS - MARCA VOLKSWAGEN E SEUS PRODUTOS

Diversos prêmios recebidos pela Volkswagen do Brasil ao longo de 2016 destacam os diferenciais em tecnologia, segurança e qualidade de seus produtos e reconhecem a conduta ética e transparente da empresa. Entre eles destacam-se:

- Preferida para se trabalhar entre as fabricantes de automóveis e de veículos comerciais leves do País, segundo o Valor Carreira – As Melhores na Gestão de Pessoas. No *ranking* geral, ocupou a 14ª colocação;

- Empresa automotiva que mais gera valor a seus *stakeholders*, pelo segundo ano consecutivo, segundo o estudo MVP (Mais Valor Produzido), da *DOM Strategy Partners*;

- Campeã do setor "Veículos" do Prêmio MarCo., da revista *Época Negócios*;

- Empresa do setor automotivo que melhor se comunica com jornalistas, pelo sexto ano seguido, segundo a revista *Negócios da Comunicação*;

- **up!** é campeão; e **Novo Golf** e **Touareg** são tricampeões em suas categorias no concurso Melhores Carros, do site *Best Cars*;

- **Motor 1.0 TSI** recebeu o Prêmio REI 2016, da revista *Automotive Business*, na categoria *Powertrain*;

- **up!**, **Golf Variant**, **Golf GTI** e **Nova Saveiro** são eleitos as "Melhores compras" pela revista *Quatro Rodas*;

- **Golf** é bicampeão na pesquisa Os Eleitos, da revista *Quatro Rodas*;

- **Volkswagen** vence em quatro categorias no prêmio Os Melhores do Ano, do *Jornal do Carro*, com os modelos Golf (*Hatch* Médio), Golf Variant (Peruas), Saveiro (Picapes Compactas) e Montadora com Melhor Valor de Revenda;

- **Novo Gol** eleito o melhor Automóvel de Passeio – Motor 1.0 e **Nova Saveiro** escolhida como a melhor Picape Pequena, no prêmio *L'Auto Preferita*;

- **Volkswagen** é a maior vencedora do Prêmio Abiauto: o **Golf** foi eleito o melhor Carro Nacional e venceu a categoria Carro Imprensa Automotiva. **O motor TSI 125 cv** conquistou a categoria Tecnologia/Motor;

- **Golf** é eleito, pelo terceiro ano consecutivo, melhor *hatch* médio do País, no concurso Best Cars 2016, da Editora Motorpress Brasil;

- "Qual Comprar 2016", da revista AutoEsporte, para **up!** e **Golf Variant**;

- Troféu Selo Conpet de Eficiência Energética Veicular;

- Campeã em três categorias na 3ª edição do Selo Maior Valor de Revenda – Autos, da Agência AutoInforme, com o **up!**, **Golf** e **Golf Variant**.

Inovação e interatividade no Salão do Automóvel

A Volkswagen do Brasil foi um dos principais destaques da 29ª edição do Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, em 2016. Mais do que apresentar as novidades dos produtos da Volkswagen, as ações seguiram a filosofia "Inspirada na sua vida", com a intenção de que o público se sentisse abraçado pela Marca e que se reconhecesse nas ações desenvolvidas especialmente para ele.

O estande (*foto abaixo*), de 4,5 mil m², o maior do Salão, foi projetado para transmitir experiências inovadoras e repletas de entretenimento aos visitantes com uma série de ações interativas e altamente tecnológicas, inclusive de realidade virtual, exposição dos lançamentos da Marca e de carros conceito.

Em uma dessas experiências, o TSI Extreme, os visitantes tiveram a oportunidade de explorar, por meio de realidade virtual, a mais moderna e avançada tecnologia presente nos motores TSI. Em uma viagem radical auxiliada por simuladores, os participantes foram transportados para dentro do motor, observando o funcionamento de filtro de ar, pistões, câmara de combustão, escape e catalisador.
Já o #VWeVc levou o visitante para um mergulho no universo da Marca e na linha de produção de um carro para conhecer tecnologias e diferencias dos modelos Volkswagen. O usuário também visitou virtualmente a Autostadt, a Cidade do Automóvel, na Alemanha. Ventiladores, aspersores e holofotes sincronizados ao vídeo aumentava a sensação de realidade dessa viagem virtual.

No up!HoloView, o público pôde entender como a inteligência artificial, a realidade virtual e o reconhecimento de voz e de gestos irão transformar o processo de venda de carros em um futuro muito próximo. Os usuários foram apresentados aos principais destaques do up!TSI com a ajuda de óculos virtuais.

Para quem tem espírito aventureiro, o Desafio Cross apresentou a Nova Saveiro Cross. Para chegar até o veículo, os visitantes precisavam passar por uma estreita ponte no Grand Canyon, a dezenas de metros de altura, simulada por meio da realidade virtual.

PRINCIPAIS NOVIDADES DA VOLKSWAGEN NO SALÃO DO AUTOMÓVEL DE SÃO PAULO

Mais do que o maior estande do Salão do Automóvel de São Paulo 2016, a Volkswagen do Brasil foi uma das marcas que apresentou o maior número de novidades no evento, totalizando 12 destaques:

- BUDD-e – o carro conceito que revoluciona com novos sistemas de operação interativa.
- T-Cross Breeze apresenta conceito de design de um novo SUV Volkswagen.
- Gol GT Concept interpreta cultura esportiva da Marca.
- Tiguan Glass Model, feito em grande parte de vidro, demonstra os destaques tecnológicos do veículo.
- Nova Amarok chega para ser a picape média mais conectada no mercado brasileiro.
- Golf GTE Sport, esportivo híbrido *plug-in*, projeta o conceito GT para o futuro.
- Novo Gol Track tem desenho exclusivo e dianteira inédita na linha.
- Volkswagen apresenta inédita versão up! Track.
- CrossFox "Urban White" traz aventura e robustez com design exclusivo e conteúdo tecnológico.
- Golf Comfortline TSI Total Flex com motor de 125 cv chega para revolucionar o mercado.
- Tiguan passa a contar com motor 1.4 TSI de 150 cv, que alia excelente desempenho e baixo consumo de combustível.
- Golf Variant chega à linha 2017 com motor mais potente e novos equipamentos.

Saiba mais sobre cada veículo em:
https://www.vw.com.br/pt/carros.html

6 Nossos Produtos

Tema material presente no capítulo:

- **Produto ecoeficiente**
- **Tecnologia**
- **Segurança veicular**

Com uma equipe altamente capacitada e investimentos robustos em tecnologia, a montadora trabalha para entregar aos clientes produtos cada vez mais inovadores, mais seguros e mais eficientes

Veículos inovadores e sustentáveis

O desafio cotidiano da Volkswagen do Brasil é oferecer aos clientes e potenciais consumidores produtos inovadores em termos de *design*, qualidade e segurança e que explorem os potenciais da tecnologia para melhorar cada vez mais a conectividade e aumentar o prazer de dirigir.

Como destaques do portfólio 2016 fabricado no Brasil estão:

- Produzido em São José dos Pinhais, o Fox equipado com motor EA111 1.6l, com novos tipos de pneus e novo sistema de transmissão, reduzindo o consumo de combustível e aumentando a eficiência energética.

- Produzidos em Taubaté, o Gol e o Voyage ganharam novos painéis de instrumentos, novo *design* na parte dianteira e novos tipos de pneus. Os motores EA211 1.0l de três cilindros são mais leves e também contribuem para a eficiência energética dos modelos.

- Golf TSI Total Flex (125 cv), fabricado na planta de São José dos Pinhais, cujo motor EA211 1.0 TSI possibilita um alto desempenho e baixo consumo de combustível.

SELO CONPET DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA VEICULAR

Engajada no Programa Brasileiro de Etiquetagem, do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), em 2016 a Volkswagen do Brasil contava com 96 modelos registrados nas classificações A ou B do selo, que correspondem aos modelos com a melhor relação tamanho do veículo versus consumo de combustível e emissão de gases por km. Em 2016, a Volkswagen do Brasil conquistou o selo Conpet para 81% dos modelos comercializados no País.

ISO 9001/VDA 6.1 - SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE

Todas as etapas que integram o ciclo de vida dos produtos e serviços da Volkswagen do Brasil são estruturadas a partir do sistema de Gestão da Qualidade da empresa (**ISO 9001/ VDA 6.1**) e outras normas e padrões internos.

Em 2016, foram auditados 21 processos, desde a etapa de desenvolvimento do produto até o pós-vendas, visando assegurar a qualidade do produto e a satisfação dos clientes.

ATUALIZAÇÃO SOBRE O CASO "DIESELGATE"

Em 2015, o Grupo Volkswagen foi acusado de fraudar o sistema de verificação de emissões de poluentes nos seus modelos movidos a diesel. No Brasil, o único veículo diretamente envolvido no caso era a picape Amarok, produzida na Volkswagen Argentina. Logo que as denúncias foram divulgadas, a Volkswagen do Brasil confirmou que 17.057 veículos Amarok rodavam no País, mas que o *software* de monitoramento de emissões não estava ativado no Brasil. Ainda assim, a empresa confirmou a realização do *recall*, que aconteceu em 2016.

Comprometida com a transparência e a integridade, houve uma força-tarefa conduzida pela área de Auditoria Interna da empresa, que buscou verificar a adequação de todos os processos de desenvolvimento de produtos e de engenharia da empresa. Protocolos de testes e de controles também se tornaram mais robustos a partir do episódio.

Em 2016, a Volkswagen do Brasil questiona na Justiça as autuações do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA) e do PROCON-SP, instituto de defesa dos direitos do consumidor, relativas ao caso. As consequências são constantemente acompanhadas pelo departamento Jurídico e pela liderança da empresa. Ainda não há uma decisão final sobre os processos no Brasil.

Lançamentos marcados pela conectividade

O sistema global de tecnologia da Volkswagen equipa grande parte dos lançamentos recentes da Marca e oferece um dos mais avançados recursos de *infotainment* do mercado, por meio do Volkswagen App-Connect e do Discover Media para interagir e reproduzir o *smartphone* na tela do sistema, como um espelho. Ele é compatível com MirrorLink, Apple Carplay e Google Android Auto (estando, portanto, preparado para futuros lançamentos de *smartphones* do Google). Assim, já é possível fazer ou responder a chamadas, enviar mensagens por comando de voz, checar agenda, acessar aplicativos como o Spotify, e muitas outras funções ao longo da viagem.

Os veículos lançados pela Volkswagen do Brasil a partir de 2016 estão equipados com recursos que valorizam a tecnologia e a conectividade, sem comprometer a segurança da condução. O sistema está presente, por exemplo, no Novo Gol, pela primeira vez em sua história. Ele também equipa a Nova Saveiro, um recurso até então inédito no segmento de picapes no mercado brasileiro. Outros modelos lançados no ano, como Amarok, Golf, Jetta, Tiguan e Voyage também desfrutam dessa tecnologia, reforçando a presença da Volkswagen entre as marcas que oferecem os mais avançados e modernos recursos aos consumidores.

A motorização é outro destaque em inovação da Marca. Com os lançamentos mais recentes, a Volkswagen se consagrou no Brasil como a fabricante com maior oferta de veículos equipados com motores que combinam injeção direta de combustível e turbo compressor – recursos que formam a base da tecnologia TSI, permitindo o *downsizing* (redução da cilindrada, com excelente desempenho), de forma a entregar muito prazer ao dirigir e alta eficiência energética. Todos os motores TSI se destacam por baixo consumo de combustível, alta potência e elevado torque a partir de baixas rotações.

São três configurações de motores – 1.0l TSI, 1.4l TSI e 2.0l TSI – que equipam oito linhas de produtos: up!, Golf, Golf Variant, Fusca, Jetta, Novo Passat, CC e Tiguan. A potência varia de 105 cv a 220 cv.

CONFIRA OS PRINCIPAIS LANÇAMENTOS DE 2016:

AMAROK

A Nova Amarok tem o objetivo de se tornar a picape referência em design, conectividade e tecnologia do mercado. O Volkswagen App Connect permite reproduzir e operar a tela do *smartphone* na tela do sistema, como um espelho, sem comprometer a segurança da condução. O Discover Media traz, ainda, sistema de navegação integrado ao painel.
O modelo ainda oferece de série o Post-Collision Braking (sistema de frenagem automática pós-colisão), tecnologia exclusiva na categoria. A inédita série Extreme traz componentes ainda mais ousados e diferenciados.

Saiba mais: https://www.vw.com.br/pt/carros/amarok.html

NOVO GOL E NOVO VOYAGE

O Novo Gol e o Novo Voyage também incorporaram, pela primeira vez, a tecnologia global da Volkswagen, com o sistema App-Connect, para espelhamento de *smartphone*.
Para marcar as evoluções, a Volkswagen lançou uma série especial do Novo Gol, "Connect", na cor exclusiva Azul Lagoon, que destaca a conectividade com *smartphones*, o novo painel com aplique na cor azul e novos tecidos de bancos com detalhes azulados.
Com motores 1.0l de três cilindros, da família EA211, o Novo Gol e o Novo Voyage também incorporam os novos sistemas de *infotainment* Volkswagen App-Connect e têm mais itens de série, realçando a relação custo-benefício: novos sistemas de som (nas versões Comfortline / Highline), direção hidráulica e pneus de baixa resistência ao rolamento.
O Novo Gol e o Novo Voyage oferecem um dos menores índices de reparabilidade, de acordo com o CESVI (Centro de Experimentação e Segurança Viária), o que significa menor tempo e custo de reparos.

Saiba mais: Gol https://www.vw.com.br/pt/carros/Gol.html
Saiba mais: Voyage https://www.vw.com.br/pt/carros/voyage.html

GOLF

Equipado com motor TSI Total Flex de 125 cv, o Novo Golf foi o primeiro *hatchback* médio a oferecer esta tecnologia, que alia alto desempenho e economia de combustível. Trata-se do primeiro motor com injeção direta, turbocompressor e flexível em combustível produzido no Brasil.
Os números de desempenho e consumo de combustível do Golf Comfortline TSI comprovam as virtudes da tecnologia TSI. O modelo acelera de 0 a 100 km/h em 9,7 segundos e atinge a velocidade máxima de 194 km/h, quando abastecido com etanol. Em termos de eficiência energética, tem classificação "A" no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do INMETRO.
O Golf Comfortline TSI traz de série o sistema de *infotainment* com a tecnologia Volkswagen App-Connect, para interação com os *smartphones*.
Os freios são a disco nas quatro rodas, com sistema ABS com BAS e EBD. O Golf Comfortline TSI é equipado de série com controle de tração (ASR) e controle eletrônico de estabilidade (ESC) e com Sistema de Frenagem Automática Pós-Colisão, que reduz a energia cinética residual em caso de acidentes.

Saiba mais: https://www.vw.com.br/pt/carros/golf.html

JETTA

O lançamento do Novo Jetta 2016, um dos sedãs de maior sucesso na história da marca no Brasil, teve como uma das principais novidades o motor 1.4 TSI, reconhecido por sua inovação e eficiência, que une alto desempenho e baixo consumo de combustível.
O novo motor de 150 cv, presente nas versões Trendline e Comfortline, combinado com a transmissão automática de seis marchas e função Tiptronic, aumentou a potência em 30 cv (25%) e o torque 7,1 kgfm (38%), em comparação à motorização anterior. O sedã com *performance* de carro esportivo, que vai de 0 a 100 km em 8,6 segundos, também é equipado com controle eletrônico de estabilidade (ESC) e bloqueio eletrônico de diferencial (EDS) com XDS como itens de série em todas as versões.
O Jetta também oferece o sistema de *infotainment* e o Volkswagen App-Connect, que permitem espelhamento do *smartphone* e muita interatividade.
O Discover Media, item que pode ser adicionado a todas as versões, permite parear via Bluetooth dois celulares simultaneamente e operar telefone e áudio (*streaming*). A central permite a locução de mensagens de texto (SMS) do celular por meio dos alto-falantes e até mesmo responder a mensagem por meio de comando de voz. Conta ainda com leitor de CD, duas entradas para SD-Card, Aux in e porta USB. Tudo ao alcance do motorista, melhorando ainda mais a funcionalidade e a ergonomia do Novo Jetta.
O modelo também atingiu a nota máxima no Latin NCAP e no IIHS (Top Safety Pick+), de mais alto nível em segurança.

Sabia mais: https://www.vw.com.br/pt/carros/jetta.html

SAVEIRO

O lançamento da Nova Saveiro reforça a identidade própria do modelo. O visual apresenta evoluções em design e acabamento de segmentos superiores na parte frontal (capô mais elevado, faróis com linhas mais lapidadas e sextavadas e grade inédita) e na traseira (lanternas tridimensionais, para-choque e tampa com nova proposta visual). Internamente, o painel de instrumentos é totalmente novo e baseado na premissa *driver oriented* (todos os botões e comandos estão posicionados voltados para o motorista). O novo volante é multifuncional, semelhante ao do Golf.
A Nova Saveiro também incorpora o modelo global de tecnologia da Volkswagen e inova com o sistema de *infotainment* e sistema App-Connect, inéditos no segmento de picapes no mercado brasileiro que permite desfrutar da conectividade com os *smartphones*.
O motor 1.6 de 120 cv, da família EA211, é um dos mais modernos fabricados pela Volkswagen no País. As versões Robust, Trendline e Highline são equipadas com o motor 1.6 Total Flex, de 104 cv (etanol).
A Nova Saveiro também é a primeira da sua categoria com controles eletrônicos de estabilidade (ESC) e de tração (ASR), freios ABS com função *off-road* e controle de partida em rampa (*hill hold*), entre outros recursos.

Saiba mais: https://www.vw.com.br/pt/carros/saveiro.html

TIGUAN

A Volkswagen lançou uma versão mais acessível do utilitário esportivo Tiguan, tornando a Marca ainda mais competitiva em um segmento cada vez mais acirrado. O modelo é equipado com motor 1.4 TSI de 150 cv, tração 4x2 e câmbio automático DSG de seis velocidades. A versão 2.0 com tração 4MOTION continua a ser oferecida aos clientes brasileiros.
De série, o modelo traz o sistema de *infotainment* e o Volkswagen App Connect, para interação com *smartphones*, além de sistema *start/stop*, direção com assistência elétrica, rodas de liga leve de 17", seis *airbags*, oito alto-falantes, controlador de velocidade de cruzeiro, ar-condicionado, volante multifuncional com acabamento de couro e com ajuste de distância e profundidade, computador de bordo, freio de estacionamento eletrônico com função *auto-hold* e sensor de estacionamento.
O Tiguan recebeu a classificação máxima de cinco estrelas nos testes de colisão realizados pelo EuroNCAP (Programa Europeu de Avaliação de Novos Carros). Nos Estados Unidos, foi classificado pelo American IIHC (Insurance Institute for Highway Safety) como Top Safety Pick, por meio de um estudo que abrange medidas de segurança ativas e passivas.

Saiba mais: https://www.vw.com.br/pt/carros/tiguan.html

UP!

O Volkswagen up! chegou à linha 2017 com oferta completa de versões, com duas opções de motores (1.0l MPI e 1.0l TSI), duas carrocerias (duas e quatro portas) e transmissão manual ou automatizada I-Motion (SQ100). Para a linha 2017, o modelo passa a trazer, desde a versão de entrada take up!, rodas de 14 polegadas com os chamados pneus "verdes", de composição diferenciada que colabora para a redução no consumo de combustível, com baixa resistência à rodagem, nas medidas 175/70 R14. Ambos os motores garantiram para o up! a classificação "A" no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do INMETRO, com excelentes marcas de consumo de combustível, comprovando sua eficiência energética.
O up! é o carro mais seguro em seu segmento, e para torná-lo tão seguro foram aplicados modernos recursos técnicos de construção e cálculos para detecção de acidentes. Toda a estrutura da carroceria foi desenvolvida para absorver a energia do impacto – cada parte da carroceria tem de ter determinado valor de resistência e rigidez.
O compacto Volkswagen é equipado de série, em todas as suas versões, com sistemas ISOFIX® e *top-tether* para fixação de dispositivos de retenção infantis (cadeirinhas).

Saiba mais: https://www.vw.com.br/pt/carros/up.html

7 Nossos Clientes

Tema material presente no capítulo:

- **Satisfação dos clientes**
- **Tecnologia**

Com o auxílio da tecnologia, a empresa aprimora todas as etapas de experiência e relacionamento dos clientes com a Marca Volkswagen

Inspirada na vida das pessoas

A Volkswagen do Brasil se mantém voltada aos clientes (atuais e potenciais) – que representam um dos pilares da atual estratégia da empresa. Atualmente, a companhia está engajada em um importante movimento de reorientação estratégica. Com a mensagem-chave "Volkswagen. Inspirada na sua vida", a transformação busca fazer da Volkswagen uma Marca ainda mais próxima de seus clientes, capaz de compreender com agilidade e pioneirismo os seus anseios, contribuindo para tornar sua vida melhor.

APOSTA NA TECNOLOGIA

Um exemplo claro de como a Volkswagen do Brasil está se valendo da tecnologia para fortalecer o relacionamento com os clientes aconteceu em 2016, quando a empresa lançou a iniciativa Volkswagen *Virtual Experience*, que passou a oferecer uma nova experiência aos consumidores por meio de uma visita 360 graus ao seu *showroom* virtual. A realidade mista, que reúne o real e o virtual em um único ambiente, foi outro recurso explorado pela empresa no Salão do Automóvel de São Paulo de 2016. Utilizando óculos de realidade aumentada, os visitantes tiveram uma experiência futurista e conheceram os diferenciais de conectividade do modelo up! TSI, um dos destaques trabalhados pela empresa no evento.

MÍDIAS DIGITAIS

Com uma linguagem objetiva e pautada pela transparência, a Volkswagen do Brasil oferece conteúdo relevante e atualizado em suas páginas no *Facebook*, *Instagram* e no canal exclusivo do YouTube. Investe continuamente também para melhorar a experiência dos usuários em seu site de ofertas e, desde o início de 2016, trabalha no projeto SAC 2.0, que oferece atendimento diferenciado aos clientes e seguidores da Marca no *Twitter* e aos registros feitos no site Reclame Aqui.

CAPACITAÇÕES PARA A REDE

A empresa disponibiliza anualmente, com a coordenação da Academia Volkswagen, uma extensa grade de capacitações aos mais de 17 mil profissionais da rede de concessionárias, que busca garantir a padronização aos preceitos da Marca global e a sustentabilidade desses parceiros de negócio.

Grande parte das capacitações é oferecida nos oito centros de treinamento Volkswagen. Em 2016, foram capacitados 12.176 profissionais. As qualificações abrangem desde questões de atendimento ao cliente até temas de ética e *compliance*. No ano, tiveram destaque os treinamentos capitaneados pela área de Pós-vendas focados nos recursos tecnológicos e de conectividade disponíveis no portfólio de produtos Volkswagen.

FOCO NA SATISFAÇÃO

A área de Qualidade Assegurada gerencia a pesquisa que mede a satisfação em relação ao produto adquirido. Chamada de QAS *(Quality Audit Survey)*, a medição é realizada por uma empresa independente e envolve clientes da Volkswagen do Brasil e de outras montadoras que atuam no mercado brasileiro.

Há, ainda, a pesquisa CSS (*Customer Satisfaction Survey*), conduzida pela área de Pós-vendas, que monitora a satisfação e a fidelidade dos clientes em relação aos serviços oferecidos pela rede de concessionárias nas etapas de vendas e pós-vendas. Em 2016, foram realizadas mais de 98,9 mil entrevistas por telefone – ultrapassando a média de 8 mil clientes ouvidos por mês.

Mapa da rede de concessionárias da Volkswagen do Brasil

A Volkswagen do Brasil é a empresa do setor automotivo com a maior rede de distribuição, que em 2016 contava com mais de 600 concessionárias em 465 cidades do País. A administração está dividida em sete grandes regiões:

8 Nossas Fábricas

Tema material presente no capítulo:

- **Produção eficiente – uso de recursos e materiais**
- **Tecnologia**
- **Emissões**
- **Descarte de materiais**

Uma estratégia robusta orienta o investimento em inovação para aumentar a eficiência operacional e ambiental das unidades produtivas da Volkswagen do Brasil

Mais eficientes e flexíveis

Definido como uma das prioridades da gestão, a Volkswagen do Brasil trabalha, já há alguns anos, para a implementação do conceito de Indústria 4.0 em suas unidades produtivas. Outro importante foco de trabalho é a adaptação das unidades brasileiras à Estratégia Modular MQB (Matriz Modular Transversal), que visa aumentar a padronização do processo de manufatura das fábricas de todo o Grupo Volkswagen, estabelecendo a mesma sequência de montagem e permitindo o compartilhamento da base estrutural para o desenvolvimento de veículos de diferentes segmentos, gerando sinergias e redução de tempo no desenvolvimento e na produção dos veículos.

Com o *software* alemão GaBi, a empresa ainda consegue mensurar os impactos ambientais de qualquer nova instalação ou processo produtivo, buscando sempre equilibrar as opções mais eficientes do ponto de vista financeiro e também ambiental.

INOVAÇÃO NA PRÁTICA

Com o auxílio da tecnologia, a Volkswagen do Brasil busca implementar inovações de modo contínuo em seus processos. É o caso das impressoras 3D, utilizadas pela Volkswagen do Brasil para criar protótipos de carros do futuro e otimizar a produção no presente. As impressoras 3D materializam peças para projetos de veículos que estão sendo desenvolvidos para serem lançados no futuro. A impressão 3D também é usada para produzir peças plásticas que auxiliam os operadores na produção dos veículos; as peças servem como moldes para orientar onde deve, por exemplo, ser colado um logo, fixado o vidro etc. Com a chegada da tecnologia 3D, o processo de fabricação dessas peças teve diversos ganhos, entre os quais de tempo, qualidade e padronização, otimizando o uso de material.

O conceito de Fábrica Digital auxilia, ainda, a capacitação dos operadores que atuam na montagem final dos veículos. Por meio de um sistema 100% digital (*Virtuelles Montage Training*), eles conhecem de forma virtual como será o processo de montagem de um novo produto antes de ele entrar em produção, contribuindo para a eficiência do processo.

Comprometida com a eficiência ambiental

Em 2016, a gestão ambiental da Volkswagen do Brasil ganhou força, passando a contar com uma estrutura corporativa, que unificou todas as frentes de trabalho relacionadas. Ao todo, foram investidos mais de R$ 14 milhões em gestão ambiental ao longo do ano.

O desempenho ambiental nas fábricas industriais também foi impactado em 2016, especialmente porque, mesmo com a queda na produção, recursos como energia e água continuam sendo consumidos para manter as estruturas administrativa e operacional em funcionamento. Apesar do desempenho prejudicado, a empresa seguiu comprometida com a iniciativa *Think Blue. Factory.*, lançada em 2011 em âmbito global e que estabeleceu a redução de 25% no consumo de energia e de água, na destinação de resíduos a aterros e na geração de emissões de CO_2 e de solventes (*Volatile Organic Compounds* – VOC), por veículo produzido, até o ano de 2018. A meta usa como base os dados de 2010.

Com a previsão inicial de alcançar uma redução de 18,7% no indicador *Think Blue*. em 2016, a Volkswagen do Brasil fechou o ano cerca de 5% menos eficiente do ponto de vista ambiental que em 2015. A performance começou a ser revertida no último trimestre do ano, graças à pequena recuperação dos níveis de produção e à continuidade das ações de eficiência nas plantas.

Think Blue. Factory. – Desempenho Volkswagen do Brasil	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Meta 2018
Energia (MWh/veículo produzido)	1,17	1,11	1,11	1,27	1,32	1,47	1,66	**0,88**
Água (m³/veículo produzido)	3,60	3,08	3,01	3,37	3,22	3,53	3,72	**2,70**
Resíduos (kg/veículo produzido)	8,78	9,43	8,67	8,99	8,10	7,11	9,44	**6,59**
CO_2 (kg/veículo produzido)	119	100	121	156	176	196	119	**89**
Solventes (kg/veículo produzido)	6,12	5,70	5,13	5,16	3,90	4,01	4,37	**4,59**

NOVA ESTRATÉGIA DE AQUISIÇÃO DE ENERGIA

Em 2016, a Volkswagen do Brasil passou a exigir, por meio de uma cláusula contratual, que 100% da energia elétrica adquirida para suas operações seja proveniente de hidrelétricas, ou seja, de fontes renováveis, zerando a emissão de CO_2 relacionada à queima de combustíveis, isto seguindo as regras do programa "Think Blue. Factory.". Só para imaginar o impacto positivo dos contratos, é como se a empresa plantasse 166.118 árvores de 2016 a 2018.

A Volkswagen do Brasil também conta com sua PCH Anhanguera (Pequena Central Hidrelétrica), localizada no rio Sapucaí – entre as cidades paulistas de São Joaquim da Barra e Guará –, com capacidade para produzir cerca de 18% da energia consumida pela empresa. No consolidado de 2016, a PCH gerou 49.239 MWh de energia.

ISO 14001

As quatro fábricas da Volkswagen do Brasil são certificadas pela ISO 14001, de gestão ambiental. O próximo passo é integrar o sistema de gestão ambiental da empresa às diretrizes de gestão de energia previstas na norma ISO 50001.

OUTROS DESTAQUES DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Atualmente, um sistema inteligente mantém desligada a iluminação das ilhas automatizadas (comandadas por robôs) das fábricas Anchieta, Taubaté e São José dos Pinhais. O sistema inteligente utiliza sensores que acionam as lâmpadas somente quando um profissional entra nos locais. Na unidade Anchieta, foram substituídas as bombas de circulação de água por modelos mais eficientes e que, enquanto estão em funcionamento, tornam-se geradores de energia, reduzindo o consumo de eletricidade comprada. Em São Carlos, equipamentos controlam o funcionamento das bombas, evitando que operem sempre em carga máxima, mantendo assim o consumo de energia restrito somente ao necessário nas centrais de filtragem, impactando positivamente o consumo de energia. Em São José dos Pinhais, a iluminação passou a contar com lâmpadas LED, de alto rendimento, e a iniciativa também é estimulada entre os fornecedores que ficam na unidade. Mesmo com essas iniciativas, a Volkswagen do Brasil registrou aumento de mais de 12% no consumo da energia direta e indireta em 2016, consequência da redução da produção. O desempenho também influenciou a intensidade energética da empresa – indicador que integra a meta T*hink Blue. Factory.*, que correspondeu a 1,66 MWh por veículo produzido. No ano anterior, a intensidade havia ficado em 1,47 MWh/veículo produzido.

MENOS EMISSÕES DE CO_2 E DE SOLVENTES

Desde 2009, a Volkswagen do Brasil realiza o inventário de emissões dos gases de efeito estufa (GEE). A partir dos dados, que hoje são sistematizados em um *software* de gerenciamento específico denominado SoFi, a empresa estabelece planos para minimizar os impactos de suas operações.

Resultado de sua estratégia ambiental, a empresa alcançou evoluções significativas em 2016 nos indicadores relacionados às emissões de CO_2, reflexo da decisão de adquirir energia elétrica 100% limpa e que, portanto, zeram as emissões de CO_2 relativas ao consumo de eletricidade. A estratégia também se soma à geração de energia própria na PCH (Pequena Central Hidrelétrica) Anhanguera. No consolidado do ano, foi evitada a emissão de 27.280 tCO_2e.

A estratégia também influenciou positivamente as emissões da Volkswagen do Brasil, com destaque para as emissões indiretas (provenientes da compra de energia ou da emissão de processos externos à empresa, como de terceiros), que passaram de 41.020 tCO_2e, em 2015, para apenas 2.210 tCO_2e, em 2016. Comparando com 2010, que corresponde ao ano-base do compromisso global *Think Blue. Factory.*, as emissões indiretas caíram 90%.

Em 2016, a empresa evitou a emissão de mais de 27mil tCO_2 com a estratégia de gestão de energia

CONSUMO DE ÁGUA

Em 2016, a Volkswagen do Brasil consumiu 1,2 milhão de m^3 de água em suas quatro plantas industriais. Visando evitar possíveis interrupções de fornecimento, a empresa utiliza água captada de fontes subterrâneas e também adquire o recurso de concessionárias de abastecimento.

O consumo mais eficiente dos recursos hídricos também é um objetivo das unidades industriais da Volkswagen do Brasil. Em 2016, a empresa utilizou 27.720 m^3 de água reciclada em diferentes processos de suas quatro plantas (testes de prova d´água realizados na etapa de montagem final dos veículos e simulações de segurança organizadas pelo Corpo de Bombeiros etc). O índice de recirculação chegou a 2% – mesmo desempenho de 2015.

REFERÊNCIA NA DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS

Atualmente, 97,17% do total dos resíduos gerados nas unidades da Volkswagen do Brasil são encaminhados para reciclagem, reutilização e recuperação. Os resíduos encaminhados para aterros somam apenas 2,63%. A robustez do programa de gerenciamento de resíduos industriais fez com que a empresa fosse reconhecida externamente em 2016, quando recebeu menção honrosa na 10ª edição do Prêmio AEA de Meio Ambiente, da Associação de Engenharia Automotiva.

Usina Salto de Santiago (PR) é uma das que fornece energia limpa para a Volkswagen do Brasil.

9 Nossos Fornecedores

Tema material presente no capítulo:

- **Cadeia de fornecimento sustentável**
- **Educação para sustentabilidade**

Eles integram um dos pilares da atual estratégia e são conduzidas diferentes frentes de trabalho e planos de ação, que asseguram seu desenvolvimento constante.

Desenvolvimento em cadeia

Ao fim de 2016, a base de fornecedores era composta por 3.012 empresas, divididas entre fornecedores produtivos, que alimentam o ciclo de produção da Volkswagen do Brasil com o abastecimento de componentes e subconjuntos para a fabricação de motores e veículos e fornecedores não produtivos, relacionados aos setores de máquinas, equipamentos e serviços.

Em 2016, do volume total de compras, 92,9% foram provenientes de fornecedores brasileiros e 7,1% de parceiros de outros países ou ainda de outras unidades do Grupo Volkswagen no mundo. O percentual é semelhante ao verificado nos dois anos anteriores – 2015 e 2014. Ao todo, foram gastos R$ 7,9 bilhões em 2016, dos quais R$ 7,3 bilhões em transações com fornecedores locais (R$ 5,1 bilhões para fornecedores produtivos e R$ 2,2 bilhões na aquisição de outros produtos e serviços).

PRECEITOS DE SUSTENTABILIDADE

O relacionamento com os fornecedores segue os requisitos do Grupo Volkswagen relativos à sustentabilidade nas relações com os parceiros comerciais, que incluem os comportamentos esperados pela empresa em questões ambientais, trabalhistas, de ética e integridade e de direitos humanos. Em 2016, a Volkswagen do Brasil, lançou uma cartilha de melhores práticas para a aquisição de bens e serviços, com o objetivo de orientar os empregados de outros setores da empresa cujo escopo de trabalho prevê o envolvimento em processos de contratação de fornecedores.

Composta por mais de 3 mil empresas, a cadeia de fornecimento da Volkswagen do Brasil movimentou um total de R$ 7,9 bilhões em 2016

RESCISÃO CONTRATUAL APÓS INTERRUPÇÃO DE FORNECIMENTO

Em 2016, as operações das unidades da Volkswagen do Brasil em São Bernardo do Campo (fábrica Anchieta) e Taubaté, ambas no Estado de São Paulo, e de São José dos Pinhais, no Paraná, foram paralisadas por mais de 160 dias, após a interrupção do fornecimento de bancos e de peças estampadas. A falta dessas peças gerou perda de produção de cerca de 150 mil veículos.

Rescindir os contratos e recorrer à Justiça para reaver os ferramentais de sua propriedade foi a última alternativa da Volkswagen, após o descumprimento de 11 acordos comerciais estabelecidos com o fornecedor desde março de 2015, quando tiveram início as interrupções de fornecimento.

A Volkswagen trabalhou fortemente focada para restabelecer o ritmo normal de sua produção, possibilitando a retomada do funcionamento de toda a cadeia produtiva e a tranquilidade dos mais de 100 mil trabalhadores das empresas fornecedoras, subfornecedoras, da sua Rede de Concessionários e de seus clientes, além dos cerca de 16 mil empregados da Volkswagen do Brasil.

Créditos

COORDENAÇÃO GERAL DO PROJETO – VOLKSWAGEN DO BRASIL
Edvaldo Picolo
Camila Bassaneto
Marcos Alexandre Martins
Juliana Victal

CONSULTORIA GRI, COORDENAÇÃO EDITORIAL E DESIGN
Report Sustentabilidade
www.reportsustentabilidade.com.br

REVISÃO
Alícia Toffani

FOTOGRAFIA
Acervo Volkswagen do Brasil