



# Anuário 2019

## Responsabilidade Corporativa





# ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	03
MENSAGEM DO PRESIDENTE	07
A VW DO BRASIL	12
ESTRATÉGIA E GESTÃO	16
NOSSAS PESSOAS	26
NOSSA IMAGEM	33
NOSSOS PRODUTOS	44
NOSSOS CLIENTES	51
NOSSAS FÁBRICAS	56
NOSSOS FORNECEDORES	62



## 2019 sob a ótica da sustentabilidade

Esta é a oitava edição do Anuário de Responsabilidade Corporativa da Volkswagen do Brasil, um documento que expressa o compromisso da empresa com a sustentabilidade e a transparência, valores que integram a estratégia e direcionam sua atuação. Esse Anuário apresenta os destaques e desafios nas esferas financeira, operacional, socioambiental, de governança e de gestão no ano de 2019.





(GRI 102-50, 102-52, 102-54 )

Pelo oitavo ano consecutivo, a Volkswagen do Brasil publica seu Anuário de Responsabilidade Corporativa, cujo objetivo é prestar contas à sociedade e aos parceiros da empresa. O documento foi elaborado a partir da metodologia *Global Reporting Initiative* (GRI) – a mais utilizada mundialmente para relatórios de dados referentes à sustentabilidade – seguindo a versão *GRI Standards*, classificado como Opção Essencial, o que exige, no mínimo, o reporte de um indicador de cada tema material.

A publicação apresenta os dados da empresa referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2019. Eventualmente, traz informações relevantes do início de 2020, por se tratarem de repercussões ou resultados do ciclo anterior.

Sob coordenação do departamento de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil, o Anuário obteve a contribuição de todas as áreas de negócios da empresa para o levantamento e a análise dos dados reportados.

## Sobre este Anuário

Este Anuário está dividido em nove capítulos que apresentam os temas de maior relevância e aderentes à estratégia da empresa, que exprimem os esforços empreendidos pela companhia, bem como os principais desafios nas diversas frentes.

O conteúdo alinha-se à estratégia mundial da Marca *TRANSFORM 2025+*.

Também está disponível uma breve apresentação da Volkswagen, com o perfil e o histórico de atuação da empresa no Brasil.

**Os capítulos se desdobram da seguinte forma:**

- |                             |                     |                         |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| 1) Mensagem da Presidência; | 4) Nossas Pessoas;  | 7) Nossos Clientes;     |
| 2) A Volkswagen do Brasil;  | 5) Nossa Imagem;    | 8) Nossas Fábricas;     |
| 3) Estratégia e Gestão;     | 6) Nossos Produtos; | 9) Nossos Fornecedores. |



## Matriz de materialidade

(GRI 102-46, 102-47, 103-1, 102-48, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

Este Anuário foi elaborado com base na Matriz de Materialidade vigente na Volkswagen do Brasil para o triênio 2018-2020, alinhada aos ciclos de renovação da certificação da empresa na metodologia ISO 14001.

Os temas tratados ao longo deste Anuário de Responsabilidade Corporativa 2019 são:

- Satisfação dos clientes;
- Condução ética e transparente;
- Segurança e qualidade dos veículos;
- Pesquisa e inovação;
- Geração de emprego e renda;
- Desenvolvimento de capital humano;
- Saúde e segurança dos empregados;
- Mobilidade;
- Cadeia de fornecimento sustentável;
- Emissões no uso dos produtos;
- Ecoeficiência operacional.



## + acessível

Desde a edição 2018, o conteúdo do Anuário de Responsabilidade Corporativa da Volkswagen do Brasil está disponível na Língua Brasileira de Sinais (Libras).

A tradução de todos os textos desta publicação é feita por um avatar, possibilitando a leitura por surdos, o que se alinha aos esforços da montadora em ampliar a inclusão por meio da acessibilidade digital. Estima-se que 80% dos surdos têm dificuldade em ler e escrever a língua escrita, o que reforça a pertinência da comunicação visual.



## Dúvidas ou dados adicionais?

(GRI 102-53)

Entre em contato com a área de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil pelo e-mail: [sustentabilidade@volkswagen.com.br](mailto:sustentabilidade@volkswagen.com.br).

A man in a grey suit and white shirt stands with his arms crossed on a sandy beach. To his right is a red Volkswagen SUV. The background shows the ocean with waves and a rocky pier in the distance under a clear sky.

# Mensagem da Presidência

## Um time integrado e criativo, que impulsiona nossa jornada rumo à consolidação da transformação cultural

Lançamos o Anuário de Responsabilidade Corporativa 2019 no momento em que vivemos uma crise sem precedentes no mundo em razão do COVID-19. Tenho falado muito da força do trabalho em equipe e da Transformação Cultural que promovemos na Volkswagen do Brasil nos últimos anos e, mais do que nunca, nosso time segue trabalhando para apoiar a comunidade no que está ao nosso alcance para salvar vidas.



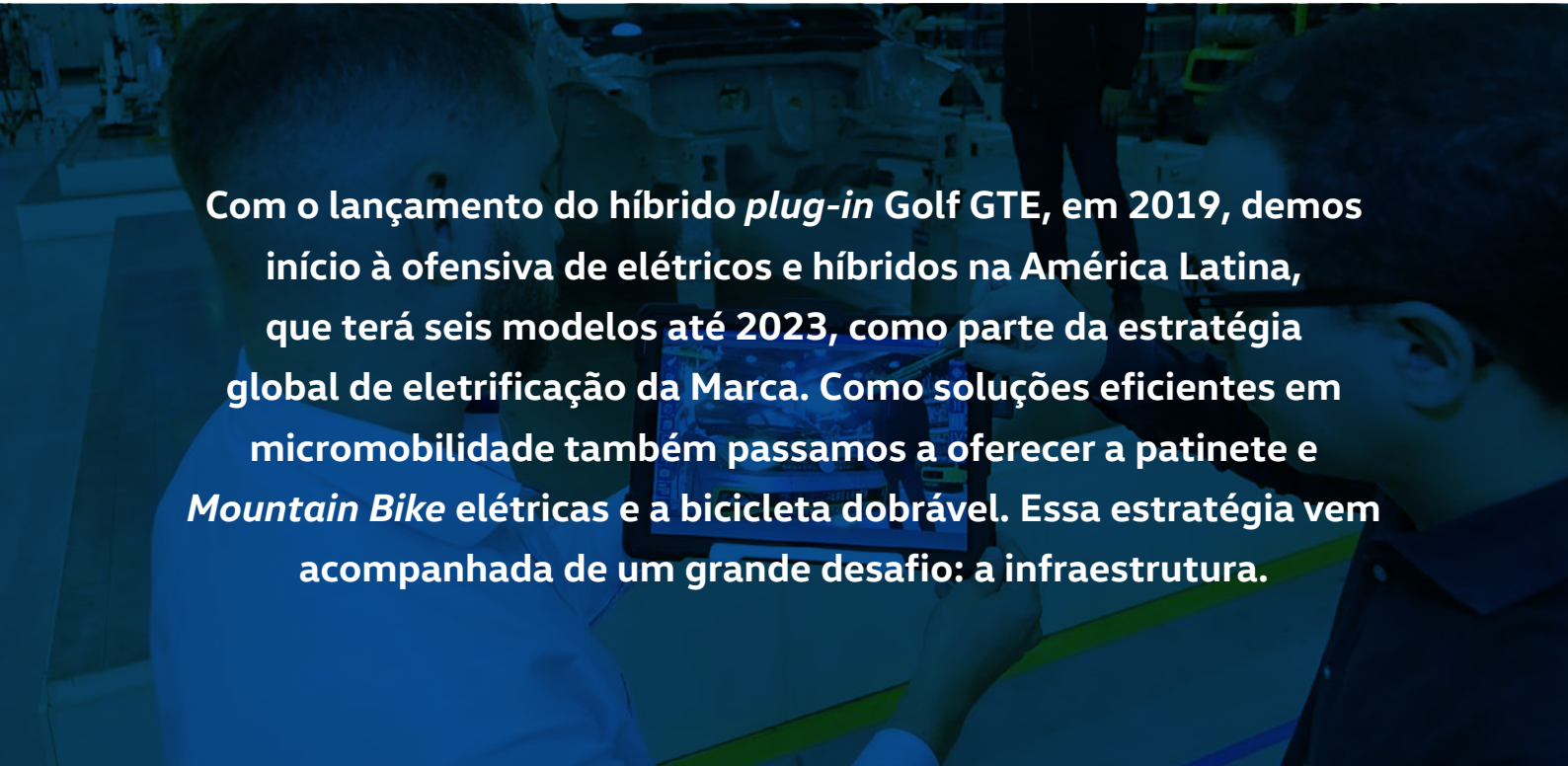


**(GRI 102-14)**

O ano de 2019 foi de evolução em nossa jornada para a construção da Nova Volkswagen e credito grande parte desse mérito ao nosso time, que impulsionou nossa caminhada trabalhando de forma integrada e com um forte espírito de equipe.

Nossa estratégia é fundamentada em cinco principais batalhas a serem vencidas em curto prazo (*5 Must Win Battles*), sendo a primeira delas a **Transformação Cultural**, que considero o principal desafio para a execução dessa estratégia. A mudança de cultura é necessária para a mudança na empresa, o que envolve princípios como a liderança pelo exemplo, o alinhamento entre discurso e prática (*walk the talk*) e a disseminação de valores aos nossos empregados. Temos buscado fortalecer cada vez mais a integração entre as nossas equipes para maior sinergia na estratégia de gestão de pessoas. Fizemos muitas mudanças e tivemos muito progresso nestes últimos anos. Mas precisamos trabalhar em time, de forma transversal, com foco no negócio.

A segunda batalha que fundamenta nossa estratégia traz avanços significativos: a **Ofensiva de Produtos e Inovação**. Até o fim de 2019, foram 14 lançamentos em 18 meses, tornando o nosso portfólio mais moderno e atrativo. Esta ofensiva foi impulsionada com o lançamento do T-Cross, o primeiro carro 100% conectado da Marca na América Latina, desenvolvido e fabricado pela Volkswagen do Brasil. O modelo nos colocou, nos meses de novembro e dezembro de 2019, na liderança do segmento de SUVs no Brasil.



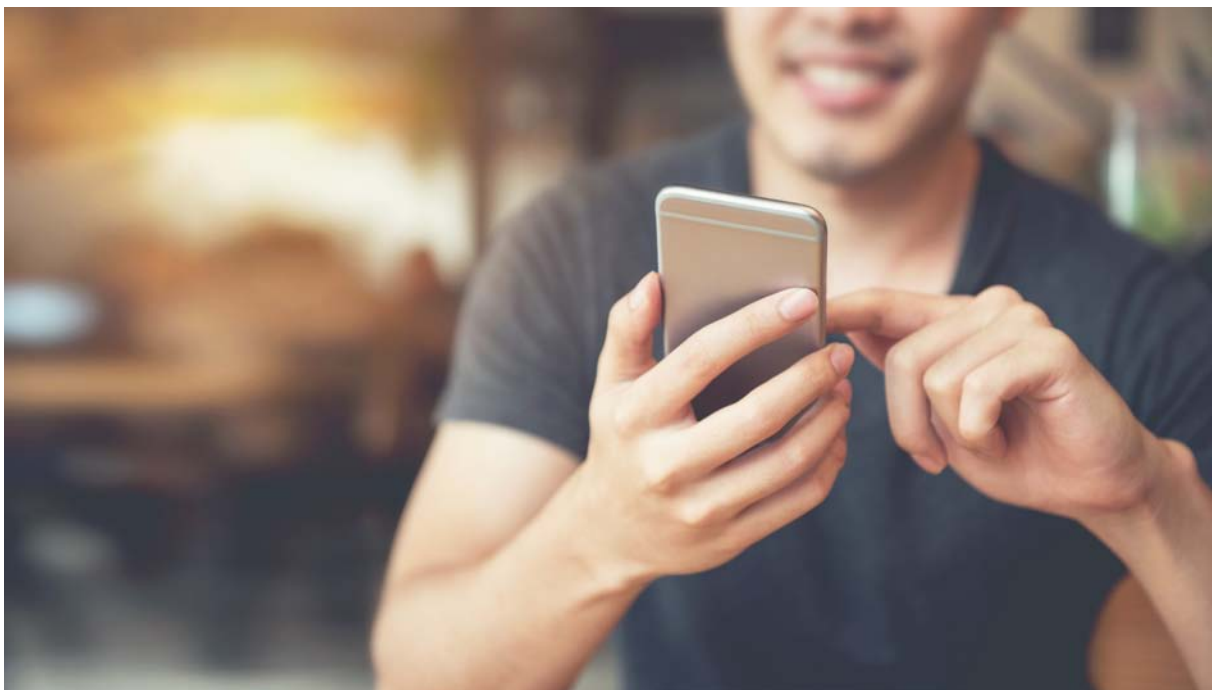
**Com o lançamento do híbrido *plug-in* Golf GTE, em 2019, demos início à ofensiva de elétricos e híbridos na América Latina, que terá seis modelos até 2023, como parte da estratégia global de eletrificação da Marca. Como soluções eficientes em micromobilidade também passamos a oferecer a patinete e *Mountain Bike* elétricas e a bicicleta dobrável. Essa estratégia vem acompanhada de um grande desafio: a infraestrutura.**





Assim, juntos de parceiros como a Audi e a Porsche, anunciamos a criação de uma rede de recarga de veículos elétricos, com a instalação de 30 novas estações de recarga ultrarrápida no estado de São Paulo. Elas irão se integrar a uma malha já existente, formando um corredor de abastecimento de automóveis híbridos e elétricos com mais de 2.500 quilômetros de extensão ao longo dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Espírito Santo e Santa Catarina.

O período também foi marcado pela evolução da nossa Jornada Digital, com digitalização e alta tecnologia revolucionando desde o desenvolvimento dos veículos, passando pelo processo produtivo, e chegando à venda e pós-vendas. Com a Concessionária Digital (*DDX – Digital Dealer Experience*), a Volkswagen inovou o relacionamento com um público cada vez mais conectado, proporcionando uma experiência totalmente nova com a Marca. Na Concessionária Digital, o cliente confere o portfólio VW em óculos de realidade virtual e configura o carro dos sonhos pela TV *touchscreen*.



As novas tecnologias nas fábricas melhoram a eficiência dos processos, propiciam ambiente versátil e criativo para soluções inovadoras, oferecem novas formas de garantir a qualidade dos produtos e nos permitem pensar à frente. O processo produtivo conta com tecnologias da Indústria 4.0, como robôs inteligentes e interconectados, impressoras 3D, entre outras. São inovações em nossa terceira batalha – **Processos Eficientes** – que criam processos inteligentes e flexíveis, tendo a produtividade como um dos principais resultados.



Toda essa frente tecnológica nas fábricas contribuiu decisivamente para a redução das emissões de CO<sub>2</sub> em nossas unidades produtivas, alinhado ao programa global da Marca VW, o *Think Blue. Factory.*, com iniciativas para tornar a produção cada vez mais sustentável, com redução do consumo de água e energia, de geração de resíduos, emissão de gás carbônico e solventes.

São exemplos de tecnologias, muitas delas desenvolvidas no Brasil, que evidenciam os esforços do trabalho de um time qualificado, com autonomia e muito conhecimento, nos permitindo avançar na **Proximidade com as Pessoas**, que é nossa quarta batalha.

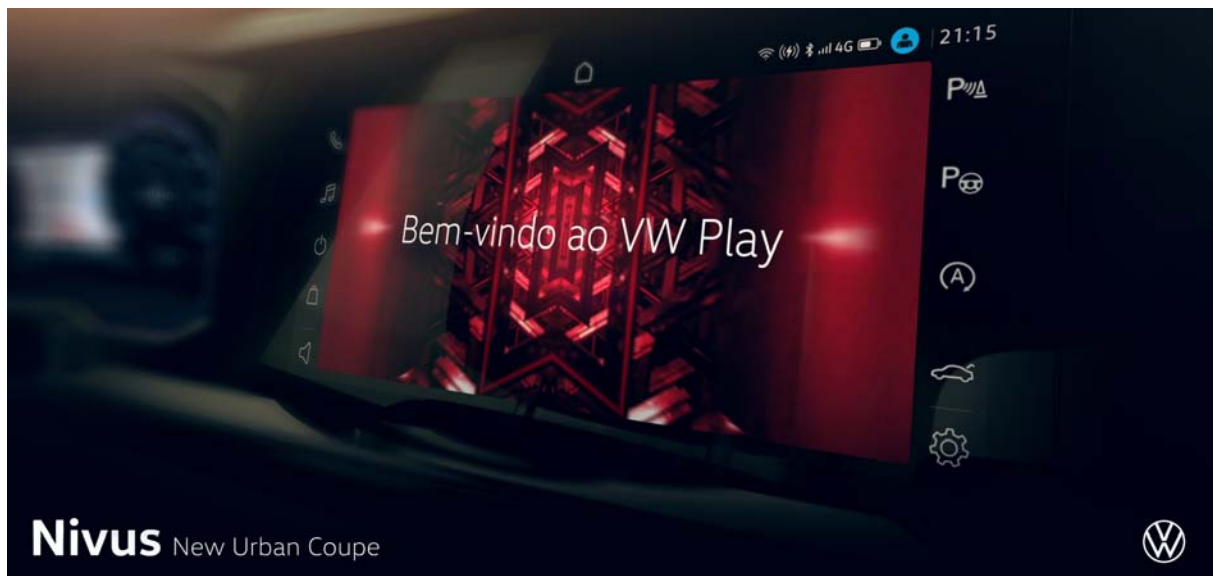
E aqui não podemos deixar de mencionar também, em 2019, o apoio às nossas comunidades, pelas iniciativas da Fundação Grupo Volkswagen e em parcerias com o poder público, como a construção do Hóspice Erasto Gartner e o projeto Carretas do Conhecimento, no Paraná.

A exemplo de 2018, a Volkswagen do Brasil continua registrando crescimento acima do mercado. Enquanto o setor cresceu 7,7% em 2019, nossas vendas evoluíram 12% na comparação com o ano anterior. Nossos concorrentes também avançam, mas, pouco a pouco, estamos recuperando o market share, que, ao fim de 2019, foi de 15,4%. Os resultados da Região SAM também se destacam, com um crescimento de 3,7% nas vendas de veículos frente a um incremento de 0,5% na Volkswagen em todo o mundo, em comparação com o período anterior. Na Argentina, mantemos a liderança pelo 16º ano consecutivo, com 15,6% de participação de mercado. Mais uma vez, atribuo o mérito ao esforço do nosso time.





Para as exportações, porém, 2019 foi um ano desafiador. A instabilidade econômica na Argentina, sem dúvida, teve impacto nos nossos negócios na Região SAM, assim como em toda a indústria. Mas, felizmente, nossa posição consolidada de maior exportador de veículos da história do Brasil representa uma base sólida para enfrentar cenários como este. Enquanto o mercado reduziu as exportações em 29%, nossa queda foi bem menor: 4,6%. Isso graças à conquista de novos mercados com produtos modernos e tecnológicos como o Virtus, o T-Cross e a Saveiro. Com isso, chegamos à marca histórica de 4 milhões de carros exportados desde 1970, com destino a 147 países. Isso é resultado do trabalho de um time preparado e comprometido.



Seguimos em 2020 na consolidação da **Ofensiva de Produtos** com os lançamentos do Polo GTS e do Virtus GTS, além do Nivus, primeiro veículo desenhado e desenvolvido no Brasil que será produzido também na Europa. O novo modelo será lançado no final do primeiro semestre de 2020, com um novo conceito de *infotainment*, o **VW Play**, uma nova era em conectividade, *streaming* e serviços.

Avançamos muito e os nossos resultados são espetaculares. Mérito de profissionais extremamente comprometidos e qualificados. Um time que faz a Nova Volkswagen e impulsiona a companhia em busca de seus objetivos e de **Resultados Sustentáveis**, que é a nossa quinta batalha, mesmo encontrando um cenário extremamente desafiador em 2020.

Boa leitura!

**Pablo Di Si**

*Presidente e CEO da Volkswagen América Latina*



# A Volkswagen do Brasil

## Expansão da participação de mercado

2019 foi um ano de evolução nas vendas da Volkswagen do Brasil, com aumento de 12% em relação a 2018. Na América do Sul, o crescimento foi de 3,7%.





Com 67 anos de presença na vida, no coração e na garagem dos brasileiros, a Volkswagen vive um momento de renovação, único no Brasil. Nasce uma Nova Volkswagen, cuja estratégia prevê a maior ofensiva de produtos da marca no País, com 20 lançamentos até 2020, fruto de um investimento de R\$ 7 bilhões.

A Volkswagen é a marca que mais cresceu em 2019, tanto em vendas como em participação de mercado. São conquistas expressivas no país: maior produtora de veículos, alcançando 23 milhões de veículos fabricados; maior exportadora da história, com 4 milhões de carros embarcados.

Cerca de 15 mil empregados atuam em quatro fábricas, um centro de peças e diversos escritórios regionais em todo o País, sempre com a missão de oferecer a melhor experiência de mobilidade para melhorar a vida das pessoas

Em 2019, a Volkswagen entregou 6.278.300 veículos no mundo todo, um crescimento de 0,5% nas vendas em comparação com 2018. Em um mercado global cada vez mais reduzido, a Marca expandiu sua participação no mercado. O acréscimo do volume de vendas foi alcançado na América do Sul (com crescimento de 3,7% em relação a 2018) e também na Europa, Ásia-Pacífico e Estados Unidos.

O período foi marcado pelo maior interesse dos clientes por modelos elétricos, somando mais de 80 mil veículos elétricos entregues, o que corresponde a um aumento de mercado de cerca de 60%. No Brasil, a estratégia global de eletrificação da Marca foi concretizada com o lançamento do híbrido *plug-in* Golf GTE, dando início à ofensiva de elétricos e híbridos na América Latina, com seis modelos previstos até 2023.

**2019 em números**  
(GRI 102-1, 102-2)



**489.345 mil**

Total de veículos produzidos no país pela Volkswagen do Brasil até o final de 2019



**R\$ 25,9 bi**  
Receita Líquida

**R\$ 20,1 bi**  
Vendas mercado interno

**R\$ 5,8 bi**  
Exportações

**R\$ 3,5 bi**  
Pagos em impostos

**R\$ 2,6 bi**  
Salário e benefícios de empregados

**R\$ 6,2 mi**  
Investimentos sociais



Em 2019, a receita líquida da Volkswagen do Brasil somou R\$ 25,9 bilhões (18% a mais que em 2018), sendo R\$ 10,1 bilhões resultantes das vendas para o mercado interno e R\$ 5,8 bilhões de exportações.

Acompanhando o maior volume de produção registrado no ano, os gastos com impostos indiretos chegaram a um valor de R\$ 3,5 bilhões em 2019. O valor destinado ao pagamento do salário de empregados e benefícios foi de cerca de R\$ 2,6 bilhões e o montante destinado aos investimentos sociais chegou a R\$ 4,3 bilhões, uma leve variação positiva em comparação ao período anterior.

## Valor econômico direto gerado e distribuído (R\$ bilhões) Volkswagen do Brasil

(GRI 201-1)

	2017	2018	2019
<b>Receita Líquida Total</b>	<b>16.649.384,00</b>	<b>21.962.313,00</b>	<b>25.888.555,57</b>
Mercado interno	11.130.537,00	16.559.501,00	20.063.594,75
Mercado externo	5.518.847,00	5.402.812,00	5.824.960,82
<b>Benefícios</b>			
Salários e benefícios de empregados	1.126.526,00	1.268.443,00	2.607.990,48
<b>Pagamentos ao governo</b>			
Impostos diretos	-	-	-
Impostos indiretos*	4.220.956,00	5.739.061,00	3.474.783,99
Investimentos sociais (em R\$ milhões)	3.375.416,69	3.411.815,00	6.189.121,91

\* Nos anuários de 2017 e 2018 foram divulgados, de forma equivocada, os valores pagos de impostos indiretos como sendo impostos diretos (corrigidos nesta edição de 2019).



# Volkswagen do Brasil e Região SAM (América do Sul)

(GRI 102-3, 102-4)



## Fábricas

1. São Bernardo do Campo (SP) – Sede
2. Taubaté (SP)
3. São Carlos (SP)
4. São José dos Pinhais (PR)
5. General Pacheco (Argentina)
6. Córdoba (Argentina)

## Centro de Distribuição de Peças e Acessórios

7. Vinhedo (SP)



**21 mil**  
empregados

**14.753**  
no Brasil

**5.330**  
na Argentina



**745**  
pontos de venda

**463**  
no Brasil

**65**  
na Argentina

**180**  
em 21 países da  
América Latina



# Estratégia e Gestão

## Um caminho de evolução rumo à Nova Volkswagen

Em 2019, a evolução da estratégia foi marcada por esforços em várias frentes, especialmente inovação, tecnologia e digitalização, e pelo avanço da Transformação Cultural, a primeira e mais desafiadora das cinco principais batalhas da Volkswagen do Brasil (*5 Must Win Battles*), que abrangem ainda: Ofensiva de Produtos e Inovação, Processos Eficientes, Proximidade com as Pessoas e Resultados Sustentáveis.







Ao longo de 2019, a Volkswagen do Brasil deu continuidade à execução dos objetivos traçados em seu plano estratégico para a Região SAM (América do Sul), denominado Moving People Forward (Movendo as Pessoas à Frente, em tradução livre).

Destacam-se, no período, lançamentos como o T-Cross, que representa uma mudança de portfólio na organização como o primeiro modelo 100% conectado da Volkswagen e o primeiro SUV fabricado pela montadora no Brasil, e o híbrido *plug-in* Golf GTE, que representa a entrada da Marca no segmento de veículos híbridos e elétricos na Região.

Os avanços na construção da Nova Volkswagen também são evidenciados por iniciativas como a Fábrica Digital VW, dentro do conceito da Indústria 4.0, na qual a Volkswagen já é considerada referência no setor automotivo brasileiro. Outro exemplo é o Laboratório de Protótipo Virtual (Fábrica Anchieta), que desenvolve protótipos de veículos com a utilização de realidade virtual e aumentada.



Alinhado ao propósito de 'Oferecer a melhor experiência de mobilidade para melhorar a vida das pessoas', definido na revisão do plano estratégico em 2018, a Volkswagen lançou mão de novidades como o VW Move, serviço inovador, que permite alugar um veículo (por dia ou por algumas horas), em linha com a tendência de oferecer também serviços de mobilidade, além dos carros.

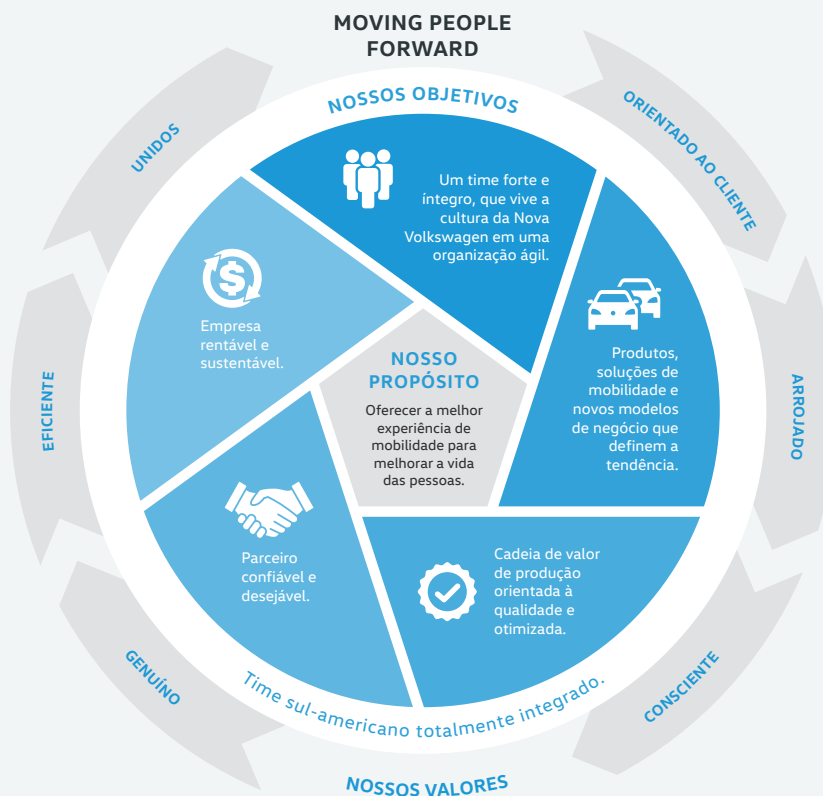
Tecnologias do mundo digital também vêm revolucionando a experiência do cliente com a Marca. A Concessionária Digital VW (DDX – *Digital Dealer Experience*) conta com ferramentas como óculos de realidade virtual. O conceito digital também está na Venda Móvel, que permite ao cliente comprar um carro zero km de onde estiver, sem precisar ir a uma concessionária. A *Key Store* também é um conceito inovador de loja sem carro, já que é uma concessionária itinerante que é levada a eventos e locais de grande circulação pública, permanecendo por alguns dias.

# Objetivos do plano estratégico Moving People Forward

As grandes metas instituídas no plano estratégico representam os objetivos da companhia. São eles:

- Um time forte e íntegro que vive a cultura da Nova Volkswagen em uma organização ágil.
- Produtos, soluções de mobilidade e novos modelos de negócio que definem a tendência.
- Cadeia de valor de produção orientada à qualidade e otimizada.
- Parceiro confiável e desejável.
- Empresa rentável e sustentável.
- Time sul-americano totalmente integrado.

Os objetivos abrangem a atuação da Volkswagen nos mais diferentes aspectos, entre os quais estão a renovação do portfólio e os compromissos com o desenvolvimento sustentável e a integridade. A avaliação do cumprimento destes objetivos é feita de modo abrangente, especialmente com o acompanhamento de 12 indicadores.





## A transformação de uma cultura

A difusão da estratégia a todo o time é feita por meio das 5 *Must Win Battles* (Batalhas a Serem Vencidas, em tradução livre) na Volkswagen do Brasil (veja quadro a seguir). A Transformação Cultural no ambiente interno é a primeira delas. Um dos maiores desafios da empresa, foi reforçada em 2019, representando um grande suporte para a consolidação da Nova Volkswagen.

Essa mudança tem como pilares o desenvolvimento da cultura por meio da liderança (liderar pelo exemplo) e comunicação (mais humanizada e próxima das pessoas), simplificação de processos e transmissão de valores aos públicos internos e externos.

### 5 *Must Win Battles* – as 5 principais batalhas da Volkswagen do Brasil:

<b>1</b> por meio da nova cultura Volkswagen, da liderança e da comunicação.	<b>2</b> com lançamentos de sucesso e a criação de produtos inovadores.	<b>3</b> a partir da modernização dos sistemas e processos internos, incluindo a alta tecnologia e inovações na produção.	<b>4</b> reconectando a Volkswagen com seus públicos, tanto internos quanto externos.	<b>5</b> com a melhora dos resultados do negócio e maior rentabilidade.
<b>#1</b> Transformação Cultural	<b>#2</b> Ofensiva de Produtos e Inovação	<b>#3</b> Processos Eficientes	<b>#4</b> Proximidade com as Pessoas	<b>#5</b> Resultados Sustentáveis

#### Visão

Moving People Forward  
(Movendo as Pessoas à Frente).

#### Valores

Unidos, arrojado, orientado ao cliente, eficiente, genuíno e consciente.

#### Propósito

Oferecer a melhor experiência de mobilidade para melhorar a vida das pessoas.

# Estrutura de Governança

(GRI 102-5, 102-18)

Sociedade limitada, de capital fechado, a Volkswagen do Brasil é uma subsidiária do Grupo Volkswagen com atuação independente e autônoma da Matriz.



A Governança Corporativa é liderada pelo Comitê Executivo Volkswagen do Brasil (Comex), estrutura atualmente formada por 12 membros escolhidos pela Matriz em conjunto com a área de Recursos Humanos da América do Sul (Região SAM). O grupo se reúne semanalmente, com objetivo de tratar das atividades da empresa e assegurar o alinhamento às estratégias estipuladas para os negócios.

Além do presidente, participam sete vice-presidentes e quatro diretores, sendo 10 homens e 2 mulheres. Deste total, 42% são brasileiros.

A empresa conta, ainda, com um Comitê Executivo para Região SAM, que engloba, além do Brasil e Argentina, outros 27 países da América do Sul, Central e Caribe. O comitê é formado por nove membros, representantes da VW do Brasil e da VW Argentina, e está à frente do processo de regionalização da Marca.

## Novos desafios para as áreas

A trajetória da companhia no caminho da Nova Volkswagen implicou mudanças em algumas áreas no ano de 2019. Em fevereiro, foi criada uma nova Gerência de Comunicação Digital, com o desafio de tornar a Comunicação Corporativa ainda mais digitalizada, além de ampliar o foco no segmento de mídias de tecnologia, já que os temas automóveis e tecnologia estão cada vez mais interligados.

Já as áreas de Digitalização/Novos Modelos de Negócios e TI Digital foram unificadas em dezembro. O objetivo é acelerar a transformação digital, os projetos de monetização de dados e de novos modelos de negócios, proporcionando uma visão completa do Grupo para a Região SAM. Aspectos de Integridade e *Compliance* foram destacados em todos os processos da empresa, para todas as áreas de negócio, suportado pelo programa Together4Integrity.

## Mudanças na gestão



Em março, Martin Fries, que está na companhia desde 1997, assumiu a Vice-Presidência de Suprimentos, substituindo Heiner Lanze, que retornou à Alemanha como responsável por Suprimentos da divisão de componentes do Grupo VW. Martin Fries iniciou sua carreira na Volkswagen da Alemanha, na área de veículos pré-série, e também trabalhou na Volkswagen do Brasil, em São José dos Pinhais e em diversos departamentos de Compras na fábrica Anchieta.



Em maio, Ciro Possobom assumiu a Vice-Presidência de Finanças. Com sólida experiência na área financeira em empresas do setor automotivo, o executivo sucedeu Oliver Schmidt, que assumiu nova função no Grupo Volkswagen na China.



Em 1º de setembro de 2019, Jorge Paulo assumiu a Diretoria de Qualidade Assegurada da VW Brasil e Região SAM. Jorge é graduado em engenharia mecânica e iniciou sua carreira no Grupo VW em 1997 na VW Autoeuropa, em Portugal, na área de Planejamento de Qualidade e Análise de Dados de Campo. Entre 2004 e 2006, atuou na VW do Brasil, na área de Qualidade Assegurada na fábrica de São José dos Pinhais. Depois disso, atuou em projetos em Wolfsburg, Emden e Dresden, na Alemanha. Sua última função foi como responsável por Qualidade Assegurada da Marca VW na FAW-VW em Changchun, China



Em setembro, Thomas Owsianski, na empresa desde 2012, assumiu a Presidência da VW Argentina, em substituição a Thomas Zahn, que voltou à matriz para exercer a função de diretor de Vendas Internacionais da Volkswagen para os mercados do Leste Europeu, Rússia, África, Oriente Médio, Índia e Ásia-Pacífico.



Em 1º de março de 2020, Matthias Michniack assumiu a Vice-Presidência de Desenvolvimento do Produto e Baureihe da Volkswagen do Brasil e Região SAM, em substituição a Markus Kleimann, que assumirá nova função na Marca VW como *Head of Product Line Mid/Fullsize*. Michniack iniciou sua carreira na Volkswagen da Alemanha em 1998, na área de desenvolvimento de bancos e, desde 2017, atuava como responsável pelo Desenvolvimento Exterior e Interior na Skoda, na República Tcheca.



# Composição do Comitê Executivo

● Volkswagen Região América do Sul (SAM)

● Volkswagen do Brasil



**PABLO DI SI**  
PRESIDENTE E CEO



**STEFAN MECHA**  
Vice-Presidente de Vendas e Marketing



**CIRO POSSOBOM**  
Vice-Presidente de Finanças



**ANTÔNIO PIRES**  
Vice-Presidente de Operações



**MARTINS FRIES**  
Vice-Presidente de Suprimentos



**MARCELLUS PUIG**  
Vice-Presidente de Recursos Humanos



**MATTHIAS MICHNIACK**  
Vice-Presidente de Desenvolvimento do Produto, Baureihe e Estratégia



**JORGE PAULO**  
Diretor da Qualidade Assegurada



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



**DANIELA DEMÔRO**  
Diretora de Assuntos Jurídicos



**ANTONIO MEGALE**  
Diretor de Assuntos Governamentais



**PRISCILLA CORTEZZE**  
Diretora de Assuntos Corporativos e Relações com a Imprensa



## Objetivos e metas de sustentabilidade<sup>1</sup>

Responsabilidade social			
Ano-base	Compromisso	Prazo	Status 2019
2012	Estruturação de programa de estímulo ao voluntariado	2019	<p>Em 2019, cerca de 150 gestores de todas as plantas dedicaram um dia de voluntariado à reforma de uma escola pública em São Bernardo do Campo. Esta foi a primeira de muitas ações que o programa pretende estimular.</p> <p>O aplicativo VW&amp;Eu disponibiliza, no menu "Apoio ao Gestor", um Guia de Instituições Sociais reconhecidas pelo Fundo Social, onde o gestor pode escolher a ação social que mais lhe agrada e propor uma ação em conjunto com sua equipe ou mesmo por iniciativa própria.</p>
2013	Estruturação de programa de estímulo à diversidade	2017	<p>A estruturação foi concluída em 2019, com destaque para várias iniciativas no período. Foram realizados <i>workshops</i> com staff da Presidência e da Vice-Presidência da Volkswagen do Brasil e também para treinamento de embaixadores da diversidade, conduzido pela Matriz, com a participação de representantes de todas as fábricas da Volkswagen do Brasil, Scania, VW Argentina, MAN e Audi. Em junho de 2019, foi publicada a Política de Diversidade da Volkswagen do Brasil, a primeira do gênero no Grupo Volkswagen. Como reconhecimento pelas iniciativas, a montadora recebeu o Prêmio AB Diversidade no Setor Automotivo, no 2º Fórum AB pela Diversidade, promovido pela Automotive Business, em São Paulo.</p>

<sup>1</sup>Conheça os compromissos ambientais da Volkswagen do Brasil expressos na Política Ambiental e de Energia





Responsabilidade ambiental			
Ano-base	Compromisso	Prazo	Status 2019
2012	Energia (MWh/veículo produzido) = 0,88	2018	1,36. O resultado, abaixo da meta estipulada para o indicador, ocorre em razão do número de veículos fabricados pela Volkswagen do Brasil estar reduzido em comparação ao ano-base 2010, em consequência da crise econômica dos últimos anos. Ainda assim, a empresa implantou um grande número de ações com foco na eficiência energética nas fábricas e apresenta seu melhor resultado desde 2014.
2012	CO <sub>2</sub> (kg/veículo produzido) = 89	2018	100kg/veículo. O resultado, abaixo da meta estipulada para o indicador, ocorre em razão do número de veículos fabricados pela Volkswagen do Brasil estar reduzido em comparação ao ano-base 2010, em consequência da crise econômica dos últimos anos. Ainda assim, a empresa implantou um grande número de ações com foco na eficiência energética nas fábricas e apresenta seu melhor resultado desde 2014.



# Nossas Pessoas

## Um time integrado para a transformação

A Volkswagen do Brasil entende que seus empregados são seus maiores embaixadores, por isso eles têm papel fundamental na transformação da empresa. A companhia vem promovendo diversas iniciativas de integração do time ao negócio, procurando estimular cada vez mais a mudança de cultura na trajetória para a Nova Volkswagen.





Para vencer as cinco principais batalhas estabelecidas para curto prazo – *5 Must Win Battles* – a Volkswagen do Brasil precisa de um time integrado e engajado. Neste desafio, recorre ao apoio dos gestores, grupo que foi foco de várias iniciativas em 2019, já que são eles os principais responsáveis pela replicação da estratégia nas equipes. Metas estabelecidas para toda a liderança, com indicadores relacionados à pesquisa de satisfação e engajamento dos empregados, por exemplo, reforçaram a integração entre as áreas e a ampliação de uma comunicação mais humanizada e próxima das pessoas.

A atuação da área de Recursos Humanos, responsável por instrumentalizar todo o time com as ferramentas de gestão de pessoas e garantir sua aplicação, levou em consideração projetos e iniciativas relacionados a seis pilares que fazem parte de sua estratégia: Transformação Cultural, Liderança, Desenvolvimento, Bem-Estar, Digitalização e Novo Modelo de RH. Veja a seguir os destaques em cada pilar e os detalhes das principais iniciativas ao longo deste capítulo:

**Transformação Cultural:** destaca-se a participação dos empregados nos lançamentos de novos produtos, com a realização de *test-drives* internos, dando a possibilidade de conhecerem melhor o carro antes mesmo de ser lançado ao mercado. O ponto alto do período foi a realização de uma Visita à Fábrica, nas quatro unidades, e no Centro de Distribuição de Peças de Vinhedo (SP), quando familiares puderam conhecer a Nova Volkswagen, o que levou cerca de 44 mil visitantes às localidades. O novo espaço de inovação *Innovation Hub*, inaugurado em 2019 para disseminar a cultura de inovação na empresa, recebeu 28 eventos e contou com a participação de mais de 900 empregados em *workshops* sobre diversos temas.





**Liderança:** o maior destaque foi o lançamento do programa #Liderança TSI, que abrange mais de 100 horas de treinamento para todos os executivos, e é pautado nos princípios de liderança da Volkswagen do Brasil: Liderar pelo Exemplo, Inspirar e Demonstrar Atitude Positiva, Empoderar e Estimular *Ownership* (sentimento de pertencer, em tradução livre), Criar Senso de Urgência e Celebrar e Reconhecer.

**Desenvolvimento:** a conclusão da concepção da Universidade Corporativa foi o marco deste pilar, com a definição de suas cinco escolas: Liderança, Cultura, Inovação, Experiência do Cliente e Técnica. Na Escola de Liderança, destaca-se a inserção de importantes programas de desenvolvimento. As outras escolas encontram-se em fase de desenvolvimento de soluções de aprendizagem.

**Bem-Estar:** foram implementados programas e ações focados no projeto Viver Bem VW, que é sustentado por quatro pilares: Ser Ativo, Ser Positivo, Ser Seguro e Estar Junto. Todos os pilares contemplam o bem-estar e qualidade de vida dos empregados.

**Digitalização:** o ponto alto foi a disponibilização dos demonstrativos de pagamentos de forma eletrônica para todos os empregados Volkswagen do Brasil, por meio do App VW&Eu e via website. A partir de janeiro de 2020 os demonstrativos deixaram de ser impressos. Destaca-se ainda a implementação da segunda onda do Assistente Cognitivo de RH no aplicativo VW&Eu, aumentamos o número de temas, deixando a ferramenta ainda mais inteligente. O Assistente Cognitivo de RH utiliza a mesma tecnologia Watson by IBM dos veículos da Marca, também no atendimento dos empregados.

**Novo Modelo de RH:** ressalta-se a implementação do modelo de Business Partner (parceiro de negócios, em tradução livre) nas áreas corporativas, dentro deste pilar. A empresa agora trabalha no desenvolvimento dos profissionais de Recursos Humanos e na expansão deste modelo para as fábricas.

## Excelência na gestão de pessoas

Por dois anos consecutivos – 2019 e 2020 – a Volkswagen do Brasil recebeu o prêmio *Top Employers*, concedido pelo *Top Employers Institute* após auditoria que avalia 600 processos e programas de Recursos Humanos. A companhia foi a única montadora do País a receber a premiação nos dois anos.



## Plano de sucessão

Em 2019, a Volkswagen do Brasil implantou a ferramenta Nine-Box (nove quadrantes, na tradução livre), nas rodadas anuais de planejamento de sucessão para as posições executivas e identificação dos colaboradores com potencial para liderança em cada uma das áreas de negócio. A ferramenta é uma matriz de desempenho e potencial, bastante utilizada no mercado para o planejamento e desenvolvimento de sucessores.

As discussões sobre o planejamento de carreira dos executivos para 2020 foram aprofundadas, com a definição de promoções, job rotations, expatriações, possíveis desligamentos e aposentadorias, além da atualização do plano de sucessão para todas as posições. A companhia tem como meta para o planejamento de sucessão 50% de aderência ao planejado. Atualmente, este indicador está em 57%, o que denota a qualidade e assertividade do planejamento e a busca por melhoria contínua.

## O perfil da força de trabalho

(GRI 102-8, 102-41, 103-2, 103-3, 401-1 e 404-2)

A Volkswagen do Brasil encerrou 2019 com 14.753 empregados, que trabalham em jornada integral nas unidades da empresa no País. A crise econômica na Argentina e questões cambiais representaram desafios para a companhia no período. No entanto, graças às ferramentas de flexibilidade adotadas, previstas em acordos coletivos, os impactos foram minimizados, resultando em uma variação não significativa da força de trabalho, se comparada a 2018.

Iniciativas de incentivo à equidade de gêneros foram reforçadas em 2019, resultando em ampliação da presença de mulheres no quadro funcional.

**8,1%**  
do total da força de trabalho são mulheres.  
Em 2018, esse índice foi de 7,54%.



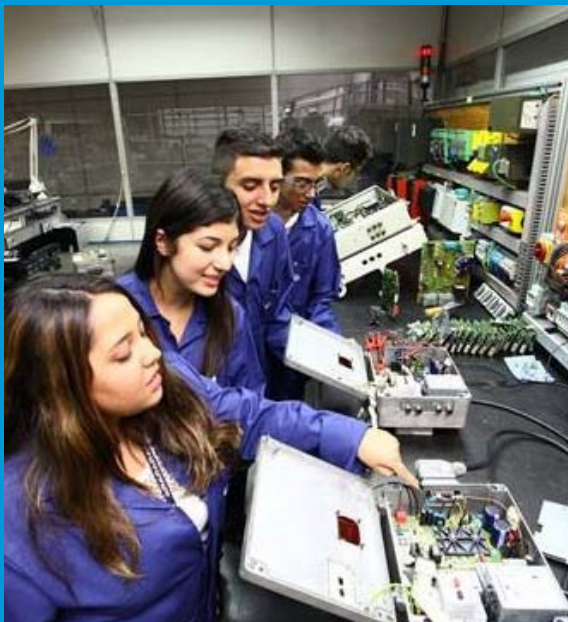
O que representa  
**+ de 1.190**  
empregadas em 2019.



## De olho no profissional do futuro

O Centro de Formação Profissional Volkswagen SENAI, localizado dentro das dependências da fábrica Anchieta, também representa uma plataforma de desenvolvimento que prepara o profissional para uma indústria mais moderna, inovadora e conectada. Em 2019, foram finalizados os estudos para adequação da grade curricular e a atualização das instalações da escola.

O curso tem duração de dois anos e mais um de especialização e o foco da nova estrutura é o desenvolvimento de competências para o profissional técnico do futuro, alinhado à Indústria 4.0. A partir de 2020, as turmas de aprendizagem já começam os estudos com novo conteúdo, que coloca o aluno como protagonista e trabalha os conceitos básicos dos processos envolvidos na fabricação do automóvel. Além de ter maior proximidade com as atividades que possam vir a desempenhar ao término do programa, os jovens irão aprender a trabalhar lado a lado com robôs colaborativos.



  
mais de  
**6.500**  
jovens

foram capacitados pelo Centro de Formação desde sua fundação, em 1973

  
**90%**

desse total, seguiu carreira na empresa

  
**114**

é média anual de estudanes treinados pela escola

## Diretrizes expressas para a diversidade

(GRI 401-3)

“Nós vivemos a diversidade”. Este é um dos princípios do Grupo Volkswagen, que direciona a gestão para a promoção de um ambiente que respeita e incentiva a inclusão de pessoas dos mais diferentes perfis. Em 2019, a Volkswagen do Brasil reforçou sua atuação nesta frente com relevantes iniciativas. Um dos principais destaques foi a criação da Política de Diversidade, a primeira com este conteúdo dentro do Grupo Volkswagen. Apresentado em junho aos empregados, o documento foi criado com o propósito de ser uma ferramenta para a promoção da cultura de inclusão em todos os níveis hierárquicos da empresa.



Dentro do tema diversidade, a busca pela equidade de gêneros é um dos aspectos que recebe atenção de várias iniciativas na companhia, em linha com o direcionamento do Grupo Volkswagen, que estipulou como meta que 13,7% dos cargos de gestão sejam ocupados por mulheres até 2025. No Brasil, ao fim de 2019, esse índice foi de 13%, um aumento de 0,8%, comparado ao índice de 2018, que era de 12,2%.

A companhia procura promover a igualdade de gênero desde o início do processo de seleção de candidatos, criando oportunidades iguais para todos. Além disso, os programas internos de identificação de empregados com potencial para assumir cargos de gestão também são realizados sob essa ótica, assegurando ampla possibilidade de escolha, com base nas competências disponíveis para as diversas áreas da empresa.



## Reconhecimento

Como reconhecimento pelos esforços aplicados na promoção da diversidade, em novembro de 2019 a Volkswagen do Brasil recebeu o Prêmio AB Diversidade no Setor Automotivo, no 2º Fórum AB pela Diversidade, promovido pela Automotive Business, em São Paulo.

Apesar do reconhecimento externo pelas ações implementadas, a Volkswagen acredita que ainda tem um longo caminho a percorrer e muitas oportunidades para garantir a equidade e o respeito pela diversidade.

## Fundação Grupo Volkswagen



Em 2019 a Fundação Volkswagen celebrou 40 anos de existência. O ano foi marcado pela consolidação de seu reposicionamento estratégico, que se iniciou em 2017 e teve como um dos destaques a mudança de denominação, aprovada em 2019 para ser implantada no início de 2020.

A estratégia foi reforçada pelo aprimoramento da avaliação de suas iniciativas. Indicadores-chave de performance (KPIs, na sigla em inglês), ligados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), passaram a ser considerados no monitoramento dos projetos.

A proximidade, o diálogo e ações de engajamento promovidas pela Volkswagen vêm estimulando uma mudança cultural também entre os stakeholders da Fundação.



Conheça a atuação da Fundação Grupo Volkswagen e detalhes das atividades conduzidas pela instituição em 2019 no site [www.fundacaovolkswagen.org.br](http://www.fundacaovolkswagen.org.br)



A man with a beard, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt, is using a VR headset. He is looking upwards and to the right. The background is a futuristic car interior with blue ambient lighting and a large screen displaying a virtual cityscape. The overall scene is illuminated with blue and purple light.

# Nossa Imagem

## Jornada digital da comunicação

Com o papel estratégico de zelar pela reputação da empresa e apoiar a companhia na busca por resultados sustentáveis, a comunicação tem sido uma ferramenta fundamental para a mudança cultural na Nova Volkswagen, auxiliando a empresa a aproximar-se dos seus stakeholders. Avanços na jornada digital desta frente de ação mereceram destaque em 2019.





Atenta às plataformas atuais, que exigem novas formas de se comunicar, com agilidade e inovação, a Volkswagen do Brasil mobilizou todos os esforços de divulgação da Marca e ações de relacionamento em 2019. Uma especial atenção foi direcionada ao universo digital, disseminando informações sobre o processo de inovação e transformação tecnológica da montadora aos principais grupos formadores de opinião.

A criação da Gerência de Comunicação Digital imprimiu um olhar ainda mais voltado à conexão entre o automóvel e a vida das pessoas, o que reforçou iniciativas de aproximação com a imprensa especializada e influenciadores digitais.

Experiências com tecnologias inovadoras como a Concessionária Digital, o App *VW Connect* e o Manual Cognitivo, foram apresentadas a jornalistas setORIZADOS, como forma de reforçar a imagem da Marca junto a um novo perfil de consumidor: mais digital e conectado. Pela primeira vez, a Volkswagen do Brasil convidou a imprensa para visitar seu Centro de Segurança Veicular, onde os jornalistas tiveram a oportunidade de conhecer os laboratórios de simulação, instrumentação e testes, além de conferir um crash test. Essa ação levou a esse público o posicionamento e os esforços empreendidos pela empresa para a segurança veicular\*. Com a chegada do T-Cross, a Volkswagen lançou o “*VW Connect*”, primeira plataforma digital que conecta as principais informações do veículo a um aplicativo. A tecnologia monitora toda a eletrônica do veículo com o objetivo de facilitar a vida dos proprietários de modelos Volkswagen.



Com o lançamento do aplicativo *VW News BR* e do site *VW News*, a Nova Volkswagen também avançou na digitalização de plataformas para aproximar e dinamizar o relacionamento com seus públicos de interesse. O site possui uma área de acesso específica para jornalistas e influenciadores, que podem solicitar empréstimo de veículos e confirmar sua participação em eventos da Marca.

\*A Volkswagen é a única Marca do País que possui seis modelos com 5 estrelas (para adultos e crianças) no ranking de segurança do Latin NCAP, instituto independente que avalia carros novos vendidos na América Latina e Caribe. São eles: Golf, Virtus, Polo, T-Cross, Tiguan Allspace e Jetta (saiba mais em Prêmios e Reconhecimentos e no capítulo Nossos Produtos).



## Influenciadores digitais no centro das atenções

Ao relacionamento histórico da Volkswagen do Brasil com a imprensa, que rendeu à montadora o prêmio de “Empresa que Melhor se Comunica com Jornalistas” pelo 9º ano consecutivo, soma-se uma nova ação voltada aos influenciadores digitais. São importantes formadores de opinião à frente de canais de mídias sociais, com grande potencial de impacto positivo para a imagem da Marca, tamanha a rede de seguidores que possuem.



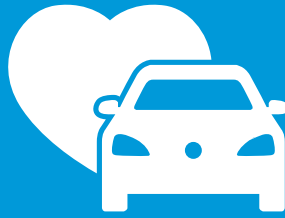
## O reforço de uma marca inovadora e próxima das pessoas

Divulgações como o lançamento do T-Cross, o primeiro SUV produzido no Brasil, e do híbrido *plug-in* Golf GTE, que marca o início da ofensiva de eletrificação da Volkswagen no País, ganharam destaque na imprensa em 2019, reforçando o posicionamento de uma marca inovadora e próxima das pessoas.

A estratégia de mobilidade elétrica e sustentável da Volkswagen também inclui produtos de micromobilidade, seguindo uma tendência mundial: patinete elétrico, bicicleta elétrica e bicicleta dobrável.



O índice de favorabilidade da Marca na imprensa – um dos indicadores monitorados pela Volkswagen – tem registrado avanço, tanto nas divulgações sobre produtos quanto de notícias corporativas:



de  
**70%** em 2017  
passou para  
**88%** em 2019

## Garagem Volkswagen

Projeto importante de valorização da memória e da história da Volkswagen no País, e reconhecido pelo Comitê Executivo, a mostra Garagem Volkswagen homenageou os 60 anos da Anchieta, a primeira fábrica da Marca instalada fora da Alemanha, com uma exposição dos carros produzidos naquela unidade desde o início da operação.





# Prêmios e reconhecimento

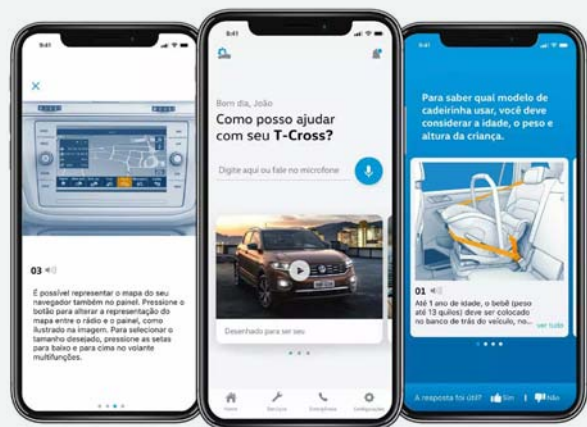
## Inovação premiada

A Volkswagen do Brasil foi escolhida a empresa mais inovadora na categoria “Indústria Automotiva, Autopeças e Mecânica” na premiação “Empresa + Inovadora em Tecnologia”, promovida pela IT Media durante o IT Fórum X 2019.



O grande destaque foi o projeto Concessionária Digital DDX (*Digital Dealer Experience*), iniciativa 100% brasileira desenvolvida pelas áreas de Tecnologia da Informação, Vendas e Marketing, Digitalização & Novos Modelos de Negócio SAM. O novo modelo de venda da VW ganhou o primeiro lugar no prêmio na categoria indústria automobilística.

A Concessionária Digital é um conceito implantado nas lojas físicas que utiliza recursos de realidade virtual e outras ferramentas digitais, permitindo ao cliente simular a configuração do veículo dos sonhos em TV *touchscreen* e experimentar em ambiente virtual as tecnologias do modelo escolhido.





## Mais destaques:



## T-Cross

- Eleito o SUV Compacto do ano pelo UOL Carros 2019



## Virtus

- Considerado o Sedã Compacto com menor custo de reparo da categoria pelo Cesvi



## Tiguan

- Selo "Melhor Valor de Revenda" da Autoinforme na categoria SUV Médio

## Tiguan Allspace

- Vencedor na categoria Veículos Premium no Prêmio REI 2019, promovido pela Automotive Business

## Polo

- Escolhido Melhor Carro Pequeno no Best Cars 2019 – Escolha do Leitor, da revista alemã especializada Auto Motor Und Sport



## Amarok V6

- Vencedor na categoria Veículos Comerciais Leves no Prêmio REI 2019, promovido pela Automotive Business



## Up!

- Selo "Melhor Valor de Revenda" da Autoinforme na categoria Hatch Subcompacto



## Golf

- Selo "Melhor Valor de Revenda" da Autoinforme na categoria Hatch Médio



## SpaceFox

- Selo "Melhor Valor de Revenda" da Autoinforme na categoria SW Compacto



## Saveiro

- Selo "Melhor Valor de Revenda" da Autoinforme na categoria Picape Compacta



## Cross up!

- Considerado o Hatch Compacto Off-road com menor custo de reparo pelo Centro de Experimentação e Segurança Viária (Cesvi)



## Jetta GLI

- Vencedor do Prêmio Seleção Motor1 na faixa de preço de R\$ 120 mil a R\$ 150 mil





## Outros destaques

Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América Latina, foi eleito “Executivo do Ano” pela revista AutoEsporte.



Em 2019 a VW do Brasil conquistou a certificação *Top Employer 2019*, o mais importante reconhecimento internacional pela excelência de uma empresa na gestão de pessoas. Em janeiro de 2020, a VW do Brasil conquistou a certificação pela segunda vez, mantendo-se como a única montadora do país certificada. No mesmo período, a VW Argentina também recebeu o prêmio pela primeira vez.



Pelo 28º ano consecutivo, a Volkswagen recebeu o prêmio *Top of Mind*, do jornal Folha de S. Paulo e Datafolha, se consagrando como a marca de automóveis mais lembrada pelos brasileiros.



## Consistência no relacionamento com jornalistas

Pelo 9º ano consecutivo, a Volkswagen do Brasil se consagrou como a “Empresa que Melhor se Comunica com Jornalistas” no segmento automotivo. Para chegar ao resultado, foram ouvidos 25 mil jornalistas de todo o País.

## Ética, integridade e transparência fortalecidas

(GRI 102-17 , 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 206-1)

Para a Volkswagen, Integridade, *Compliance*, Cultura e Gerenciamento de Riscos são aspectos prioritários de sua gestão. Sua atuação é direcionada por diretrizes expressas em seu Código de Conduta, principal ferramenta para orientar sobre regras e padrões de ética e integridade, e na Política de *Compliance*, que procura assegurar o cumprimento das determinações do Código.

O lançamento do programa global da Volkswagen *Together 4 Integrity – T4I* (Juntos pela Integridade), em 2019, fortaleceu a atuação sob esse direcionamento nos processos e nas atitudes no trabalho, buscando preservar a reputação da empresa, prevenindo desvios de conduta que tragam impacto ao negócio.





## Monitoramento estruturado

(GRI 102-15 , 103-2, 103-3, 205-1, 205-2)

A Volkswagen possui uma estrutura de Auditoria Interna, que executa um programa de auditorias baseado nos principais riscos do negócio, e uma equipe dedicada a avaliar e analisar denúncias de violações das regras internas e do Código de Conduta. Complementam o monitoramento um comitê corporativo composto por representantes das áreas de Governança, Risco e *Compliance* (GRC), Auditoria, Segurança e Assuntos Jurídicos, que discute ações de combate à corrupção e de fortalecimento dos processos relacionados aos tópicos contidos no Código de Conduta.



Em 2019, 100% das unidades da Volkswagen do Brasil foram submetidas à avaliação de riscos relacionados à corrupção. Não foram encontradas falhas de efetividade nos controles relacionados a estes riscos.

## Canais de denúncias

Os Canais de Denúncias são uma importante ferramenta para reportes de má conduta ou violações que possam afetar a empresa. No Grupo Volkswagen, estes canais estão disponíveis 24 horas por dia, todos os dias da semana, pelo telefone 0021-800-444-46300 ou via Internet ([www.bkms-system.com/vw](http://www.bkms-system.com/vw)), a todos os seus stakeholders. Denúncias também podem ser enviadas para o endereço: Via Anchieta km 23,5 - CPI: 1050 – SBC – São Paulo – CEP 09823-901.

O público interno possui ainda abertura para reportar casos de denúncias via Intranet, telefone 0800-770-5-770 ou pelo email [conduta@volkswagen.com.br](mailto:conduta@volkswagen.com.br).



Na Volkswagen do Brasil, os canais recebem mais de 150 denúncias por ano. A avaliação das manifestações recebidas é de responsabilidade da área de Gestão, Risco e *Compliance* e dá subsídios para melhoria de processos internos e importantes avaliações de potenciais atos de corrupção.



# Nossos Produtos

## Avanço na ofensiva de produtos

A Nova Volkswagen fechou o ano de 2019 com o 14º lançamento da Ofensiva de Produtos, que prevê a entrada de 20 novos veículos no mercado entre 2017 e 2020. Esse avanço vem acompanhado da estreia da companhia na produção de SUVs no Brasil, com o VW T-Cross, e do início da estratégia de eletrificação da Marca na região, marcada pelo lançamento do híbrido *plug-in* Golf GTE.





A Ofensiva de Produtos e Inovação, uma das batalhas da estratégia Nova Volkswagen, seguiu acelerada em 2019 com três dos 20 modelos previstos para chegar ao mercado até 2020: o T-Cross, o primeiro SUV produzido pela montadora no Brasil e o segundo de cinco lançamentos do segmento de utilitários esportivos; o Jetta GLI, que combina esportividade com a sofisticação de um sedã; e o Golf GTE, o 14º lançamento da ofensiva, dando início à estratégia de eletrificação da Marca na Região SAM, que prevê um portfólio completo com modelos elétricos e híbridos nos próximos anos.

Elementos que se destacam na estratégia Nova Volkswagen – a conectividade e a tecnologia embarcadas nos veículos – continuam a ser destaque nos modelos lançados, ao lado de atributos como o design moderno e o conforto.

## Laboratório de Protótipo Virtual

Antes de chegar aos veículos, a inovação que move a Nova Volkswagen traz tecnologia de ponta para seus processos de desenvolvimento dos produtos. Em 2019, a montadora inaugurou o Laboratório de Protótipo Virtual na fábrica Anchieta, um importante aliado para o time de Desenvolvimento de Produto. A utilização de recursos tecnológicos como realidade virtual e realidade aumentada otimiza o desenvolvimento de novos produtos, tornando o processo ainda mais eficaz.





## Mais um modelo destinado ao público PcD

Depois de lançar cinco modelos na versão automática em 2018 e evoluir as vendas do segmento, a empresa apresentou, em 2019, o T-Cross Sense, versão destinada ao público PcD do primeiro utilitário esportivo produzido pela Marca no Brasil.



## Tecnologia para a eficiência energética dos veículos

(GRI 103-2, 103-3, 302-5, 307-1)

A Volkswagen do Brasil manteve o foco em avançar a eficiência energética dos veículos em 2019, buscando, em cada projeto, índices inferiores ao limite requerido pela legislação brasileira para a frota VW Rota 2030 (1,79MJ/km). As diretrizes da Política Ambiental e de Energia da VWB orientam o desenvolvimento de produtos, o processo de homologação de todo veículo é acompanhado por órgãos como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) e Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB), e são realizadas auditorias com o projeto já em produção pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro).



## Rota 2030

Os avanços tecnológicos com foco em eficiência energética têm perspectivas positivas para os próximos anos, principalmente com o Programa Rota 2030 – Mobilidade e Logística, regulamentado em dezembro de 2018 pelo Governo Federal, por meio da Lei 13.755, sucedendo o Inovar-Auto. O programa estimula o investimento em pesquisa e desenvolvimento, por meio da dedução de 10% do valor total dos recursos aplicados com esse foco do Imposto sobre a Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

Para a Volkswagen, o programa imprime mais organização ao setor automotivo ao estabelecer metas obrigatórias em eficiência energética e segurança, incentivos a investimentos em P&D e geração de recursos para programas de desenvolvimento do setor, por meio da redução de importação de peças.

## No caminho da mobilidade elétrica

O Golf GTE é o primeiro veículo da ofensiva elétrica da Volkswagen na América Latina. Seu lançamento, em 2019, marca o início da estratégia de eletrificação da Marca na região: até 2023, serão seis lançamentos nas categorias de elétricos e híbridos, integrando a estratégia do Grupo Volkswagen, que planeja o total de 70 novos modelos elétricos até 2025 em todo o mundo.

Além do novo hatch, a Volkswagen passou a oferecer soluções eficientes em micromobilidade com emissão zero que já são tendência na Europa: bicicleta e patinete com motor elétrico e bicicleta dobrável (convencional) sem motor, disponíveis para venda nas concessionárias da Marca.





## Os lançamentos de 2019

### T-Cross

(Fabricado em São José dos Pinhais, Paraná)

Primeiro SUV fabricado pela Volkswagen no Brasil, o T-Cross foi o grande destaque da Marca em 2019. O modelo foi eleito o melhor Compacto da categoria em diferentes premiações.



Motor 200 TSI Total Flex

**128 cv** de potência  
com etanol

**116 cv** de potência  
com gasolina

**200Nm** de torque



#### Melhor Compra 2019

Categoria utilitários esportivos  
até R\$ 100 mil  
Revista Quatro Rodas



Motor 250 TSI Total Flex –  
versão Highline

**150 cv** de potência  
com gasolina e etanol

**250Nm** de torque

### Golf GTE

(Fabricado na Alemanha)

O Golf GTE é o primeiro veículo híbrido lançado no Brasil e faz parte da estratégia de eletrificação da Volkswagen na América Latina. A Marca pretende lançar seis veículos híbridos e elétricos na região até 2023.



O GTE traz dois motores:

1.4 turbo de **150 cv**

Elétrico de **102 cv**



Combinados, os motores entregam:

**204 cv** de potência

**350Nm** de torque



Aceleração de 0 a 100 km/h:

**7,6 segundos**

Velocidade máxima:

**222 km/h**





## Jetta GLI

(Fabricado no México)

Produzido sobre a Estratégia Modular MQB, o Jetta GLI reforça a ofensiva de sedãs Volkswagen no Brasil. O modelo complementa a linha Jetta no País, sendo posicionado acima das configurações R-Line, Comfortline e 250 TSI.



Único da linha Jetta equipado com motor 350 TSI de **230 cv**



**80 cv a mais**

que o motor presente nas demais versões, o 250 TSI de 150 cv



Aceleração de 0 a 100 km/h:

**6,8 segundos**

Velocidade máxima:

**250 km/h**

**É o sedã Volkswagen mais rápido no Brasil atualmente.**

## Compromisso com a segurança

(GRI 103-2, 103-3, 416-1)

Garantir o mais elevado desempenho de segurança é um compromisso da Volkswagen no desenvolvimento de 100% de seus veículos, com a meta de atender e superar os requisitos de segurança veicular exigidos pelas legislações brasileira e internacional (critérios de exportação).

A empresa é pioneira em segurança veicular e crash tests no Brasil, desde os anos 1970. Foi a primeira montadora do País a promover testes, que posteriormente se tornaram obrigatórios.



## Liderança entre os mais seguros



Em 2019, três modelos da Volkswagen receberam a classificação máxima (5 estrelas) do Latin NCAP, instituto independente que avalia carros novos vendidos na América Latina e Caribe, além do prêmio Advanced Award, pelos recursos de proteção a pedestre e frenagem autônoma de emergência: T-Cross, Tiguan Allspace e Jetta.



# Nossos Clientes

## Tecnologia e inovação a serviço do cliente

A incorporação de recursos tecnológicos aos processos e ao portfólio da Nova Volkswagen também tem transformado a maneira de vender e comprar carros, levando aos clientes experiências cada vez mais inovadoras e digitais.





A Concessionária Digital é um conceito implantado nas lojas físicas que utiliza recursos de realidade virtual e outras ferramentas digitais. Por meio delas o cliente pode simular a configuração de seu veículo dos sonhos em TV *touchscreen* e experimentar virtualmente as tecnologias presentes no modelo escolhido. O conceito, que começou no Brasil como piloto em 2018, foi levado também para a Argentina e, ao fim de 2019, chegou a mais de 150 concessionárias da Região da América Latina. A expectativa é que 100% da rede tenha o modelo implantado em 2020 na América Latina.



Já a Venda Móvel, também desenvolvida pela Volkswagen do Brasil, é um recurso que oferece ao consumidor a oportunidade de realizar toda a jornada de compra sem ir a uma concessionária. O vendedor leva ao cliente, onde ele estiver, o tablet e os óculos de realidade virtual para apresentação do portfólio VW, além do veículo físico para *test-drive*.

A solução de Venda Móvel permite que a negociação, as simulações de financiamento e o pagamento sejam feitos digitalmente, por meio do tablet do vendedor, no local de conveniência do cliente. Além de configurar o veículo, o sistema mostra em tempo real o estoque disponível na concessionária e os preços praticados para aquele modelo.



# Concessionária itinerante

Como forma de inovar ainda mais a experiência de compra, a Volkswagen do Brasil estreou, em novembro de 2019, a *Key Store*, uma concessionária compacta, temporária e itinerante, em formato de uma chave de carro. A *Key Store* fica posicionada em locais de grande circulação, levando o portfólio da Marca até os clientes.



## Rede de concessionárias

Região	Abrangência	Quant.
1	Grande São Paulo	36
2	Estado de São Paulo	84
3	Sul	112
4	Rio de Janeiro e Espírito Santo	38
5	Nordeste, exceto Maranhão	65
6	Norte, Centro-Oeste e Maranhão	71
7	Minas Gerais	57
<b>Total</b>	Brasil	<b>463</b>



A Rede de Concessionárias Volkswagen conta com 463 pontos de venda no Brasil. Em 2019, o destaque foi o lançamento de mais uma conveniência para os clientes: o início do projeto-piloto de aluguel de carros, na concessionária VW Faria, no Centro de São Paulo.

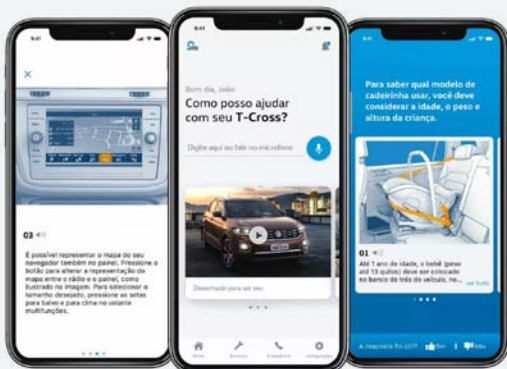


O serviço VW Move, uma parceria com a Fleet Solutions, permite ao cliente alugar os modelos T-Cross, Virtus e Voyage no momento em que deixa seu carro para revisão. Há previsão de estender o serviço para outras concessionárias em breve.

O objetivo do novo serviço é contribuir com a mobilidade dos clientes enquanto seu veículo realiza as revisões previstas. Além disso, proporciona aos clientes a oportunidade de conhecerem outros modelos da Marca.



## Uma nova forma de interagir com os veículos



A substituição do manual de bordo pelo Manual Cognitivo, disponível desde 2018, transforma a experiência do consumidor. Desenvolvido pela Volkswagen do Brasil em parceria com a IBM, a ferramenta carrega no ambiente virtual todas as informações do manual, por meio de um sistema de inteligência artificial. Os clientes interagem com a plataforma pelo aplicativo Meu VW, disponível para download gratuito e compatível com sistemas iOS e Android. Basta que o usuário envie a dúvida (por mensagem de voz, fotografia do painel ou mensagem de texto) e ela é esclarecida com o envio de um áudio pelo sistema, que literalmente ‘conversa’ com os usuários



## A jornada digital do Pós-Vendas

Ampliando a digitalização no serviço de Pós-Vendas, a Nova Volkswagen desenvolveu funcionalidades com foco nas reais necessidades do cliente que, além da comodidade e conveniência para o consumidor, trazem mais agilidade e transparência aos serviços realizados na rede de concessionárias.

Uma das novidades é o agendamento *on-line* de serviços, por meio do App Meu VW, proporcionando ao cliente uma experiência mais imediatista e conveniente. Outro recurso inédito é o Plano Digital de Serviços, que substitui o livreto junto ao manual do proprietário, ao disponibilizar todas as informações sobre as revisões no aplicativo. A cada serviço realizado é gerado um comprovante com um código específico, à prova de fraudes.





# Nossas Fábricas

## Um novo patamar para o Sistema de Gestão Ambiental

A publicação da nova Política Ambiental e de Energia e a integração de preceitos de *Compliance* foram fundamentais para a evolução do Sistema de Gestão Ambiental da Volkswagen em 2019. Nesse período, destacaram-se nas fábricas os avanços na implantação de tecnologia e inovação, a estruturação para a produção do T-Cross em série e a preparação para o lançamento do Nivus.







Em conformidade com o direcionamento da Nova Volkswagen para uma atuação íntegra e em alinhamento ao programa global *Together 4 Integrity*, a companhia vem promovendo significativas mudanças em sua gestão ambiental. O ano de 2019 marca um importante momento nesta frente, em função da estruturação do novo Sistema de Gestão de *Compliance* Ambiental e de Energia da montadora, além do lançamento da nova Política de Gestão Ambiental e de Energia.



Foi o ano de maior evolução no sistema, exigindo esforços e muita dedicação do time para conferência e atualizações documentais, o que resultou na revisão de mais de 20 procedimentos. Muitos deles, antes utilizados separadamente, em uma fábrica específica, agora estão sob o conceito de procedimentos corporativos, ou seja, aplicados de igual maneira a toda a companhia.

Criado no período, um Comitê de Gestão Ambiental e de Energia Corporativo formado por representantes das quatro fábricas e da área corporativa se reúne semanalmente procurando o alinhamento de informações e tratativas. Ao Comitê de Riscos Ambientais, que se reúne a cada quatro meses, foram incorporados novos elementos de *compliance*, incluindo o tema nas discussões, buscando uma atuação mais preventiva na Volkswagen, em alinhamento ao *Together 4 Integrity*.

## Preparada para três lançamentos

Na fábrica Anchieta, os trabalhos foram centrados na preparação de três lançamentos da Ofensiva de Produtos da Nova Volkswagen: Polo GTS e Virtus GTS e o início do Nivus, o primeiro veículo totalmente desenvolvido no Brasil, que também será produzido na Europa. Com design exclusivo e o conceito de *New Urban Coupé*, o modelo democratiza um estilo oferecido, até então, somente em veículos premium.



## Ganhos em segurança e produtividade

Dois indicadores importantes registraram avanços em 2019 na fábrica Anchieta. O nível de acidentes reduziu 44% em relação ao ano anterior, resultado atribuído principalmente à implantação do programa “Unidos pela Segurança”, e a produtividade evoluiu em 3,2 horas/carro em relação a 2018. A unidade fechou o ano entre as fábricas do Grupo no mundo que cumpriram 100% do programa de produção, juntamente com as de Palmela (Portugal) e Kaluga (Rússia).

Automações de baixo custo foram responsáveis pela melhoria da produtividade na unidade.



## Time engajado para a evolução dos indicadores

A fábrica de Taubaté vem consolidando sua posição como referência no indicador de custo de fabricação entre as unidades do Brasil, além de ser a segunda no Grupo Volkswagen em nível mundial. No quesito produtividade, tem o quarto melhor índice de veículo por empregado no mundo: 76,8 por empregado, mesmo com modificações promovidas para adequar a produção à demanda do mercado de exportação, impactado pela crise na Argentina.



O engajamento do time na implantação das ações de produtividade, qualidade, redução de custos e automações, bem como ideias trazidas de outras fábricas do Grupo, por meio da estratégia global Transform Together, foram fundamentais para o desempenho da unidade em 2019.

## Aumento de eficiência em São Carlos



A fábrica de São Carlos chegou ao fim de 2019 a um ritmo de produção de aproximadamente três mil motores diariamente. O período foi marcado pela estabilização da produção, resultado de várias ações focadas no aumento da eficiência. Entre as medidas adotadas está o monitoramento on-line das linhas de montagem, que pode antecipar intervenções de manutenção com olhar mais preventivo, por exemplo. Assim, a unidade conseguiu manter a produção para atender ao volume de exportações da companhia.

## Olhar atento para o meio ambiente



A eficiência ambiental, de forma mais abrangente, é considerada nos recentes investimentos na Nova Volkswagen desde a concepção dos projetos, utilizando-se, ainda, do benchmarking entre as próprias fábricas para replicar experiências bem-sucedidas.



## Sustentabilidade econômica e ambiental

(GRI 103-2, 103-3)

A Volkswagen do Brasil melhorou em 16,8% a eficiência média de seus indicadores ambientais por veículo produzido em 2019, comparando com o ano base (2010) estabelecido pelo programa global *Think Blue. Factory*. A iniciativa é conduzida pela Marca como parte dos esforços empreendidos para se tornar a empresa automobilística mais sustentável do mundo até 2025. Esse resultado é o melhor até hoje atingido desde o início do programa, mesmo com os volumes de produção ainda 40% menores que 2010.

## Resíduos se destaca entre os resultados

(103-2, 103-3)

Os resultados alcançados em 2019 já são medidos considerando a revisão das metas feita para a segunda etapa do programa. Os indicadores de consumo de energia e emissões de CO<sub>2</sub> têm metas para todas as fábricas da Volkswagen do Brasil e peso maior (60%) no cálculo da eficiência alcançada pelas unidades, passando a ser denominados indicadores globais.



O indicador do *Think Blue. Factory* com melhor performance em 2019 foi o de destinação de resíduos: 58,97% de evolução. O ótimo desempenho é resultado de diversas ações de reaproveitamento e reciclagem. A fábrica de São José dos Pinhais é a primeira unidade a atingir zero resíduo destinado neste indicador, que já está em vigor desde outubro de 2018; a fábrica Anchieta iniciou a destinação zero a aterros em dezembro de 2019, com as novas opções de destinação contratadas para coprocessamento.



A fábrica de Taubaté reduziu em 25,8% em relação a 2018, com a intensificação de ações de triagem para aumentar o reaproveitamento e reciclagem de papel, papelão e plástico. São Carlos atingiu seu melhor índice desde 2010, com uma redução de 69% no indicador de resíduos por motor produzido em relação a 2010.

O consumo de água também se destaca entre os indicadores, com redução de 10% do consumo em relação a 2018, e melhora no indicador de água por veículo em 29% em relação a 2010. O sistema de reuso de água de Taubaté continua contribuindo expressivamente para essa melhora, com quase 130 mil metros cúbicos de água reutilizados no processo.

## ISO 50001: 2019 fecha o ciclo da certificação nas fábricas

(GRI 103-2, 103-3, 302-4)

Com a certificação da fábrica de São Carlos em 2019, a Volkswagen do Brasil fecha o ciclo de certificações na norma ISO 50001, que atesta o sistema eficaz de gestão de energia e processos eficientes em relação ao uso de energia. Desde o início do programa *Think Blue. Factory*, 33 ações de melhorias energéticas na unidade resultaram em uma redução de 7.136.900 KWh/ano, o equivalente ao consumo médio anual de 3.442 residências<sup>1</sup>.



Para a conquista dos certificados destacam-se, como diferenciais, os avanços trazidos pelo programa *Think Blue. Factory*, especialmente pela padronização e aumento da rastreabilidade dos indicadores de consumo de energia das fábricas, que se alinham às exigências e padrões internacionais.

<sup>1</sup> Cálculo feito com base em valor médio de consumo de uma residência na Região Sudeste em 2018, que foi de 172,8 kWh/mês ([http://www.epe.gov.br/sites-pt/publicacoes-dados-abertos/publicacoes/PublicacoesArquivos/publicacao-160/topico-168/Anuário\\_2019\\_WEB.pdf](http://www.epe.gov.br/sites-pt/publicacoes-dados-abertos/publicacoes/PublicacoesArquivos/publicacao-160/topico-168/Anuário_2019_WEB.pdf))



# Nossos Forcencedores

## Sustentabilidade em foco

Com a implantação de um sistema de avaliação da sustentabilidade de fornecedores, considerando critérios ambientais, sociais e anticorrupção, a Nova Volkswagen dá um importante passo na aproximação com seus públicos e na geração de valor em toda a cadeia produtiva.





Em 2019, a sustentabilidade ganhou ainda mais importância, se mostrando presente de forma sistemática na gestão de fornecedores. Neste ano a empresa vem reforçando seu compromisso com o meio ambiente, a sociedade e os aspectos econômicos, estendendo-o a seus parceiros de negócios com a implantação do Sustainability Rating (Avaliação de Sustentabilidade), sistema utilizado como critério para a seleção de fornecedores, que devem atender aos padrões de condutas sociais, ambientais e de *compliance* da Volkswagen.

Desde julho de 2019, não é possível nomear fornecedores sem o Sustainability Rating, que será válido por um período máximo de seis anos. A implantação do sistema consolida o que a empresa já praticava, mas de forma sistêmica, com maior profundidade e abrangência (agora aplicado a todos os fornecedores, não apenas aos de produtos e serviços críticos para o negócio).

## As cinco etapas do programa de desenvolvimento de fornecedores

1		<i>Inputs (entradas)</i>
2		<i>Awareness (acordo)</i>
3		<i>Assessment (avaliação)</i>
4		<i>Workshop (oficinas de trabalho)</i>
5		<i>Implementation (implementação)</i>



## Perfil de fornecedores

(GRI 102-9, 102-10, 103-2, 103-3, 204-1)

Ao fim de 2019, a Volkswagen do Brasil contava com uma base de fornecedores provenientes dos cinco continentes do mundo. Assim como nos anos anteriores, foram priorizadas as empresas locais, que representaram quase 88% dos custos com compras da montadora no ano, o equivalente a R\$ 13,59 bilhões (veja quadro a seguir).

A Volkswagen tem o desafio de selecionar uma base de fornecedores forte e segura, por meio da escolha de parceiros comerciais comprometidos com as melhores práticas de sustentabilidade, qualidade e produtividade, e que apoiem a companhia no fornecimento de produtos que atendam às necessidades de seus clientes.

### Gastos com fornecedores locais<sup>1</sup>

	2017	2018	2019
Orçamento para fornecedores (R\$ bilhões)	9,96	11,55	15,51
Valor investido em fornecedores locais (R\$ bilhões)	9,36	10,45	13,59
% do orçamento investido em fornecedores locais	93,96	90,50	87,62

<sup>1</sup>Dados referentes às quatro fábricas da Volkswagen do Brasil. São classificadas como locais todas as peças, bens e serviços fornecidos e fabricados em plantas brasileiras.





## Avaliação ambiental de fornecedores

(GRI 103-2, 103-3, 308-1, 308-2)

A avaliação ambiental de fornecedores, que tem como principal objetivo identificar e prevenir riscos ambientais na cadeia de fornecimento, segue as diretrizes da Política Ambiental e de Energia da Volkswagen. O documento tem como princípio o atendimento à legislação e às normas aplicáveis, além da melhoria contínua do Sistema de Gestão Ambiental e Energético e do desempenho da companhia nessas frentes.

## Impactos sociais

(GRI 103-2, 103-3, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2)

Os requisitos de sustentabilidade da Volkswagen do Brasil são comunicados aos fornecedores por meio da Cartilha de Sustentabilidade nas Relações com Fornecedores, que descreve os critérios e compromissos dos parceiros em relação aos temas de impacto social negativo, como trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo.

A Política de *Compliance* da montadora orienta as rotinas de verificação dos parceiros de negócios para assegurar que esses critérios sejam cumpridos. A avaliação social dos parceiros é feita durante as auditorias de qualidade e gestão ambiental e inclui a análise do histórico reputacional e criminal desses parceiros, avaliando riscos adicionais, como os de lavagem de dinheiro ou corrupção, por exemplo.

Em 2019, 71 fornecedores foram avaliados em impactos sociais e não foram identificados riscos reais ou potenciais de trabalho infantil, de trabalho análogo ao escravo ou de descumprimento à legislação trabalhista. Para 2020, a Volkswagen do Brasil pretende aumentar o número de fornecedores a serem treinados e auditados e que deverão reconhecer formalmente os requisitos de sustentabilidade da companhia.



# CRÉDITOS

## **COORDENAÇÃO GERAL DO PROJETO – VOLKSWAGEN DO BRASIL**

Edvaldo Picolo

Marcos Alexandre Martins

## **FOTOGRAFIA**

Acervo Volkswagen do Brasil

## **CONSULTORIA GRI, COORDENAÇÃO EDITORIAL E DESIGN**

Star Comunicação



# Anuário 2019

Responsabilidade Corporativa