



Relatório de **Sustentabilidade** **2025**



Sumário

03	Apresentação
09	Mensagem do CEO
13	A Volkswagen do Brasil
22	Estratégia e Gestão
50	Pessoas
97	Fábricas
128	Fornecedores
144	Sumário GRI
152	Créditos



Apresentação





Relatório reflete integração da agenda ESG ao negócio

(GRI 2-3)



O Relatório de Sustentabilidade 2025 da Volkswagen do Brasil consolida os principais resultados e avanços da companhia na agenda ESG (Ambiental, Social e Governança), refletindo a evolução das práticas e da gestão ao longo do ano.

O conteúdo foi organizado para facilitar a leitura e a compreensão dos temas prioritários, com capítulos interligados e atenção na clareza das informações. A divulgação reflete o compromisso da empresa com a transparência e com a prestação de contas aos seus públicos de relacionamento.

Os dados seguem a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI Standards), considerando o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025, com eventuais atualizações relevantes posteriores ao fechamento do ciclo. A elaboração do documento é coordenada pela área de Sustentabilidade, com participação das diferentes áreas da empresa na coleta, validação e consolidação das informações.

Em 2025, a Volkswagen do Brasil realizou a atualização de sua análise de materialidade, adotando o conceito de dupla materialidade. Essa abordagem considera, de forma integrada, tanto os impactos das atividades da empresa sobre o meio ambiente e a sociedade quanto os riscos e oportunidades que temas ESG representam para o desempenho do negócio. Os resultados desse processo passarão a orientar o relato a partir de 2026 e serão detalhados no próximo relatório.

Sobre este Relatório

O conteúdo está dividido em seis capítulos, que se desdobram da seguinte forma:

1. Mensagem do CEO

2. A Volkswagen do Brasil

3. Estratégia e Gestão

4. Pessoas

5. Fábricas

6. Fornecedores



Temas Materiais

(GRI 2-29, 3-1, 3-2, 2-4)

O Relatório de Sustentabilidade da Volkswagen foi elaborado com base nos Temas Materiais vigentes para o período de 2022-2025.

A Matriz de Materialidade reflete a consulta com fontes internas e externas de dados – como o Código de Conduta, Política Ambiental e de Energia, Estratégia ACCELERATE, benchmarking com empresas do setor e outras áreas – combinada à percepção dos stakeholders por meio de workshops internos e formulários aplicados de modo remoto, distribuídos de forma a alcançar seis grupos prioritários: colaboradores, clientes, fornecedores, concessionários e sociedade (incluindo governo, ONGs, sindicato e instituições de ensino). Além disso, o compromisso de diálogo com as partes interessadas foi reforçado pela diretriz do Grupo VW KRL17, que tem a “Premissa 7 - Diálogo com os Stakeholders” e destaca o diálogo aberto, transparente, comunicando os compromissos, responsabilidades e desempenhos da empresa.



6

públicos



+41 mil

pessoas consultadas



5.71%

amostra



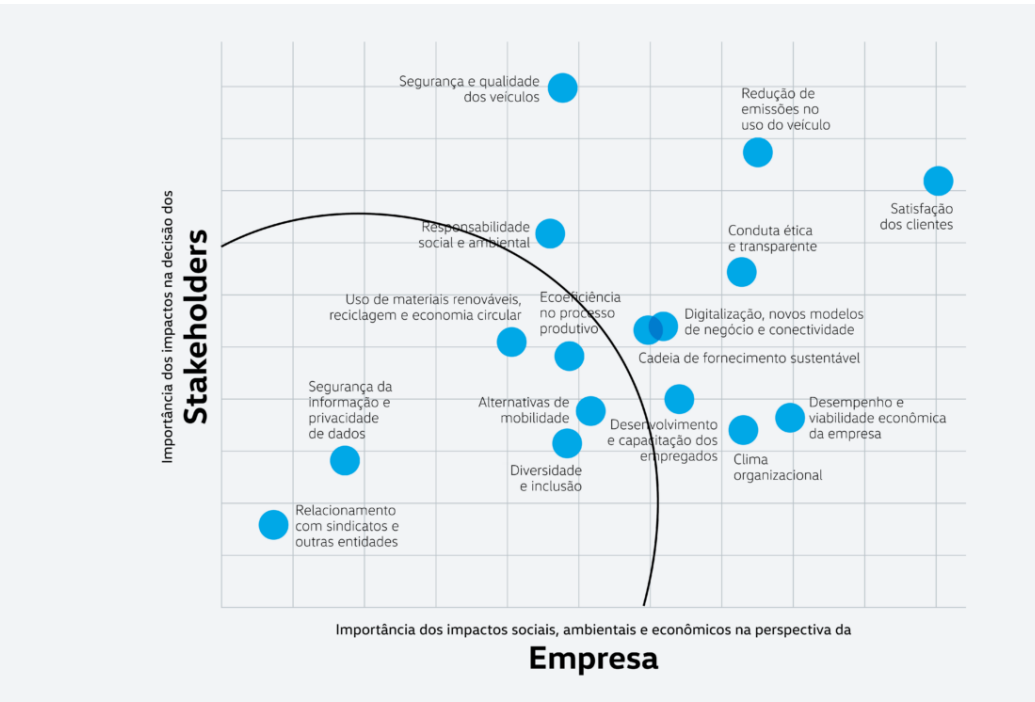
2.346

respondentes

Com base nesses dados, a Volkswagen do Brasil mapeou os assuntos mais relevantes e sensíveis ao público estratégico para compor as diretrizes deste documento. Assim, os temas tratados ao longo do Relatório de Sustentabilidade 2025 são:

1.	Satisfação dos clientes
2.	Segurança e qualidade dos veículos
3.	Redução de emissões no uso do veículo
4.	Responsabilidade social e ambiental
5.	Conduta ética e transparente
6.	Desempenho e viabilidade econômica da empresa
7.	Digitalização, novos modelos de negócio e conectividade do veículo
8.	Cadeia de fornecimento sustentável
9.	Clima organizacional
10.	Desenvolvimento e capacitação dos empregados

Matriz 2025



O processo de revisão dos Temas Materiais ocorre a cada três anos. Em 2025, a Volkswagen do Brasil realizou a consulta e a priorização dos temas com os stakeholders. A apresentação da nova Matriz de Materialidade constará no relatório de 2026.

Acessibilidade

O conteúdo do Relatório de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil na versão website está disponível na Língua Brasileira de Sinais (Libras). A tradução é feita por um avatar e, para visualizá-la, basta clicar no ícone que aparece no canto direito da página (sinal gráfico de duas mãos). A audiodescrição pode ser ativada no botão correspondente, também ao lado direito. A leitura é iniciada ao clicar em um dos textos. As ferramentas de acessibilidade incluem ainda os ajustes de tamanho da fonte e contraste de texto e podem ser definidas pelo ícone no canto superior direito da página.



Dúvidas ou dados adicionais?

(GRI 2-3)

Entre em contato com a área de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil pelo e-mail: esg@volkswagen.com.br

Mensagem do CEO





Ano de desempenho crescente prepara a Volkswagen do Brasil para a nova era de eletrificação

(GRI 2-22)

Encerramos 2025 com resultados que reforçam o protagonismo da Volkswagen do Brasil e a solidez da nossa estratégia de longo prazo. Em um ambiente competitivo e desafiador para a indústria automotiva, crescemos três vezes mais do que o mercado nacional, mantivemos a liderança nos principais segmentos do mercado (SUVs e hatchbacks), além de carros de passeio, pelo terceiro ano consecutivo, com mais de 436 mil unidades vendidas no País e 17,1% de participação no mercado brasileiro, e ampliamos em 29% nossas exportações.



Esses resultados refletem a força do nosso portfólio de produtos e os investimentos contínuos em inovação. Em 2025, lançamos modelos importantes dentro da ofensiva que prevê 17 novos veículos no Brasil até 2028 (oito já disponíveis no mercado até 2025), como parte de um ciclo de investimentos de R\$ 16 bilhões no País até 2028. Um dos grandes marcos do ano foi o lançamento do Tera, um projeto 100% desenvolvido e produzido no Brasil, que rapidamente se tornou fenômeno de vendas, com mais de 48 mil unidades emplacadas no Brasil e recorde histórico de pedidos em seu lançamento no País (mais de 12 mil pedidos em apenas 50 minutos), além de 25 mil unidades exportadas para 18 mercados da América Latina.

Ao longo do ano, fortalecemos nossa presença nos segmentos mais relevantes do mercado. O Novo T-Cross foi SUV mais vendido do Brasil pelo terceiro ano consecutivo, enquanto o Polo se manteve como o hatch e o carro de passeio mais vendido do País também pelo terceiro ano consecutivo. Essa consistência demonstra nossa capacidade de desenvolver produtos alinhados às necessidades do consumidor latino-americano.



Nossa operação industrial apresentou também resultados expressivos, com as quatro fábricas operando em dois turnos e em plena capacidade, levando ao crescimento de 17% na produção em 2025, em comparação a 2024. Esse desempenho foi acompanhado pela geração de 587 novos empregos diretos na produção das quatro fábricas da Volkswagen do Brasil, sendo cerca de 50% mulheres.

No pilar ambiental, um dos destaques de 2025 foi a expansão do uso de biometano nas fábricas Anchieta e Taubaté, iniciativa que substituiu 7,6 milhões de m³ de gás natural por biometano e evitou a emissão de cerca de 16 mil toneladas de CO₂, volume equivalente ao impacto climático positivo de 92 mil campos de futebol cobertos por vegetação. Mais um passo dentro do nosso compromisso com a estratégia global Way to Zero e com a meta de neutralidade de carbono até 2050. A Volkswagen é também pioneira no setor automotivo na conquista do Certificado Lixo Zero multisites, confirmando que todas as nossas unidades destinam corretamente seus resíduos.



Evoluímos em inovação e transformação digital com o lançamento do OTTO, a primeira inteligência artificial automotiva própria desenvolvida no Brasil. Progredimos em novos modelos de negócios e soluções tecnológicas que ampliam a conectividade e a experiência do cliente. Todas essas conquistas fazem parte de uma estratégia mais ampla que posiciona a Volkswagen do Brasil como uma empresa cada vez mais digital, ágil e centrada nas pessoas.

Outro passo decisivo para o futuro foi o fortalecimento da eletrificação em nosso portfólio. Com o apoio de financiamentos voltados à inovação e tecnologia, iniciamos uma nova fase em que todos os novos modelos desenvolvidos e produzidos na região América do Sul terão versões eletrificadas a partir de 2026, incluindo diferentes tecnologias híbridas pensadas para a realidade energética brasileira e para aproveitar ao máximo o potencial dos biocombustíveis nacionais.

Ampliamos nossas operações sem esquecer da responsabilidade com as pessoas. Somos a única montadora signatária de cinco fóruns de Diversidade & Inclusão e ampliamos consideravelmente a liderança feminina na Volkswagen do Brasil de 9% (em 2020) para 24,8 % (2025).



Esses avanços reforçam uma convicção que orienta nossas decisões: ESG não é apenas uma agenda, mas uma base estratégica que guia nossos investimentos, nossos projetos e a forma como conduzimos nossos negócios. Queremos continuar impulsionando a indústria nacional, gerando empregos e contribuindo com uma mobilidade cada vez mais sustentável, conectada, segura e acessível para todos.

Olhando para 2026, iniciamos uma nova etapa de transformação. A chegada de novos modelos, a expansão da eletrificação e o fortalecimento de nossa atuação na América do Sul apontam para um futuro de inovação e crescimento sustentável.

Convido você a conhecer melhor, nos próximos capítulos, nossos principais indicadores de desempenho, o progresso nas quatro plantas da Volkswagen do Brasil e no Centro de Distribuição de Peças e Acessórios de Vinhedo, a evolução da cadeia de fornecedores, nossas iniciativas voltadas à diversidade e inclusão, além dos principais reconhecimentos conquistados ao longo do ano. Seguimos movidos pela força da Volkswagen e das pessoas que fazem a história da marca no Brasil.

Boa leitura!

Ciro Possobom

Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil

A Volkswagen do Brasil





Volkswagen do Brasil reforça seu papel na estratégia global da Marca

O Brasil manteve posição de destaque na operação global da Volkswagen em 2025, com 436.336 unidades vendidas e crescimento de 9% (três vezes mais que o mercado), em relação a 2024, consolidando-se como o terceiro maior mercado em volume de vendas para a marca, atrás apenas da China e Alemanha. O bom desempenho se deve ao desenvolvimento e à produção locais de veículos, ao portfólio mais completo do mercado, alinhado às demandas do consumidor, e à forte atuação da rede de concessionárias.





No mercado brasileiro, a Volkswagen fechou 2025 na liderança dos dois principais segmentos do mercado (SUVs e *hatches*, com o T-Cross e o Polo, respectivamente), além dos carros de passeio, com o Polo, sendo todas essas lideranças mantidas há 3 anos consecutivos (2023 a 2025). Mesmo em um cenário cada vez mais competitivo, a Volkswagen fechou 2025 com 17,1% de participação de mercado. A montadora encerrou o ano com três modelos VW entre os dez mais vendidos do País, considerando todos os segmentos: Polo, T Cross e Saveiro.

Outro avanço importante da Marca no ano passado foram as vendas no varejo. Em 2025, enquanto o mercado automotivo brasileiro caiu 1,3%, a Volkswagen cresceu 15,8% em relação a 2024, com um total de 176.832 emplacamentos, ou seja, 24.139 carros a mais.

Destaques comerciais

Entre os modelos produzidos no Brasil, o Polo foi o hatch e carro de passeio mais vendido do país pelo terceiro ano consecutivo, com 122.677 unidades emplacadas em 2025. No segmento de SUVs, o Novo T-Cross também liderou o mercado pelo terceiro ano seguido, com 92.842 unidades comercializadas no ano. Considerando todo o portfólio de utilitários esportivos da marca (Tera, Nivus, Nivus GTS, Novo T Cross, Taos, Tiguan e ID.4), foram 204.899 unidades vendidas no Brasil em 2025, mantendo a Volkswagen na liderança do segmento de SUVs. Isso representa mais de 80 mil unidades à frente da marca segundo colocada.



Outros destaques foram a Saveiro com 67.753 unidades vendidas, um crescimento de 19,4% (2025 x 2024); o Nivus, com 48.702 unidades vendidas em 2025, e o Tera, lançado em junho, registrou 48.143 unidades vendidas no Brasil.

A maior exportadora

Em 2025, a Volkswagen do Brasil exportou 116.495 veículos, um crescimento de 29% em relação ao ano anterior. Entre os modelos exportados, o Polo, produzido nas unidades de Anchieta (SP) e Taubaté (SP), liderou os embarques, com 32.579 unidades enviadas a 11 mercados da América Latina. O Tera, fabricado em Taubaté, tornou-se o segundo modelo mais exportado da marca no país em seu primeiro ano, com 25.763 unidades embarcadas para 18 mercados.

Em 2025, a Volkswagen retomou as exportações para países da África, que estavam paradas desde 2023. Os embarques foram iniciados em maio, com o T-Cross, para os mercados de Camarões, Costa do Marfim, Gana, Madagascar, Ruanda e Senegal. Além da África, a empresa exporta atualmente para 18 mercados da América Latina, sendo os principais em 2025, a Argentina (57.532 unidades, o que representa um crescimento de mais 45% em relação ao ano passado), México (30.528 unidades), Colômbia (9.014 unidades) e Chile (6.053). Os demais são Aruba, Bolívia, Costa Rica, Curaçao, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, St. Marteen e Uruguai.



A empresa atua nos portos de Paranaguá, PR (exportação e importação), Santos, SP (exportação), Suape, PE (importação) e Vitória, ES (importação) e historicamente lidera as exportações da indústria automotiva brasileira, acumulando mais de 4,4 milhões de veículos destinados a mercados internacionais desde 1970.

Ciclo de investimentos

A Volkswagen está investindo R\$ 16 bilhões no Brasil até 2028, com uma ofensiva de 17 novos veículos, dos quais 8 já foram lançados até 2025: Novo T Cross, Nova Amarok, Novo Nivus, Nivus GTS, Tera, Golf GTI, Novo Jetta GLI e Novo Taos. Esse valor integra os R\$ 20 bilhões que estão sendo investidos na América do Sul até 2028, com 21 lançamentos.

O investimento tem levado para as fábricas da Volkswagen do Brasil projetos inovadores e com foco em descarbonização, sendo o Tera o primeiro deles, um novo motor ainda mais eficiente para veículos híbridos e a plataforma Projeto MQB Hybrid, que comporta a combinação dos mais avançados sistemas de combustão e eletrificação, utilizando sistema de alta voltagem.



2025 em números

(GRI 2-1, 2-6)



538.657

veículos produzidos no
País pela Volkswagen
do Brasil em 2025



13.646

colaboradores



465

pontos de venda
no Brasil



R\$ 48.9 bi

Receita líquida

R\$ 4.9 bi Pagos em impostos (diretos e indiretos)

R\$ 3.1 bi Salários e benefícios de colaboradores

R\$ 16,2 mi Investimentos sociais

Volume de produção em 2025 por fábrica:

Anchieta



208.648 veículos

87.562 Saveiro
18.390 Virtus
65.416 Nivus
37.280 Polo

Taubaté



196.650 veículos

48.512 Polo
69.177 Polo Track
78.961 Tera

Curitiba



133.359 veículos

111.225 T-Cross
22.134 Virtus

São Carlos



626.871 motores

7.141 EA111
547.475 EA211
72.255 EA211 exportação

Importados



19.111 veículos

12.924 Taos
2.731 Amarok
2.229 Tiguan
61 ID.4
36 ID. Buzz
1.130 Jetta

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

(GRI 201-1)

	2023	2024	2025
Valor econômico direto gerado: receitas	34.846.856.162	43.161.814.401	48.866.719.542
Valor econômico distribuído: custos operacionais, salários e benefícios de empregados, pagamentos a provedores	2.050.501.820	2.329.228.226	3.057.113.839
Valor econômico retido: “valor econômico direto gerado” menos “valor econômico distribuído”	3.364.947.931	4.255.718.596	4.871.584.861

Prêmios e destaques

Produto

Tera: prêmio 'Qual Comprar', da revista Autoesporte, na categoria SUV de entrada; prêmio 'Melhor Compra', da revista Quatro Rodas, entre os SUVs até R\$ 150 mil; 'Prêmio AutoData' na categoria Automóveis e Picapes; além de distinções como 'Melhor Carro do Ano' pelo Top Car TV 2025, 'Melhor SUV Urbano' pelo Trend Car (Portal Terra), 'Melhor Carro Nacional' pelo Car Awards (Car Magazine) e 'Melhor SUV pelo Mobilidade Estadão', do jornal O Estado de S. Paulo.



O modelo também foi eleito 'Destaque do Ano' e 'Melhor SUV Compacto' no Prêmio UOL Carros 2025, além de figurar tanto como o carro mais desejado quanto o mais confiável até R\$ 150 mil no 'ranking EXAME casual - Melhores Carros de 2025', da revista Exame. Foi ainda escolhido com o 'Melhor SUV Compacto' no Prêmio Imprensa Automotiva 2025, promovido pela Abiauto (Associação Brasileira da Imprensa Automotiva), e o 'Melhor SUV/Crossover' do ano pelo Prêmio Roda Rio.



Nivus: 'Maior Valor de Revenda', da Autoinforme, na categoria SUV de entrada (combustão), registrando o segundo menor índice de desvalorização em um ano, além de ser reconhecido por Automotive Business no Prêmio 'Lançamento do Ano 2026', na categoria 'Compacto Urbano'.



Virtus: vencedor na categoria Sedãs Compactos em 'Os Eleitos', da revista Quatro Rodas, uma premiação baseada na votação direta dos consumidores.



Taos: 'Prêmio Mobilidade Limpa 2025', também promovido pelo Autoinforme, na categoria SUV Médio a combustão.

Corporativo

- Top of Mind pelo 34º ano – Folha de S. Paulo;
- Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas - categoria Automóveis;
- Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem, pelo 2º ano – Índice de Equidade BR 2025 - Human Rights Campaign Foundation (HRC), em parceria com o Instituto +Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+;
- Prêmio AB Diversidade - categoria Inclusão de Pessoas com Deficiência no setor automotivo, promovido por Automotive Business;
- Certificação Top Employer - pelo 7º ano consecutivo;
- GPTW (Great Place to Work) – pelo 4º ano consecutivo;

- Certificação Age Friendly Employer, do Age Friendly Institute;
- Prêmio Think Work Innovations 2025 – Think Work Lab: RH Inovador;
- Prêmio Ser Humano – Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH-SP) - Categoria ESG – VW com ONG Parceiros Voluntários, com apoio da Fundação Grupo Volkswagen;
- Melhor Compliance Automotivo - Leaders League Compliance Summit & Awards Brasil;
- Spotify Hits 2025 – Spotify: Spotifã – Melhor uso dos formatos do Spotify;
- Smart Customer 2025, categoria Inovação em Relacionamento, case “Assistência 24h VW - Transformando a Experiência Digital”: Volkswagen e Tempo;
- Lista Forbes 2025 – Revista Forbes: 10 melhores CIOs do Brasil (Cristina Cestari);
- Prêmio Automotive Business: Inovação colaborativa;
- Volkswagen do Brasil e Accenture com o case Otto - primeira IA automotiva do Brasil;
- Prêmio L’Auto Preferita: Executivo do Ano (Ciro Possobom);
- Prêmio UOL Carros: Montadora do Ano e Executivo do Ano (Ciro Possobom);
- Prêmio Imprensa Automotiva (Abiauto): Executivo do Ano (Ciro Possobom);
- CEOs e RHs Mais Admirados 2025 – Grupo Gestão RH: CEO do Ano (Ciro Possobom) e Top 10+ RHs América Latina (Douglas Pereira);
- Troféu Raça Negra – Afrobras e Universidade Zumbi dos Palmares: (Ciro Possobom);
- Vozes Influentes do Setor Automotivo - Profissional mais influente, pelo BlogAuto (Ciro Possobom);
- Líder transformador Thought Leaders 100, da Horse Consulting, Top 20 CEOs (Ciro Possobom);
- Melhores empresas que se comunicam com colaboradores - Revista Negócios da Comunicação;
- Medalha Peter Gottschalk, como Industrial do Ano, pelo Ciesp São Bernardo do Campo (Ciro Possobom).

Estratégia e Gestão





Volkswagen do Brasil estende estratégia até 2027 e amplia investimentos na região

A estratégia ACELERA VW, iniciada em 2022, foi estendida até 2027 para acompanhar a ampliação do ciclo de investimentos e a evolução do plano de produtos da Volkswagen do Brasil. Estruturada em cinco macrocategorias (+Diversa, +Digital, +Ágil, +Centrada no Cliente e +Neutra em Carbono), a estratégia segue alinhada às diretrizes globais da marca e orienta a atuação da empresa no mercado brasileiro e na América do Sul (acompanhe os principais resultados de cada pilar no quadro abaixo).

ACELERA VW

O plano incluiu a expansão dos investimentos e da ofensiva de produtos na região. O volume destinado à América do Sul foi ampliado para R\$ 20 bilhões até 2028, sendo R\$ 16 bilhões no Brasil. Inicialmente, a estratégia previa 15 novos veículos, agora serão 17 lançamentos no País e 21 na região, com destaque para o breve lançamento de modelos híbridos.

A execução da estratégia foi organizada em nove frentes de atuação em 2025: Pessoas & Cultura, ESG, Tecnologia & Inovação, Cliente, Mercado, Produto, Qualidade, Geração de Caixa e Eficiência, desdobradas em 28 OKRs (*objectives and key results*), monitorados ao longo do ano. Todos esses objetivos apresentaram resultado positivo, impulsionados por mais de 30 projetos implementados nas diferentes áreas da companhia.



Entre as ações conquistadas, destacam-se a manutenção da liderança em satisfação de clientes em vendas e pós-vendas; o lançamento de novos produtos, como o Tera, que chegou ao mercado em junho e em apenas quatro meses se tornou o SUV mais vendido do Brasil (em setembro, outubro e novembro); a continuidade da descarbonização das operações industriais e a evolução de indicadores organizacionais e financeiros.



Batalha 1: Pessoas + Diversa



Principais objetivos:

- Manter o selo Great Place to Work.
- Aumentar consideravelmente o número de mulheres na liderança.
- Transformation Office e Novo Centro Administrativo

Metas:

Entre as metas estão manter a saúde e segurança dos colaboradores em primeiro lugar, ser um excelente lugar para trabalhar, integrar as pessoas em espaços modernos de *coworking*, "Liderança Exemplar", ser uma empresa mais diversa e inclusiva e a mudança de *mindset*, criando times mais ágeis, digitais e inovadores.

Progresso em 2025:

A empresa manteve certificações como Top Employer (7º ano consecutivo) e Great Place to Work (4º ano consecutivo), além de reconhecimentos voltados à diversidade, incluindo Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharemos (2º ano) e Age Friendly Employer.

A participação de mulheres na liderança evoluiu de 9% em 2020 para 24,8% em 2025. As contratações industriais no período apresentaram um equilíbrio maior de gênero: foram 587 novos empregos diretos na produção das quatro fábricas da Volkswagen do Brasil, sendo cerca de 50% mulheres.

Foram implementadas iniciativas como o Programa de Trainees para Pessoas Negras e programas de mentoria, além de ações de formação técnica, com destaque para a inauguração do Novo SENAI Volkswagen; que formou mais de 7 mil profissionais em 52 anos de parceria.



Principais objetivos:

- Lançar 17 novos carros até 2028 com destaque para a estreia dos híbridos, além de mais novidades em Total Flex e 100% elétricos.

Metas:

Este pilar reforça a oferta de serviços digitais, soluções híbridas e novos modelos de negócios, sempre com foco na tecnologia certa para o futuro, soluções para mercados globais e em melhorar a experiência do cliente. Entre as principais metas estão o desenvolvimento de novos produtos baseados na estratégia de descarbonização, as soluções para carros conectados e a nova Ofensiva de Produtos, que inclui 17 novos veículos até 2028 com destaque para a estreia dos híbridos, além de mais novidades em Total Flex e 100% elétricos.

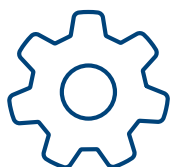
Progresso em 2025:

Até 2025, oito modelos foram lançados dentro da Ofensiva de Produtos: Novo T-Cross, Nova Amarok, Novo Nivus, Nivus GTS, Tera, Golf GTI, Novo Jetta GLI e Novo Taos.

Entre os resultados, o Novo T-Cross manteve a liderança como o SUV mais vendidos do Brasil pelo 3º ano consecutivo. O Nivus GTS registrou lotes esgotados nas concessionárias, enquanto o Tera alcançou volumes de vendas que o posicionaram entre os modelos mais vendidos do País. O Novo Nivus passou a figurar entre os 20 veículos mais vendidos do Brasil, contribuindo para o desempenho da marca no segmento de SUVs.

Outros lançamentos também apresentaram alta demanda, como o Golf GTI, com lotes esgotados, o Novo Jetta GLI, com 1.200 unidades vendidas no primeiro fim de semana, e o Novo Taos, que registrou 1.912 pedidos na abertura de vendas.

No eixo digital, a empresa avançou na criação de soluções tecnológicas, com destaque para o lançamento do OTTO, a primeira inteligência artificial automotiva própria, e nas atividades do VW Tech, centro dedicado ao desenvolvimento de sistemas e projetos com uso de inteligência artificial e outras tecnologias.



Batalha 3: Processos + Ágil



Principais objetivos:

- Dívida zero e melhorar o retorno sobre investimentos.

Metas:

Os principais projetos têm foco na otimização de operações e processos, aprimorando as sinergias locais e regionais entre fábricas, marcas e países com impactos na eficiência econômica e diversidade cultural. A meta é simplificar a VW, tornando a empresa cada vez mais ágil, prática, eficiente, digital e sem burocracia.

Progresso em 2025:

Foi inaugurado o Centro Corporativo, com adoção de modelo de coworking. O espaço foi estruturado para promover integração entre áreas, redução de barreiras hierárquicas e mais colaboração entre equipes.



Batalha 4: Clientes + Centrada no Cliente



Principais objetivos:

- Melhorar a posição na pesquisa de satisfação do cliente.

Metas:

O objetivo é desenvolver uma cultura centrada no cliente que envolve desde os processos internos até a jornada do consumidor. As ações deste pilar buscam colocar a satisfação do consumidor no centro de todas as discussões, tratando-a como um tema estratégico e sob responsabilidade de todos da empresa.

Progresso em 2025:

A empresa manteve a liderança em satisfação de clientes em vendas e pós-vendas. A rede de concessionárias progrediu em processos de digitalização e na melhoria da experiência.

O indicador NBD (New Brand Design), que prevê a modernização das concessionárias, atingiu 92% das lojas.

A Volkswagen ampliou sua presença em eventos, com participação em mais de 4 mil iniciativas no Brasil. A estratégia incluiu o patrocínio aos principais festivais de música do Brasil (Rock in Rio, The Town e Circuito Sertanejo), feiras agropecuárias e eventos com clientes da marca.

Além disso, a Volkswagen se manteve como Top of Mind na categoria Carro pelo 34º ano.



Principais objetivos:

- Estratégia global Way to Zero: rumo à neutralidade de carbono até 2050.

Metas:

Fazem parte dessa batalha os pilares de “dívida zero”, redução de CO₂ – incluindo projetos do Way to Zero Center em parceria com universidades e centros de pesquisa para avançar com a descarbonização –, portfólio mais rentável, manter o fluxo de caixa e lucro operacional positivos e a criação de novas formas de receita.

Progresso em 2025:

As operações com biometano nas fábricas Anchieta e Taubaté tiveram sua capacidade efetiva em 2025, substituindo 7,6 milhões de m³ de gás natural. A iniciativa evitou a emissão de 16 mil toneladas de CO₂, volume equivalente ao impacto climático positivo de 92 mil campos de futebol cobertos por vegetação.

As unidades se consolidaram como pioneiras no uso de biometano na indústria automotiva nacional, alinhadas à estratégia global de descarbonização da Volkswagen.

Quatro modelos fazem parte do Programa Carro Sustentável do Governo Federal, com isenção de IPI: Polo Robust, Polo Track, Polo TSI MT e Tera MPI.

Way to Zero: neutralidade de carbono até 2050

(Sustentabilidade + Neutra em Carbono)

A Volkswagen conta com a estratégia global Way to Zero, que estabelece a meta de neutralidade de carbono até 2050, em alinhamento ao Acordo de Paris. A diretriz é aplicada a todas as operações da marca e orienta as decisões relacionadas à redução de emissões.

A gestão envolve todo o ciclo de vida do veículo, incluindo pesquisa, desenvolvimento, produção e uso. As iniciativas contemplam também a cadeia de suprimentos, com foco na redução de emissões associadas a fornecedores e processos logísticos. A estratégia faz parte da agenda de negócios da Volkswagen e norteia investimentos, desenvolvimento de produtos e operações industriais, com foco na transição para uma mobilidade de menor impacto ambiental.



Way to Zero Center

O Way to Zero Center realiza atividades de gerenciamento da emissão de CO₂ no ciclo de vida do produto, suporte à elaboração de metodologias de cálculo no Brasil, bem como pesquisas voltadas à redução de emissões, incluindo ações de curto prazo e evolução tecnológica no longo prazo. Instalado na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo, o espaço reúne projetos de pesquisa relacionados à eletrificação, ao uso de biocombustíveis e ao desenvolvimento de soluções aplicadas ao produto, como novos materiais e redução de atrito. A atuação do centro de pesquisa está alinhada à estratégia global de descarbonização da Volkswagen e envolve iniciativas com foco na incorporação de tecnologias e na redução do impacto ambiental dos veículos.

A empresa mantém parcerias com universidades, instituições e empresas privadas (como USP, Unesp, Bosch, Raízen, Unicamp, BNDES, Finep) para o desenvolvimento de projetos em áreas como sustentabilidade e powertrain.

Em 2025, a Volkswagen ampliou e diversificou essa rede de colaboração, com a entrada de novos parceiros e a expansão de projetos em andamento. O ano foi marcado por iniciativas voltadas ao desenvolvimento de tecnologias mais acessíveis para o produto.

Como parte das atividades de pesquisa e desenvolvimento, a empresa participou do XXXII Simpósio Internacional de Engenharia Automotiva (SIMEA), com a apresentação de seis

trabalhos conduzidos por equipes do Way to Zero Center. A Volkswagen recebeu três menções honrosas nas categorias Combustíveis e Lubrificantes e Emissões, relacionadas a estudos sobre eficiência energética e comportamento veicular, e esteve entre as participantes com maior número de publicações no evento.

Esse conjunto de iniciativas conta com o apoio de instituições como Embrapii, BNDES e Finep, que promovem a viabilização de projetos e o fomento à inovação aplicada.

regenerate+: a nova estratégia global de sustentabilidade da Volkswagen



O Grupo Volkswagen definiu uma nova estratégia global de sustentabilidade, denominada **regenerate+**, que orienta sua atuação rumo a uma mobilidade mais responsável e integrada às demandas ambientais e sociais. A estratégia está integrada à visão de longo prazo da companhia e parte do princípio de que a sustentabilidade deve ir além da redução de impactos, buscando gerar valor positivo ao longo de toda a cadeia.

O modelo é estruturado em quatro dimensões estratégicas – natureza, nossas pessoas, sociedade e negócios – que orientam metas, indicadores e iniciativas em toda a organização. No pilar ambiental, o foco está na descarbonização, uso eficiente de recursos e proteção da biodiversidade. Já na dimensão de pessoas, a estratégia reforça a promoção de um ambiente diverso, inclusivo e seguro. No eixo sociedade, a atuação se concentra em cadeias de valor responsáveis e no fortalecimento do impacto social positivo. Por fim, no campo de negócios, a sustentabilidade é integrada ao desenvolvimento de novos produtos, serviços e modelos financeiros, impulsionando a transformação da mobilidade.

A estratégia regenerate+ é aplicada de forma transversal a todas as marcas e regiões do Grupo, incluindo a Volkswagen do Brasil, que estuda o desdobramento e a implementação dessas diretrizes em suas operações locais, produtos e iniciativas. Com isso, a companhia busca alinhar inovação, competitividade e responsabilidade socioambiental, contribuindo para a construção de uma mobilidade mais sustentável e para um impacto positivo duradouro nas próximas gerações.

A era da eletrificação

A partir de 2026, todos os novos modelos Volkswagen desenvolvidos e produzidos na América do Sul terão versões eletrificadas. A medida, anunciada em outubro de 2025, integra a estratégia da empresa para ampliar o portfólio e avançar em novas tecnologias na região.

O plano contempla a oferta de veículos híbridos em diferentes configurações (híbridos leves, híbridos e híbridos plug-in), desenvolvidos para atender a diferentes perfis de uso e aproveitar o potencial dos biocombustíveis disponíveis no País. Os modelos com motorização Total Flex permanecem no portfólio da marca. Como parte dessa estratégia, a empresa anunciou a produção do primeiro veículo com a plataforma MQB37 na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), com sistema de propulsão HEV flex.



Para viabilizar a expansão do portfólio e o avanço tecnológico, a Volkswagen do Brasil obteve R\$ 2,3 bilhões em linhas de crédito com o BNDES. Os recursos serão destinados em soluções de eletrificação, sistemas avançados de assistência ao condutor (ADAS) e conectividade, com foco

na evolução dos produtos e na experiência do cliente. Os investimentos incluem a ampliação do acesso a tecnologias de segurança e sistemas de infotainment, além de funcionalidades conectadas aplicadas aos veículos da Marca.

Parte dos recursos também será direcionado ao fortalecimento das exportações, apoiando a produção e a competitividade dos veículos fabricados no País. Nesse quesito, a Volkswagen do Brasil mantém posição de destaque como a maior exportadora do setor automotivo brasileiro, com mais de 4,4 milhões de unidades exportadas para 147 mercados desde 1970.

Governança corporativa

Estrutura de governança

(GRI 2-1, 2-9, 202-2)

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

A Governança Corporativa é liderada pelo Comitê Executivo Volkswagen (Comex) do Brasil e Região SAM, atualmente formado por 15 membros escolhidos pela Matriz, sendo 12 homens e três mulheres, desse total 60% são brasileiros.

No Comitê Executivo da Região SAM, além do Chairman Executivo, participam o Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil, o CEO da Volkswagen Argentina, seis vice-presidentes e três diretores. Do total, oito são também membros do comitê executivo da Volkswagen do Brasil.

O comitê regional está à frente dos temas que impactam a Região SAM que engloba além do Brasil e Argentina, outros 27 países da América do Sul, Central e Caribe, as ações são coordenadas pelo Chairman Executivo.

No Comitê Executivo da Volkswagen do Brasil, além do Presidente e CEO, participam seis vice-presidentes e cinco diretores, sendo nove homens e três mulheres (66% são brasileiros). O grupo se reúne semanalmente de forma alternada (local e regional) para tratar das atividades da empresa e assegurar o alinhamento das estratégias estipuladas para os negócios.



Composição do Comitê Executivo



Alexander Seitz

Chairman Executivo da
Volkswagen na Região
América do Sul

Ciro Possobom

Presidente e CEO da
Volkswagen do Brasil

Marcellus Puig

Presidente e CEO da
Volkswagen Argentina

Dr. Hendrik Muth

Vice-Presidente de Vendas
e Marketing para a Região
América do Sul

Miguel Sanches

Vice-Presidente de
Operações da Volkswagen
do Brasil e Região SAM

Luiz Eduardo Alvarez

Vice-Presidente
de Suprimentos da
Volkswagen do Brasil
e Região SAM

Angie Stelzer

Vice-Presidente de
Recursos Humanos da
Volkswagen do Brasil
e Região SAM

Ricardo Ploeger

Vice-Presidente de
Desenvolvimento do
Produto da Volkswagen
do Brasil e Região SAM

Fernando Silva

Vice-Presidente de
Vendas & Marketing da
Volkswagen do Brasil

Rafael Vieira Teixeira

Vice-Presidente CFO
da Volkswagen do Brasil
e Região SAM

Cristina Cestari

(Diretora) Chief Information
Officer (CIO) da Volkswagen
para o Brasil e Região
América do Sul

Cláudio Rawicz

Diretor Executivo de
Comunicação e ESG da
Volkswagen do Brasil e
América Latina

Thomas Mehringer

Diretor da Qualidade
Assegurada da Volkswagen
do Brasil e Região SAM

Amália Cecília Gonçalves Costa

Diretora de Assuntos
Jurídicos da Volkswagen
do Brasil e Região SAM

Luiz Ricardo de Medeiros Santiago

Diretor Executivo de
Relações Institucionais
e Governamentais da
Volkswagen do Brasil

Estrutura ESG

O Comitê ESG é formado por sete áreas principais: ESG, Recursos Humanos, Relações Institucionais e Governamentais, Operações, Compras, Desenvolvimento de Produto e GRC, além da Auditoria Interna. Outras áreas de negócios são chamadas a participar conforme as demandas específicas.

Desde 2021, a empresa conta com uma Diretoria ESG, vinculada à área de Comunicação, que é responsável por liderar as ações relacionadas aos pilares ambiental, social e de governança, com reportes diretamente ao Chairman Executivo da Região e ao Presidente e CEO no Brasil.

Objetivos e metas de sustentabilidade¹

Responsabilidade ambiental

Ano Base	Compromisso	Prazo	Status 2025
2012	Energia (MWh/veículo produzido) = 0,88	2025	Em 2025, a Volkswagen do Brasil manteve o resultado de 1,34 MWh/veículo produzido. A meta proposta ainda não foi atingida e o status seguiu estabilizado em relação a 2024. Esse resultado reflete a retomada do mercado automotivo, que contribuiu para a diluição dos consumos energéticos e maior estabilidade operacional. Nos últimos anos, a empresa tem implementado ações de eficiência energética em todas as plantas para a otimização dos recursos e melhorias no desempenho.
2012	CO ₂ (kg/veículo produzido) = 89	2025	Em 2025, a Volkswagen do Brasil superou a meta estabelecida com o resultado de 72kg de CO₂ por veículo produzido. Esse desempenho foi viabilizado principalmente pelo início do fornecimento de biometano para as plantas de Taubaté e Anchieta, além das ações de redução do consumo de gás natural, com destaque para a redução da temperatura das caldeiras de água quente aplicadas ao processo produtivo. Adicionalmente, a empresa conta com 100% da energia elétrica utilizada em suas plantas produtivas proveniente de fontes renováveis, devidamente certificada pelo i-REC, contribuindo de forma significativa para a redução das emissões de CO₂. (Valor conforme GHG Protocol). No momento, a empresa avalia com a área técnica responsável estabelecer novas metas para os próximos anos.

Nota de rodapé:

1. Conheça os compromissos ambientais da Volkswagen do Brasil expressos na [Política Ambiental e de Energia](#).

Semana da Sustentabilidade

A Volkswagen do Brasil realizou, em junho, mais uma edição da Semana da Sustentabilidade, com programação on-line e participação de 689 colaboradores (média de 172 por dia). O evento promoveu debates sobre temas centrais da agenda ESG, como mobilidade e cidades sustentáveis, comunicação em clima, descarbonização do setor de transportes e as metas de operações rumo ao Net Zero até 2025, reforçando o papel da empresa como agente de transformação.

A programação contou com a participação de lideranças internas e especialistas do setor (representantes da Anfavea, Cidade Ativa, Scania, Motiva, Ministério do Meio Ambiente, entre outros) que trouxeram diferentes perspectivas sobre os desafios e oportunidades para uma economia de baixo carbono. Ao longo dos encontros, foram discutidas a importância da integração entre indústria e cidades, o papel da comunicação na agenda climática, a contribuição do setor para a COP-30 e a necessidade de ações concretas e colaborativas para avançar na descarbonização, fortalecendo o compromisso da Volkswagen com uma transição sustentável.

Conduta ética e transparente

Missão, Visão e Propósito

(GRI 2-23)

Princípios internos e externos pautam a atuação do time da Volkswagen do Brasil, com destaque para Missão, Visão e o Propósito da empresa.



Propósito

No caminho da mobilidade neutra em carbono para todas as pessoas.



Missão

Nós fazemos a tecnologia pensada nas pessoas.



Visão

Ser a marca de automóveis mais amada.



Valores

1. Time
2. Responsabilidade
3. Curiosidade
4. Paixão
5. Visão de futuro



Internos

Código de Conduta do Grupo Volkswagen para colaboradores e parceiros de negócios; Carta Social da Volkswagen, que discorre sobre os direitos sociais e as relações industriais na companhia; a Carta Norma, com o objetivo de identificar e analisar eventuais conflitos de interesses entre os colaboradores; e a Carta de Relações Laborais, que expressa o compromisso da Volkswagen com direitos e princípios de representatividade e sociais.



Externos

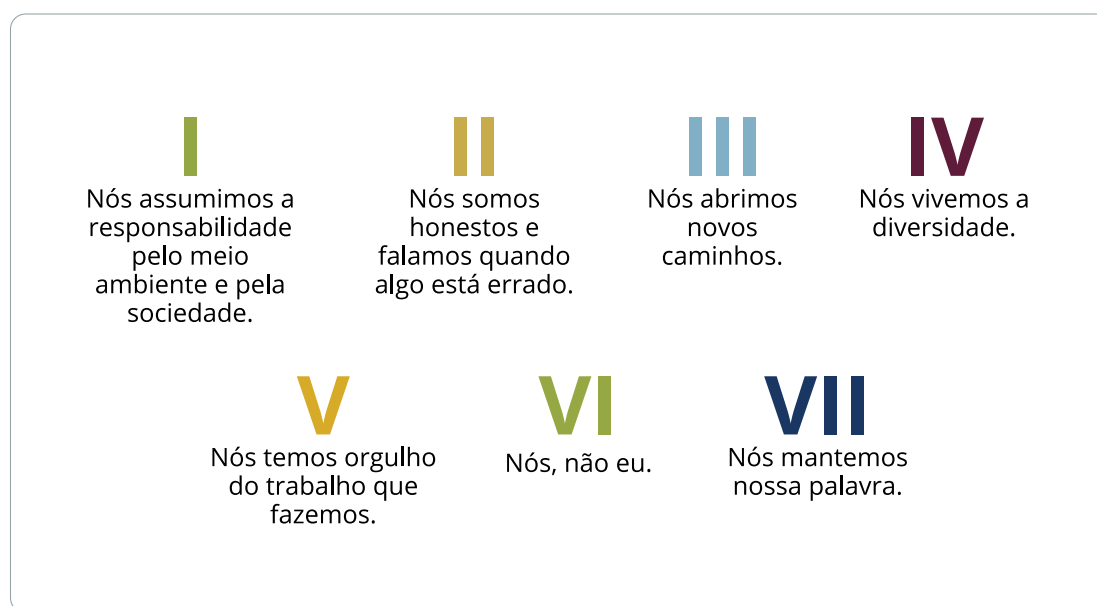
O Grupo Volkswagen é signatário de compromissos e declarações globais com efeito e atuação em todas as suas unidades pelo mundo, como o acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), diretrizes e convenções da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), os Princípios de Empoderamento das Mulheres (Women's Empowerment Principles - WEPs, na sigla em inglês), iniciativa criada pela ONU Mulheres para promover a igualdade de gênero, e o Pacto Global da ONU, uma das maiores iniciativas de sustentabilidade corporativa do mundo. É também a primeira fabricante de automóveis a aderir ao Acordo de Paris, com o objetivo de tornar-se neutra em emissões de carbono até 2050. Nacionalmente, a Volkswagen do Brasil está inserida no Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção (Empresa Limpa). Desde 2023, a empresa é signatária do Movimento Mulher 360, da Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI, da REIS (Rede Empresarial de Inclusão Social) e do Fórum Gerações e Futuro do Trabalho, compreendendo as cinco pautas prioritárias de sua estratégia de Diversidade & Inclusão.

Princípios éticos

(GRI 2-16, 417-3)

Toda a atuação na empresa é guiada pelas diretrizes do Código de Conduta, da Política de Compliance e pela Política de Governança em Assuntos Governamentais, entre outros documentos internos e externos que procuram assegurar o cumprimento das leis, a boa conduta e a integridade no dia a dia.

De modo geral, a cultura corporativa ética da Volkswagen segue sete princípios basilares:



Conformidade com as leis

(GRI 2-27, 206-1, 417-2, 417-3)

Em 2025, a Volkswagen do Brasil não registrou nenhuma ação judicial relacionada a concorrência desleal, práticas de truste ou monopólio na qual a companhia tenha sido identificada como parte. Para fins de reporte, as situações de não conformidade consideradas referem-se a casos envolvendo valores significativos e com potencial impacto reputacional para a organização.

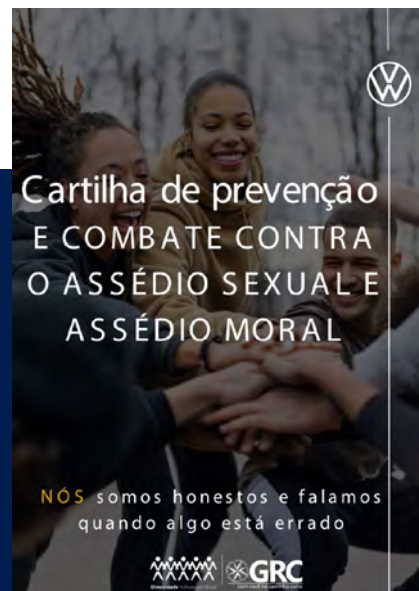
No mesmo período, eventuais campanhas de recall foram devidamente comunicadas aos consumidores, em conformidade com a legislação aplicável, e permanecem disponíveis para consulta nos canais oficiais da companhia e das autoridades competentes. Da mesma forma, a companhia não registrou não conformidades com regulamentos ou códigos voluntários aplicáveis às comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínios.



Código de conduta

O Código de Conduta da Volkswagen do Brasil, denominado “Nosso Código”, orienta as práticas da empresa em conformidade com as diretrizes da matriz alemã e das demais empresas do Grupo Volkswagen. O documento estabelece princípios e normas relacionados à ética, integridade e relacionamento no ambiente de trabalho, incluindo instruções específicas para a atuação das lideranças. Condutas em desacordo com essas diretrizes são tratadas como violações e podem resultar em medidas disciplinares. Para apoiar a aplicação do Código, a empresa mantém ações de orientação, comunicação e suporte aos colaboradores, com foco na prevenção e na promoção de um ambiente de acordo com os valores corporativos.

[Clique aqui para baixá-lo](#)



Cartilha de Prevenção e Combate ao Assédio Sexual e Assédio Moral

A Volkswagen do Brasil trata o combate ao assédio sexual e moral como uma prioridade, reforçando uma conduta ética baseada em respeito, empatia e rejeição a qualquer tipo de violência ou discriminação. Para ampliar a conscientização sobre o tema e incentivar a denúncia de casos, a empresa desenvolveu a Cartilha de Prevenção e Combate ao Assédio Sexual e Moral, que reúne conceitos, contatos e canais de denúncia, além de exigir a assinatura de um Termo de Ciência por todos os colaboradores.

O material está disponível para todos os colaboradores no App VW&Eu (dentro do ConectaRH.)

[Clique aqui para baixá-lo](#)

Carta Norma

A Carta Norma é o instrumento utilizado pela Volkswagen do Brasil para a declaração de conflitos de interesse por colaboradores administrativos e horistas, incluindo executivos, mensalistas, terceiros, prestadores de serviço, líderes e encarregados de diversas áreas. O processo segue os requisitos do Código de Conduta e da Política de Compliance.

O preenchimento é realizado de forma eletrônica por meio do Portal VW, com suporte de sistema automatizado em ambiente SharePoint, que permite mais agilidade na análise das informações e assegura a confidencialidade dos dados. O processo contempla também a declaração de atividades externas, com orientações para identificação e tratamento de possíveis conflitos de interesse.

Integridade alinhada

(GRI 205-2)

Na Volkswagen do Brasil, a corrupção é abordada de forma integrada na Política de Compliance, que estabelece normas aplicáveis a todos os colaboradores. Como apoio, a empresa disponibiliza a Cartilha Anticorrupção para consulta. Os documentos foram elaborados com base na legislação brasileira, a partir do Código Penal (Decreto-Lei nº 2.848/1940) e da Lei Anticorrupção (Lei nº 12.846/2013).



O programa de integridade contempla temas como Código de Conduta, antitruste, gerenciamento de riscos, avaliação de parceiros de negócios, prevenção à lavagem de dinheiro e respeito à diversidade. Os conteúdos são revisados periodicamente, com foco nos públicos mais expostos a riscos e nas demandas regulatórias e operacionais da empresa. As capacitações são obrigatórias e oferecidas em formatos digitais e presenciais, com conteúdos adaptados aos diferentes públicos. Colaboradores administrativos realizam treinamentos estruturados, enquanto equipes operacionais participam de capacitações adaptadas à rotina produtiva. O não cumprimento pode resultar em medidas disciplinares previstas nas políticas internas.

Em 2025, a Volkswagen ampliou as iniciativas de treinamento e comunicação, com destaque para a inclusão de temas relacionados à inteligência artificial (IA). Foram realizadas ações voltadas à orientação sobre o uso responsável da tecnologia, com foco em riscos, prevenção de fraudes e aplicação no ambiente de trabalho. As atividades envolveram diferentes áreas e alcançaram colaboradores em toda a organização.

O ano foi também marcado pela atualização dos formatos de capacitação. A empresa implementou treinamentos mais interativos sobre o Código de Conduta, com uso de situações práticas para apoiar a tomada de decisão no dia a dia. Foram realizadas ações presenciais com dinâmicas em grupo, abordando temas de compliance, direitos humanos, segurança e comportamento organizacional. Além dos treinamentos, a Volkswagen reforçou as iniciativas de comunicação interna, com destaque para as “Crônicas do Compliance”, conteúdos baseados em casos reais registrados nos canais de denúncia. As ações buscaram ampliar o entendimento sobre os processos de apuração e as medidas adotadas pela empresa.

Além das ações internas, a Volkswagen do Brasil mantém iniciativas com a rede de concessionárias para disseminar a cultura de integridade na cadeia de valor, por meio de interações com as áreas de Governança, Risco e Compliance.

Diretores comunicados¹ e treinados² sobre procedimentos anticorrupção
(GRI 205-2a)

	2023		2024		2025	
	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Total de membros da Diretoria da empresa	13		13		13	
Diretores comunicados/ treinados	13	13	13	13	13	13
% de diretores comunicados/ treinados	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Colaboradores comunicados¹ e treinados² sobre políticas e procedimentos anticorrupção
(GRI 205-2b)

	2023		2024		2025	
	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Número total de colaboradores	12.824		13.091		13.732	
Colaboradores comunicados/ treinados	12.824	12.824	13.091	13.091	13.732	13.732
% de colaboradores comunicados/treinados	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Parceiros de negócio comunicados¹ e treinados² sobre políticas e procedimentos anticorrupção
(GRI 205-2c)

	2023		2024		2025	
	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Número total de parceiros	2.372		3.626		3.719	
Parceiros comunicados/ treinados	2.372	2.372	3.626	3.626	3.719	3.719
% de parceiros comunicados/treinados	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota de rodapé:

1. Colaboradores que receberam ao menos dois comunicados sobre temas relacionados a *compliance* e integridade, como o Código de Conduta e as Políticas internas, entre outros.
2. Colaboradores que receberam treinamentos específicos sobre o tema de *compliance* e integridade (públicos identificados com maiores riscos em razão das atividades exercidas).

Acompanhamento dos processos
(GRI 205-1)

A Volkswagen do Brasil conta com uma estrutura interna para assegurar o controle e a conformidade com suas diretrizes éticas e regulatórias. A gestão é conduzida pela área de Auditoria Interna, por meio de análises independentes e objetivas, baseadas em um plano anual orientado por riscos e alinhado ao Código de Conduta da empresa. Além disso, um comitê corporativo, formado por representantes das áreas de Governança, Risco e Compliance (GRC), Recursos Humanos, Auditoria, Segurança, TI e Jurídico, acompanha a adesão às políticas internas e define ações para fortalecimento da integridade organizacional.

Em 2025, 19 unidades organizacionais foram submetidas à avaliação de riscos relacionados à corrupção (100% das operações). O processo considera três frentes principais: corrupção ativa, caracterizada pela oferta de vantagem indevida a agentes públicos; corrupção

passiva, relacionada ao recebimento de benefícios indevidos por colaboradores; e conflitos de interesse, que envolvem situações como relações de subordinação entre parentes ou participação societária em empresas parceiras ou concorrentes.

O monitoramento de conflitos de interesse é realizado pelas áreas de Recursos Humanos e GRC, conforme diretrizes estabelecidas na Política de Compliance da empresa. O programa também abrange ações contínuas de comunicação, treinamentos e suporte às áreas, com o objetivo de orientar colaboradores e prevenir desvios.

O processo de gerenciamento de riscos tem como foco a identificação de falhas nos processos e a verificação da efetividade dos controles implementados. As medidas de mitigação são acompanhadas por meio de testes periódicos, que avaliam a capacidade dos controles em prevenir violações relacionadas à corrupção ao longo das atividades da empresa.

Denúncias e suspeitas são analisadas pelas áreas responsáveis, com investigação dos casos e adoção de medidas corretivas quando necessário. Em situações que envolvem a administração pública, a empresa coopera com as autoridades competentes.

Relações Institucionais e Governamentais



A Volkswagen do Brasil participa na construção e no acompanhamento de políticas públicas e regulamentações que impactam o setor automotivo. A atuação ocorre de forma direta e por meio de associações representativas, com contribuições em debates técnicos e institucionais relacionados à indústria, inovação e transição energética.

Em 2025, a regulamentação do programa Mobilidade Verde e Inovação (MOVER) avançou e passou a orientar decisões de investimento, desenvolvimento tecnológico e a eficiência energética no setor. A Volkswagen participou das discussões técnicas que estruturaram o programa e continua acompanhando sua implementação, com foco na previsibilidade regulatória e na coerência com políticas industriais e ambientais.

O MOVER tem contribuído para ampliar a cooperação entre indústria, governo e instituições de pesquisa. Nesse contexto, a Volkswagen do Brasil evoluiu em parcerias voltadas ao desenvolvimento de tecnologias relacionadas à eletrificação, novos materiais, eficiência energética e reciclabilidade, além de iniciativas para nacionalização de componentes e fortalecimento da cadeia de fornecedores.

IPI Verde e Carro Sustentável



Polo Robust



Polo Track



Polo TSI MT



Tera MPI

A adoção do IPI Verde, no âmbito do programa Mobilidade Verde e Inovação (MOVER), e do Programa Carro Sustentável, que promove isenção de IPI para carros novos (de acordo com critérios como índice de emissão, peso, reciclabilidade e produção local), representa um avanço

no ambiente tributário do setor automotivo no Brasil. Ao vincular incentivos fiscais a critérios de eficiência energética, emissões e produção local, o modelo estimula inovação, sustentabilidade e competitividade industrial.

Para a Volkswagen do Brasil, as iniciativas estão alinhadas à estratégia de ampliar a eficiência energética, progredir em tecnologia flex e incorporar soluções de descarbonização. A VW é hoje a montadora com maior presença no programa, com quatro modelos enquadrados no conceito de carro sustentável: Polo Robust, Polo Track, Polo TSI MT e o Tera MPI, incluído nas regras em janeiro de 2026. A empresa já vinha se preparando para atender aos requisitos técnicos, o que facilitou o enquadramento no programa do governo federal.

Desde o lançamento da iniciativa, foram comercializadas mais de 56 mil unidades dentro do programa (até o primeiro trimestre de 2026), com crescimento de 21% nas vendas da Marca. O desempenho do Polo inclui um aumento de 100% nas vendas do modelo, evidenciando o estímulo à renovação da frota por veículos mais eficientes.

Desafios do mercado

A Volkswagen do Brasil acompanha os desdobramentos da reforma tributária, especialmente os encaminhamentos sobre o Imposto Seletivo. A empresa defende a aplicação de critérios objetivos, alinhados a metas ambientais e de eficiência energética, além de condições isonômicas entre veículos produzidos localmente e importados. A previsibilidade e a segurança jurídica são consideradas fatores essenciais para decisões de investimento no setor.



Outro ponto é a crescente complexidade técnica e a velocidade das mudanças normativas que ampliam os desafios regulatórios. A entrada em vigor das novas fases do Proconve L8 (que impõe metas severas nos limites de emissão de poluentes), por exemplo, exigiu investimentos relevantes em engenharia, calibração e validação, com impacto em custos e prazos de desenvolvimento.

A empresa também acompanha desafios relacionados à harmonização regulatória com mercados de exportação. Divergências entre normas brasileiras e internacionais podem aumentar custos, exigir adaptações específicas de produto e reduzir ganhos de escala, afetando a competitividade do Brasil como plataforma exportadora.

Proteção de dados

(GRI 418-1)

O Programa de Governança da Privacidade e Proteção de Dados Pessoais da Volkswagen do Brasil define padrões em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) para garantir a segurança das informações de clientes, colaboradores e parceiros. O programa é estruturado em políticas e procedimentos que orientam o tratamento de dados pessoais, incluindo ações de conscientização e treinamento, revisão periódica do mapeamento de dados, avaliação de projetos desde a concepção e monitoramento de fornecedores, com a inclusão de cláusulas contratuais específicas para a proteção de dados.

A empresa utiliza ferramentas para identificação e monitoramento de incidentes, como o Data Loss Prevention (DLP), além de um Plano de Resposta estruturado para atuação em casos de necessidade. O acompanhamento do programa é realizado em alinhamento com o Grupo Volkswagen e aderência às diretrizes globais.

Em 2025, não foram identificados vazamentos, furtos ou perdas de dados pessoais que resultassem em risco ou dano relevante aos titulares, nem ocorrências passíveis de reporte às autoridades competentes.

Ações alinhadas aos direitos humanos

(GRI 2-27)

A Declaração do Grupo sobre Direitos Sociais, Relações Industriais e Negócios e Direitos Humanos, conhecida como Carta Social, abrange todas as empresas do Grupo Volkswagen e preconiza a defesa dos direitos trabalhistas, a segurança e o respeito no ambiente de trabalho.

A empresa assume o compromisso com a Carta Internacional de Direitos Humanos e as normas trabalhistas fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT), além de guiar todas as suas atividades pelos Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos (Pacto Global da ONU). A Volkswagen do Brasil possui ainda diretrizes sobre direitos humanos expostas no Código de Conduta para colaboradores e no Código de Conduta para Parceiros de Negócios.

Pilares dos direitos humanos na VW



Canais de Denúncias

(GRI 2-26)

A Volkswagen do Brasil disponibiliza canais de denúncia 24 horas por dia para o registro de relatos relacionados a má conduta ou violações às diretrizes da empresa. Os canais operam por telefone, plataformas digitais e atendimento presencial, no caso de colaboradores.

Em 2025, a empresa investiu na eficiência do processo, com aprimoramento dos critérios de triagem dos relatos recebidos. A evolução permitiu direcionar os casos de forma mais adequada às áreas responsáveis, concentrando as investigações formais nos temas com mais relevância e risco. A medida contribuiu para otimizar o uso de recursos e reduzir o tempo de apuração.

Os canais são acessíveis por diferentes plataformas, incluindo website, intranet e aplicativos, o que amplia o alcance e facilita o envio de relatos, inclusive com anexos e evidências.

Como reconhecimento dessas práticas, a Volkswagen do Brasil foi premiada pela Leaders League Compliance Awards em 2025 por seu programa de compliance no setor automotivo, após ter figurado entre as finalistas na edição anterior.

Temas mais investigados



38%

Assédio, tanto sexual quanto moral



27%

Conflito de interesse e possível corrupção passiva



6%

Má gestão (ingerência)



4%

Vazamento de informação



5%

Fraude



4%

Roubo / Desvio de material



18%

Outros

45% das pessoas fizeram de forma identificada.

55% de forma anônima.

Canais mais utilizados



1. E-mail



2. Formulário da intranet/
Aplicativo dos funcionários
VWeEU



3. Contato pessoal (com responsáveis do Canal de Denúncia, RH, Segurança ou Auditoria)



4. CIO (Central Investigation Office, denúncia reportada direto à Matriz, na Alemanha)



5. Monitoramento de Data Loss Prevention
Telefone

Como a denúncia é processada

Na Volkswagen do Brasil, cerca de 200 denúncias anuais são recebidas pela área de Governança, Risco e Compliance e fornecem dados para melhorias internas. As denúncias são analisadas sobre possíveis desvios de conduta de funcionários do Grupo Volkswagen ou parceiros de negócios. Caso sejam identificados indícios de violação, uma Unidade de Investigação dedicada realiza uma apuração detalhada e medidas apropriadas são recomendadas. O denunciante é informado sobre o status e o resultado do processo.

O canal de denúncias também aceita relatos de fornecedores sobre violações do Código de Conduta para Parceiros Comerciais, incluindo riscos graves aos direitos humanos e ao meio ambiente. Nesses casos, os departamentos responsáveis tomam medidas para minimizar ou eliminar as violações e riscos.

Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas

(GRI 205-3)

O indicador é considerado confidencial. Todos os casos são recebidos pelo Canal de Denúncias, avaliados e tratados pelos times de Compliance e Auditoria Interna da empresa. Em seguida, os dados apurados são reportados diretamente ao Comex e ao Grupo VW.

Canais de denúncias



E-mail:

conduta@volkswagen.com.br
io@volkswagen.de



Hotline

0800 770 5 770,
código de organização: 122203
(chamada gratuita e disponível 24h)
+55 (11) 4700 8838,
código de organização: 122203
(24h e atendimento em português)



Endereço

Via Anchieta KM 23,5 -
São Bernardo do Campo – SP
CEP: 09823-901/ CPI 1050



Formulário:

<https://goto.speakup.report/volkswagen>
(disponível também em português)



Ombudsmen:

www.ombudsmen-of-volkswagen.com



Aplicativo SpeakUP:

- SpeakUp | Listen for a change – Apps no Google Play
- SpeakUp | Listen for a change na App Store (apple.com)

Após baixar o APP, entre com o código 122203 e, em seguida, fale ou escreva sua mensagem.

Pessoas





Pessoas no centro da estratégia

Este capítulo apresenta a atuação da Volkswagen do Brasil em três frentes: colaboradores, relacionamento com clientes e investimento social. As iniciativas refletem a forma como a empresa estrutura sua gestão de pessoas, conectando cultura organizacional, experiência e impacto na sociedade.

Em 2025, a Volkswagen do Brasil concentrou seus esforços em fortalecer a cultura organizacional e o desenvolvimento de lideranças, conectando a estratégia corporativa às ações derivadas da escuta dos colaboradores. As iniciativas priorizaram a disseminação dos valores corporativos (chamados de *People Profile*) e a construção de um ambiente mais colaborativo, diverso e alinhado às transformações do setor.



Ao longo do ano, a empresa ampliou os programas de formação de lideranças, com foco em temas como inclusão, responsabilidade e visão de longo prazo. Conteúdos relacionados a ética, diversidade, meio ambiente e inovação também foram incorporados às ações de capacitação, reforçando o papel dos gestores na condução da cultura e na promoção de um ambiente de trabalho seguro.



A jornada do cliente também avançou, com a consolidação de um modelo de atuação integrado entre áreas internas, rede de concessionárias e cliente final. A empresa ampliou o uso de canais digitais, revisou processos e investiu na capacitação das equipes, com foco em um atendimento mais ágil, consistente e dentro das novas expectativas de consumo. A adoção de plataformas integradas, como a Salesforce, e o uso de dados contribuíram para a eficiência operacional e melhorias na jornada do cliente.



No campo social, as ações foram conduzidas com foco em mobilidade social e inclusão produtiva. Elas priorizaram territórios próximos às operações da empresa e públicos em situação de vulnerabilidade, com programas voltados à qualificação profissional, geração de renda, promoção da saúde e fortalecimento de organizações sociais.

Colaboradores

GPTW pelo quarto ano consecutivo



A Volkswagen do Brasil manteve, em 2025, a certificação da Great Place to Work (GPTW) pelo quarto ano consecutivo, reconhecimento obtido a partir da pesquisa global de cultura e engajamento respondida voluntariamente pelos colaboradores. A certificação mede o nível de satisfação e o índice de confiança das pessoas em relação ao ambiente de trabalho.

A avaliação considera 63 perguntas distribuídas em cinco dimensões: credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem. Em 2025, a pesquisa registrou recorde de participação na empresa, com 59% dos colaboradores respondendo ao questionário de forma voluntária, índice seis pontos percentuais acima do registrado no ano anterior, quando a participação foi de 53%.

Os resultados apontaram o orgulho de trabalhar na Volkswagen do Brasil como o principal destaque na percepção dos colaboradores. Entre as afirmações com melhor avaliação estão o orgulho de contar a outras pessoas sobre o trabalho na empresa, a percepção positiva sobre os produtos e serviços oferecidos e a intenção de permanecer na organização por longo prazo.

Planos de ação

A renovação da certificação também contribui para orientar ações de melhoria no ambiente de trabalho. Entre os temas identificados na pesquisa estão o desenvolvimento da liderança em um contexto de transformação do setor e a convivência de diferentes gerações no mesmo ambiente profissional. Outro ponto de atenção está relacionado ao equilíbrio entre vida profissional e pessoal, com foco em saúde mental.

A partir desses resultados, a empresa vem ampliando programas de desenvolvimento de lideranças, fortalecendo iniciativas voltadas à segurança psicológica e revisando práticas que impactam a carga de trabalho e o bem-estar dos colaboradores. Para a empresa, a pesquisa funciona como um instrumento contínuo de escuta e aprimoramento da cultura organizacional.

7 vezes Top Employer

A Volkswagen do Brasil conquistou, pelo sétimo ano consecutivo, a certificação concedida pelo Top Employers Institute. Na avaliação, a empresa alcançou nota geral de 88,34%, acima da média de referência nas melhores práticas de recursos humanos.

Na edição de 2025, a companhia atingiu 100% de aprovação em cinco áreas da pesquisa: Estratégia de Negócio, Organização & Mudança, Propósito & Valores, Ética & Integridade e Sustentabilidade. O resultado reflete o processo de evolução das práticas de gestão de pessoas realizado nos últimos anos.



Certificação Age Friendly Employer



Em 2025, a Volkswagen do Brasil conquistou a inédita certificação Age Friendly Employer, reconhecimento internacional concedido pelo Age Friendly Institute a empresas que adotam práticas voltadas à inclusão de profissionais com 50 anos ou mais e ao combate ao etarismo no ambiente de trabalho.

O selo reconhece organizações que promovem políticas de diversidade etária, investem em iniciativas voltadas à convivência entre diferentes gerações e mantêm compromissos formais com a criação de ambientes de trabalho saudáveis e inclusivos. Com a certificação, a Volkswagen do Brasil passa a integrar a rede global de empresas que atuam para ampliar a participação da população madura no mercado de trabalho.

Para marcar a certificação, a empresa ainda lançou a 1ª Guia de Inclusão Geracional, um estudo idealizado pelo grupo de afinidades "Gerações Conectadas". O material propõe uma jornada de aprendizagem e reflexão sobre o potencial das diferentes gerações na sociedade e incentiva a revisão de comportamentos para combater o idadismo, a discriminação baseada na idade.

[Baixe a guia aqui](#)

Inovação em Recursos Humanos

Em 2025, a Volkswagen do Brasil recebeu o selo RH Inovador, concedido pelo Prêmio Think Work Innovations, reconhecimento que destaca iniciativas de inovação na gestão de pessoas. A empresa foi apontada como Destaque do Ano com o Programa de Alta Performance Emocional (PAPE), iniciativa voltada ao apoio e à preparação das lideranças.

O programa apoia gestores no cuidado com a saúde emocional e no fortalecimento de competências relacionadas à liderança. Realizado em parceria com a plataforma Zenklub, o PAPE oferece sessões com psicólogos, organizadas em módulos que abordam temas como desempenho, autocuidado, empatia e equilíbrio emocional.

A iniciativa faz parte da estratégia da Volkswagen de ampliar a atenção à saúde emocional no ambiente de trabalho. Além do acompanhamento individual para líderes, a empresa incorporou diretrizes relacionadas ao tema em políticas e programas de Recursos Humanos, incluindo ações de capacitação, rodas de conversa, trilhas de aprendizagem e monitoramento de indicadores de clima e bem-estar.

Essas ações buscam apoiar as lideranças na identificação de sinais de sofrimento emocional nas equipes, estimular o diálogo sobre saúde mental e promover ambientes de trabalho psicologicamente seguros. A iniciativa contribui também para consolidar uma cultura organizacional que valoriza o equilíbrio entre desempenho, bem-estar e desenvolvimento profissional.

Inclusão LGBTQIA+ reconhecida pelo Índice de Equidade BR

Pelo segundo ano consecutivo, a Volkswagen do Brasil foi reconhecida entre as Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem, resultado da pesquisa HRC Equidade BR 2025, conduzida pela Human Rights Campaign Foundation em parceria com o Instituto +Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+. A certificação integra o Programa Global de Equidade no Trabalho e reconhece empresas com boas práticas de promoção da diversidade e inclusão.



Na edição de 2025, a Volkswagen do Brasil alcançou nota máxima (100 pontos), repetindo o desempenho obtido em 2024. O índice avalia práticas corporativas relacionadas à inclusão LGBTQIA+ com base em pilares como políticas de não discriminação, existência de grupos de afinidade, programas de treinamento e educação, engajamento público em prol da inclusão e oferta de benefícios equitativos.

Entre as iniciativas que contribuem para esse resultado está a atuação do Grupo Colorindo, rede de afinidade LGBTQIA+ da empresa, responsável por promover ações de conscientização, palestras e espaços de diálogo para colaboradores e lideranças. O grupo também participa de eventos e parcerias externas voltados à promoção dos direitos da comunidade LGBTQIA+.

Em 2025, o projeto Colorindo em Ação recebeu reconhecimento de mérito no estudo. A iniciativa apoiou a organização da Casa Neon Cunha, entidade sediada em São Bernardo do Campo que acolhe pessoas LGBTI+, em sua maioria pessoas trans e travestis em situação de vulnerabilidade, com apoio da Fundação Grupo Volkswagen.



Diversidade & Inclusão

(Pessoas + Diversa)

A estratégia de Diversidade & Inclusão da Volkswagen do Brasil é orientada por 38 compromissos institucionais, que norteiam as ações da empresa para promover um ambiente de trabalho mais representativo. Esses compromissos foram incorporados à estratégia da companhia a partir da adesão, desde 2023, de cinco fóruns nacionais que

abrangem os pilares prioritários da empresa: o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, o Movimento Mulher 360, a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, a REIS - Rede Empresarial de Inclusão Social e o Fórum Gerações e Futuro do Trabalho.

Ao longo de 2025, a empresa avançou especialmente em quatro frentes: governança, formação e sensibilização, revisão de processos e ampliação do impacto no ecossistema. No campo da governança, foi consolidado o Comitê de Diversidade com participação de todo o Comitê Executivo, ampliando a integração do tema às decisões estratégicas do negócio.

Na área de formação e sensibilização, a empresa promoveu a da Semana da Diversidade, aberta também ao público externo, e desenvolveu materiais de apoio para lideranças e equipes. Um exemplo é a Cartilha de Diversidade & Inclusão direcionada à rede de concessionárias, que reúne orientações para promover um atendimento mais respeitoso e acolhedor a diferentes perfis de clientes.

Na revisão de processos, as parcerias com fóruns e organizações especializados contribuíram para ampliar a capacidade de diagnóstico da Volkswagen do Brasil sobre práticas internas e possíveis barreiras existentes no ambiente de trabalho. A partir dessas análises, a empresa promoveu ajustes em processos, linguagem e rotinas de gestão, buscando tornar as práticas mais inclusivas e alinhadas à estratégia de diversidade.

No relacionamento com o ecossistema, a empresa fortaleceu o trabalho conjunto com a Fundação Grupo Volkswagen, que passou a envolver os grupos de diálogo internos em eventos e iniciativas com organizações sociais das comunidades próximas às fábricas, ampliando o alcance das ações de inclusão.

Em 2025, os grupos de diálogo sobre diversidade completaram quatro anos de trabalho e passaram a exercer papel mais ativo na proposição de iniciativas e no aprimoramento de políticas internas. Entre os avanços do período está a implementação de um indicador estratégico para acompanhar a representatividade de pessoas pretas, inclusive em posições de liderança, além da estruturação de um programa afirmativo de trainees voltado à formação de futuras lideranças (saiba mais abaixo).

Os resultados dessa agenda também se refletem em reconhecimentos externos obtidos pela empresa, como certificações relacionadas à inclusão LGBTQIA+ e à promoção de um ambiente multigeracional.

Semana da Diversidade



A 6ª edição da Semana da Diversidade reforçou o compromisso da empresa com a promoção de um ambiente mais inclusivo e respeitoso. Com o tema “Raízes do respeito. Atitudes que nutrem. Inclusão que floresce”, o evento, realizado em agosto, contou com cinco lives abertas ao público, reunindo especialistas, lideranças e integrantes dos grupos de afinidade para debater temas como masculinidades responsáveis, direitos LGBTI+, equidade racial, inclusão geracional e acessibilidade de pessoas com deficiência. Além de ampliar o diálogo com a sociedade e parceiros de negócios, a iniciativa também marcou o lançamento da nova Cartilha de Diversidade & Inclusão para a Rede de Concessionárias (saiba mais abaixo), fortalecendo práticas de atendimento mais humanas, empáticas e acolhedoras em todo o ecossistema da marca.

Durante o evento, foi apresentada também a guia de inclusão de pessoas LGBTI+/ Transgênero, um projeto concebido pela Tozzini Freire advogados em parceria com a Volkswagen do Brasil e apoio institucional do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, visando levar letramento para as pessoas colaboradoras da empresa, a comunidade e parceiros de negócios.

[Baixe a guia aqui](#)

Compromissos institucionais

Desde 2023, a Volkswagen do Brasil se tornou signatária de cinco movimentos de diversidade & inclusão que abrangem os pilares de atuação da empresa (equidade de gênero, LGBTI+, gerações, equidade racial e pessoas com deficiência).



<https://movimentomulher360.com.br>



<https://iniciativaempresarial.com.br>



<https://www.forumempresaslgbt.com>



<https://www.forumgeracoes.com.br>



<https://www.redeempresarialdeinclusao.org.br>

Grupos de Diálogo

Os cinco Grupos de Diálogo representam um dos principais motores da agenda de Diversidade & Inclusão na Volkswagen do Brasil. Formados por colaboradores voluntários de diferentes áreas e realidades, esses grupos contribuem para transformar compromissos institucionais em ações concretas, trazendo vivências, propondo iniciativas e ampliando a escuta dentro da organização.

Ao longo de 2025, os grupos tiveram papel ativo em diversas frentes, como a realização da Semana da Diversidade aberta ao público, campanhas internas de conscientização, rodas de conversa e apoio a treinamentos sobre vieses inconscientes e acessibilidade. Também participaram de podcasts e eventos promovidos pela Fundação Grupo Volkswagen, ampliando o debate sobre inclusão para além da empresa.

Os resultados desse engajamento se refletem tanto no fortalecimento da cultura organizacional quanto em conquistas externas e entregas práticas, como a Guia de Diversidade & Inclusão para a rede de concessionárias e a contribuição na revisão de comunicações, treinamentos e políticas internas. Além de promover essas iniciativas, os Grupos de Diálogo ajudam a construir um ambiente de confiança e participação, no qual as pessoas se sentem seguras para compartilhar experiências, apontar desafios e colaborar para um ambiente mais inclusivo.



Gênero / Elas aceleram

Trabalha processos na pauta equidade de gênero – estimulando as mentorias (para eles e para elas) –, combate o assédio e advoga pela aceleração de carreira dos talentos femininos, mantendo a meta da Marca (em conformidade ao Pacto Global da ONU) de aumentar consideravelmente o número de mulheres na liderança.



LGBTQIA+ / Colorindo

Busca criar um ambiente onde haja mais entendimento sobre a causa LGBTQIA+, por meio de letramento e programas de ensino corporativo sobre o tema, dando visibilidade à comunidade dentro da empresa e agregando pessoas aliadas à causa.



Gerações / Gerações conectadas

Combate o etarismo e estimula a conexão entre gerações na empresa, dos mais jovens aos experientes, valorizando vivências e conhecimentos, além de debater ações propositivas sobre o futuro das gerações na companhia.



Raça & Etnias / Nós

Desenvolve programas afirmativos e metas claras para a luta antirracista, somado às campanhas de conscientização e letramento sobre o tema, e atua na conscientização sobre outras etnias.



PcD / Sem limites

Promove diálogos sobre acessibilidades necessárias para pessoas com deficiência, além de ampliar o diálogo interno em relação aos demais tipos de deficiências e/ou neurodiversidades, visando acolhimento de colaboradores PcDs ou que são aliados da causa.



D&I como diretriz nos processos de contratação

A área de Recursos Humanos tem aprimorado o processo de Talent Acquisition nos últimos anos com foco na redução de vieses inconscientes e na ampliação da inclusão. A revisão envolve todas as etapas do recrutamento, desde a divulgação das vagas com linguagem inclusiva até o alinhamento com as lideranças sobre perfis e requisitos, garantindo descrições acessíveis a públicos diversos. Essa abordagem orienta tanto vagas efetivas quanto os programas de estágio e trainee da companhia.

Como efeito, em 2025, 59% das admissões ocorreram dentro de ao menos uma das agendas prioritárias de diversidade — Gênero, Raça & Etnias, Pessoas com Deficiência, Gerações e LGBTQIA+. Desse total, 26% foram mulheres brancas, 13% mulheres de diferentes etnias (não brancas) e 20% homens de diferentes etnias (não brancos). A Volkswagen continua ampliando também a representatividade feminina em posições de liderança, que passou de 12,5% em 2021 para 24,8% em 2025.

No âmbito da agenda Raça & Etnias, a empresa lançou em 2025 o Programa de Trainees Potências Volkswagen, iniciativa afirmativa voltada a pessoas negras, além do início de um programa de desenvolvimento para esses profissionais. A iniciativa já apresenta impactos positivos internos e externos, contribuindo para a evolução do desempenho da empresa no Índice de Equidade Racial Empresarial 2025, que avançou 2,9 pontos percentuais, posicionando a companhia em 4º lugar entre as indústrias de transformação e 15º entre as 84 empresas avaliadas. Com trilhas de desenvolvimento técnico e comportamental, mentorias e participação em projetos estratégicos, o programa busca acelerar a formação de futuras lideranças e fortalecer uma cultura organizacional mais plural e inovadora.

Ao longo do ano, o crescimento das operações nas fábricas foi expressivo para a geração de novas oportunidades de trabalho nas fábricas. Na unidade de Taubaté, a produção do Tera gerou 260 novos empregos na produção, dos quais 40% foram ocupados por mulheres. Em São José dos Pinhais, foram 232 contratações para aumento de volume, com 50% de participação feminina. Já na planta de São Carlos ocorreram 68 admissões (50% mulheres) e, na Anchieta, 27 contratações, cerca de metade ocupadas por mulheres.



A empresa mantém também iniciativas para promover um ambiente mais inclusivo, como o fluxo para garantir o uso do nome social de profissionais transgêneros e travestis em sistemas internos e identificação funcional.

Destaques de 2025



59% das contratações realizadas dentro das agendas de diversidade da companhia.



Avanço na representatividade feminina em liderança: **24,8%** em 2025 (12,5% em 2021).



Lançamento do Programa de Trainees Potências Volkswagen, **afirmativo para pessoas negras**, e início de programa de desenvolvimento e mentoria.



Evolução de 2,9 p.p. no **Índice de Equidade Racial Empresarial 2025**, com destaque no ranking nacional.



Contratações afirmativas nas fábricas com meta de **50% de participação feminina** nas novas vagas de produção.

O perfil da força de trabalho

(GRI 2-7, 401-1, 404-2)



A empresa registrou a criação de 631 postos de trabalho, predominantemente ocupados por mulheres. Houve um crescimento no perfil laboral abaixo de 30 anos e acima de 50 anos, com foco geracional e, sobretudo, com contrato permanente.



Os ajustes no quadro de colaboradores acompanham os Acordos Coletivos celebrados entre empresa e sindicatos locais. Para as saídas, foi privilegiado o mecanismo de Programa de Desligamento Voluntário (PDV) com incentivo financeiro especial e proporcional ao tempo de serviço na companhia. Como escopo desse programa, os empregados se inscrevem voluntariamente para o desligamento e podem replanejar suas vidas após a saída da empresa, valendo-se do incentivo financeiro e das verbas rescisórias legais.

Colaboradores por gênero e região¹

(GRI 2-7)

Região	2023			2024			2025		
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
Anchieta	867	6.251	7.118	987	6.220	7.207	1.033	6.207	7.240
Curitiba	129	1.925	2.054	122	1.855	1.977	262	1.984	2.246
Regionais	19	128	147	18	112	130	28	126	154
São Carlos	84	717	801	98	701	799	136	726	862
Taubaté	249	2.537	2.786	298	2.556	2.854	393	2.707	3.100
Vinhedo	17	31	48	17	31	48	15	29	44
Total	1.365	11.589	12.954	1.540	11.475	13.015	1.867	11.779	13.646

Colaboradores por tipo de contrato de trabalho e gênero¹

(GRI 2-7)

Tipo de contrato	2023			2024			2025		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Colaboradores temporários (tempo determinado)	474	239	713	143	90	233	418	254	672
Colaboradores Permanentes (tempo indeterminado)	11.115	1.126	12.241	11.332	1.450	12.782	11.361	1613	12.974
Total	11.589	1.365	12.954	11.475	1.540	13.015	11.779	1.867	13.646

Colaboradores por tipo de contrato de trabalho, gênero e região¹

(GRI 2-7)

Região	2023					2024					2025				
	Tempo determinado		Tempo indeterminado		Total	Tempo determinado		Tempo indeterminado		Total	Tempo determinado		Tempo indeterminado		Total
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens		Mulheres	Homens	Mulheres	Homens		Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	
Anchieta	105	222	762	6.029	7.118	33	62	954	6.158	7.118	21	35	1.012	6.172	7.240
Curitiba	26	44	103	1.881	2.054			122	1.855	2.054	123	120	139	1.864	2.246
Regionais			19	128	147			18	112	147			28	126	154
São Carlos	2	57	82	660	801	3		95	701	801	10	20	126	706	862
Taubaté	106	151	143	2.386	2.786	54	81	244	2.475	2.786	100	243	293	2.464	3.100
Vinhedo			17	31	48			17	31	48			15	29	44
Total	239	474	1.126	11.115	12.954	90	143	1.450	11.332	13.015	254	418	1.613	11.361	13.646

Nota de rodapé:
 1. Os dados foram considerados com base em relatórios do sistema SAP. Headcount Cars & Lights, incluindo os colaboradores em *lay-off*.

Número de colaboradores por faixa etária²

(GRI 2-7)

	2023	2024	2025
Abaixo de 30 anos	1.268	1.342	1.688
Entre 30 e 50 anos	9.235	8.368	8.191
Acima de 50 anos	2.451	3.305	3.767
Total	12.954	13.015	13.646

Nota de rodapé:
 2. Os estagiários não estão considerados no quadro total de colaboradores.

Total e taxa de novas contratações por gênero e faixa etária

(GRI 401-1)

	2023				2024				2025			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Abaixo de 30 anos	116	0,14	66	0,15	301	0,34	152	0,34	412	0.38	269	0.44
Entre 30 e 50 anos	172	0,02	84	0,10	189	0,03	146	0,15	309	0.04	200	0.18
Acima de 50 anos	7	0,00	4	0,04	8	0,00	3	0,02	20	0.01	3	0.02
Total	295	0,03	154	0,11	498	0,04	301	0,20	741	0.06	472	0.25

Nota de rodapé:

Em 2024, a empresa adequou o percentual de aprendizes de acordo com a legislação, por isso o aumento nas contratações abaixo de 30 anos.

Total e taxa de novas contratações por região

(GRI 401-1)

	2023				2024				2025			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Fábrica Anchieta	256	0,04	120	0,14	310	0,05	200	0,20	192	0.03	131	0.13
Fábrica São José dos Pinhais	0	0,00	2	0,02	7	0,00	2	0,02	186	0.09	162	0.62
Fábrica São Carlos	5	0,01	2	0,02	20	0,03	16	0,16	62	0.09	51	0.38
Fábrica Taubaté	19	0,01	21	0,08	152	0,06	80	0,27	282	0.10	117	0.30
Escritórios VW Regionais	15	0,12	7	0,37	9	0,08	2	0,11	19	0.15	11	0.39
Centro de Peças e Acessórios Vinhedo	0	0,00	2	0,12	0	0,00	1	0,06	0	0.00	0	0.00
Total	295	0,03	154	0,11	498	0,04	301	0,20	741	0.06	472	0.25

Total e taxa de rotatividade por gênero e faixa etária

(GRI 401-1)

	2023				2024				2025			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Abaixo de 30 anos	30	0,04	20	0,05	96	0,11	53	0,12	189	0.18	69	0.11
Entre 30 e 50 anos	246	0,03	47	0,06	232	0,03	33	0,03	132	0.02	53	0.05
Acima de 50 anos	227	0,10	7	0,08	330	0,10	18	0,13	206	0.06	19	0.12
Total	503	0,04	74	0,05	658	0,06	104	0,07	527	0.04	141	0.08

Nota de rodapé:

Em 2024, foi realizada uma consulta no INSS para a confirmação de falecimentos que ainda se encontravam dentro da base de ativos. Com isso, nota-se uma alta taxa de saídas, no total 95 pessoas acima de 60 anos.

Total e taxa de rotatividade por gênero e região

(GRI 401-1)

	2023				2024				2025			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Fábrica Anchieta	261	0,04	51	0,06	410	0,07	65	0,07	311	0.05	85	0.08
Fábrica São José dos Pinhais	91	0,05	4	0,03	51	0,03	7	0,06	54	0.03	23	0.09
Fábrica São Carlos	14	0,02	2	0,02	36	0,05	5	0,05	0.05	14	0.10	38
Fábrica Taubaté	123	0,05	11	0,04	146	0,06	26	0,09	118	0.04	18	0.05
Escritórios VW Regionais	12	0,09	5	0,26	13	0,12	0	0	4	0.03	0	0.00
Centro de Peças e Acessórios Vinhedo	2	0,06	1	0,06	2	0,06	1	0,06	2	0.07	1	0.07
Total	503	0,04	74	0,05	658	0,06	104	0,07	527	0.04	141	0.08

Nota de rodapé:

Em 2023, pós-reestruturação da empresa, com o aumento de demanda de volume e alinhado à estratégia de crescimento de áreas de negócio que trazem resultados financeiros positivos, como Engenharia e Tecnologia, contratou-se mais empregados, o que fez com que reduzisse a taxa de rotatividade.



Treinamentos

(GRI 404-1)

A estratégia de capacitação da Volkswagen do Brasil passou por ajustes em 2025, com foco em tornar os programas de aprendizagem mais eficazes e alinhados às prioridades da companhia e aos desafios tecnológicos da indústria. Como parte desse movimento, alguns treinamentos obrigatórios foram revisados ou consolidados, resultando na redução de cargas que já não geravam o mesmo impacto formativo, com média per capita de 75 horas de treinamento.

As iniciativas do ano concentraram-se principalmente na formação de lideranças, no fortalecimento de competências técnicas e comportamentais e na preparação das equipes para desafios associados às novas tecnologias aplicadas aos veículos. Entre os avanços está o lançamento de um plano estruturado de formação para lideranças, com um portfólio de soluções que contempla desde a preparação de novos gestores até o aperfeiçoamento de profissionais experientes.

A empresa lançou em 2025 a plataforma Degreed, que reúne mais de 16 mil conteúdos de aprendizagem e integra cursos internos e externos em um único ambiente digital. A ferramenta permite acesso flexível, trilhas personalizadas e aprendizado sob demanda, de acordo com as diretrizes globais do Grupo Volkswagen. De forma complementar à estratégia, foi disponibilizada uma plataforma corporativa de idiomas com licenças abertas a todos os colaboradores, ampliando o acesso ao aprimoramento linguístico e incentivando a cultura de aprendizagem contínua.

Outro instrumento de destaque no ano foi o ecossistema Hello Success, lançado em 2024. Após o primeiro ano de operação, a plataforma alcançou 39% de uso em toda a organização e atingiu 91% de adesão no público-alvo dos módulos com SOP — que inclui gestores, mensalistas e horistas indiretos — com mais de 5 mil colaboradores utilizando diretamente o sistema.



No campo das iniciativas afirmativas, a empresa estruturou o Programa de Desenvolvimento de Pessoas Negras. A iniciativa reúne ações de formação, mentoria e acompanhamento profissional, que criam oportunidades de amadurecimento e progressão de carreira. O programa tem contribuído para ampliar a visibilidade e o protagonismo de profissionais negros dentro da organização, fortalecendo um ambiente mais representativo e estimulando novas perspectivas para inovação e tomada de decisão.

Média anual de horas de treinamento por gênero
(GRI 404-1)

	2023			2024			2025		
	Número total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Homens	11.589	518.417	44,73	11.475	958.117	83,5	11.779	669.174	57
Mulheres	1.365	204.597	149,89	1.540	319.856	207,7	1.867	358.005	192
Total	12.954	723.014	55,81	13.015	1.277.973	98,19	13.646	1.027.179	75

Média anual de horas de treinamento por gênero e categoria funcional

(GRI 404-1)

	2023			2024			2025		
	Número total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Executivos	433	27.908,00	64,45	588	18.577,00	31,59	603	12.7000,00	21.06
Mulheres	87	9.597,00	110,31	140	4.497,00	32,12	144	2.993,00	20.78
Homens	346	18.311,00	52,92	448	14.080,00	31,43	459	9.707,00	21.15
Mensalistas	2.387	88.078,00	36,90	2.346	82.258,00	35,06	2.364	64.383,00	27.23
Mulheres	564	39.644,00	70,29	597	20.146,00	33,75	603	14.623,00	24.25
Homens	1.823	48.434,00	26,57	1.749	62.112,00	35,51	1.761	49.760,00	28.26
Horistas	10.134	607.028,00	59,90	10.081	1.177.138,00	116,77	10.679	950.096,00	88.97
Mulheres	714	154.105,00	215,83	803	295.213,00	367,64	1.120	340.389,00	303.92
Homens	9.420	452.923,00	48,08	9.278	881.925,00	95,06	9.559	609.707,00	63.78
Total	12.954	723.014,00	55,81	13.015	1.277.973,00	98,19	13.646	1.027.179,00	75.27

Programas de transição

(GRI 404-2)

As iniciativas da Volkswagen Participações LTDA reúnem ações de educação financeira e previdenciária voltadas a apoiar colaboradores ativos, aposentados e pensionistas no planejamento de longo prazo. O programa inclui palestras educativas, atendimentos especializados, webinars informativos e atividades do Programa de Preparação para Aposentadoria, que orienta participantes sobre aspectos financeiros e mudanças de estilo de vida na fase pós-carreira.

Em 2025, a VWPP promoveu palestras e sessões de orientação com planejadores financeiros, somando mais de 180 consultas individuais sobre temas como aposentadoria, previdência privada, reorganização de dívidas e planejamento financeiro pessoal. O programa digital de bem-estar financeiro encerrou o ano com mais de 800 participantes cadastrados.

Outro avanço foi a aprovação, pela Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC), da atualização no regulamento do Plano de Aposentadoria VWPP, com vigência a partir de novembro de 2025. As mudanças ampliaram a flexibilidade para os participantes, incluindo a simplificação das regras de contribuição da empresa, redução do tempo de vesting para resgate ou portabilidade, possibilidade de alteração do perfil de investimento e da modalidade de renda até duas vezes ao ano, além da digitalização de processos e da opção de resgate parcial de valores em condições específicas. Para apoiar a compreensão das novas regras, foram disponibilizados materiais explicativos e realizados plantões de esclarecimento com especialistas.

A VWPP passou a contar com duas novas patrocinadoras em 2025 — Volkswagen Group Services e Traton Financial Services — que ampliaram a base de participantes e fortaleceram a estrutura institucional do plano. Com a integração das novas empresas, a VWPP disponibilizou materiais orientativos e canais de atendimento para apoiar os colaboradores na compreensão das regras do plano e das opções de contribuição e benefícios. A ampliação do grupo de patrocinadoras contribui ainda para o crescimento sustentável da fundação e reforça a cultura de planejamento previdenciário entre os participantes.

Retorno ao trabalho e taxas de retenção após licença-maternidade/paternidade

(GRI 401-3)

Em 2025, a Volkswagen do Brasil manteve taxa de retorno de 100% ao trabalho após o término das licenças-maternidade e paternidade.

No período, 51 colaboradoras iniciaram licença-maternidade, número equivalente a cerca de 2,7% do efetivo feminino da Volkswagen do Brasil. Após o retorno, 94% dessas profissionais permaneceram na companhia após 12 meses. Todas as unidades da empresa contam, em acordo coletivo de trabalho, com a extensão da licença para seis meses.

Entre os homens, 215 colaboradores usufruíram da licença-paternidade em 2025, o que representa 1,8% do efetivo masculino da empresa, com uma taxa de retenção de 99%. O acordo coletivo vigente prevê até 20 dias de afastamento.

		2023	2024	2025
Total de colaboradores com direito a usufruir de licença-maternidade/paternidade	Homens	11.589	11.475	11779
	Mulheres	1.365	1.540	1867
Total de colaboradores que entraram de licença-maternidade/paternidade	Homens	199	197	215
	Mulheres	51	43	51
Total de colaboradores que retornaram ao trabalho após o término da licença-maternidade/paternidade	Homens	199	197	215
	Mulheres	51	43	51
Total de colaboradores que voltaram a trabalhar após a licença-maternidade/paternidade e que ainda estavam empregados 12 meses após o retorno	Homens	196	193	212
	Mulheres	49	41	48
Taxa de retorno (colaboradores que retornaram após o término da licença)	Homens	100%	100%	100%
	Mulheres	100%	100%	100%
Taxa de retenção (permanência no trabalho após 12 meses da data de retorno da licença)	Homens	98%	98%	99%
	Mulheres	96%	95%	94%

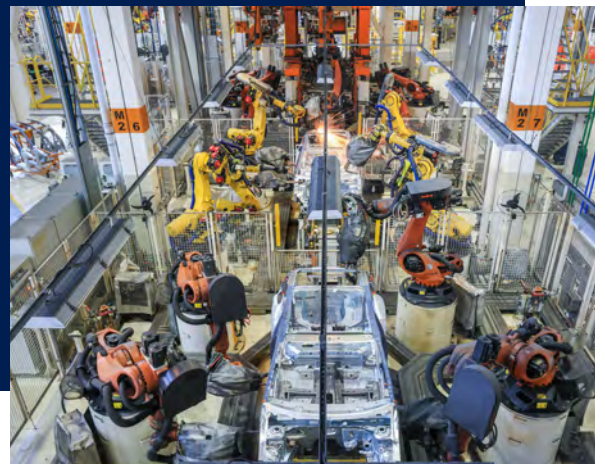
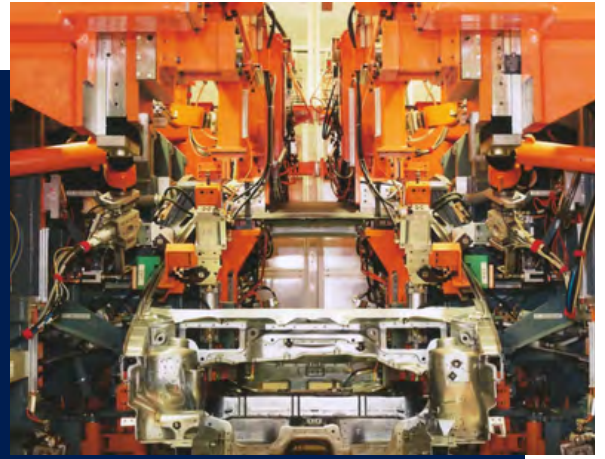
Saúde, Segurança e Ergonomia

(GRI 403-1)



A gestão da Saúde, Segurança e Ergonomia na Volkswagen do Brasil é orientada pela prevenção de riscos e pela promoção de ambientes de trabalho seguros. As práticas seguem a legislação brasileira aplicável, incluindo a Portaria nº 3.214/1978 do Ministério do Trabalho e suas Normas Regulamentadoras, e são organizadas a partir de padrões corporativos de engenharia, medicina ocupacional e ergonomia.

Esse sistema de gestão atende aos requisitos da ISO 45001, com auditorias internas e externas, avaliações de postos de trabalho, inspeções em ambientes operacionais e monitoramento biológico dos colaboradores. Entre instrumentos de avaliação estão o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), voltado ao controle de riscos ocupacionais, e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), responsável pela prevenção, rastreamento e diagnóstico precoce de agravos à saúde relacionados ao trabalho. A empresa conta ainda com um Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), responsável por apoiar a implementação de medidas preventivas e corretivas nos ambientes produtivos.



Para aprofundar o entendimento sobre a cultura de segurança nas operações, a empresa realizou em 2025 uma pesquisa com apoio da consultoria internacional DSS+, especializada no tema. O levantamento utilizou a metodologia da Curva de Bradley e incluiu entrevistas com colaboradores, visitas em campo e uma pesquisa de percepção de segurança. Os resultados preliminares indicaram avanços no nível de conscientização e no comprometimento das lideranças, além de apontar oportunidades de evolução relacionadas ao fortalecimento de comportamentos seguros, à padronização de práticas e ao engajamento contínuo das equipes. A partir dessas conclusões, a empresa iniciou o desenvolvimento de ações voltadas ao fortalecimento da liderança, ao gerenciamento de riscos e à consolidação de uma cultura de segurança mais proativa.

Em 2025, as unidades de São José dos Pinhais, Taubaté, São Carlos e o Centro de Distribuição de Peças de Vinhedo conquistaram a certificação ISO 45001, reforçando o alinhamento das operações aos padrões internacionais de gestão de saúde e segurança ocupacional. As auditorias para a certificação da unidade Anchieta estão previstas para 2026.

Ergonomia



As avaliações da ergonomia nos postos de trabalho seguem o método internacional EAWS (Ergonomic Assessment Worksheet) e as normas ISO aplicáveis, permitindo identificar e mensurar riscos biomecânicos nas atividades.

A atuação começa ainda na fase de concepção de produtos e processos, com o objetivo de garantir condições adequadas de trabalho desde o início das operações. Para novas atividades, a empresa utiliza recursos da Fábrica Digital, que combinam realidade virtual e inteligência artificial para simular e validar soluções antes da implementação.

Nos postos já em operação, a identificação e priorização de melhorias consideram critérios como risco ergonômico, indicadores de queixas e viabilidade técnica das soluções. Além de contribuir para a saúde dos colaboradores, essas ações apoiam a otimização de layouts, o balanceamento das operações e a eficiência dos processos produtivos.

Viva Bem Volkswagen

Na Volkswagen do Brasil, as iniciativas de saúde e bem-estar dos colaboradores são organizadas no programa Viva Bem Volkswagen. As ações estão distribuídas em seis pilares:



Ser Seguro

Fortalecimento da gestão de saúde e segurança com a manutenção e expansão das práticas da ISO 45001, que incluíram auditorias, ações preventivas e engajamento das equipes para prevenção de riscos e acidentes.



Ser Ergonômico

Ampliação das análises ergonômicas e das melhorias em postos de trabalho, contemplando ergonomia física e digital em áreas produtivas e administrativas.



Ser Cuidado

Programas de saúde integral com acompanhamento de gestantes e colaboradores com doenças crônicas. Destaque para o Avatar da Saúde, iniciativa gamificada que integrou os pilares do Viva Bem e incentivou hábitos saudáveis por meio de desafios e recompensas.



Ser Ativo

Incentivo à prática de atividades físicas e ao esporte com ações de grande engajamento, como Super Liga VW, participação nos Corporate Games e a Health Care Run.



Ser Social

Realização de iniciativas sociais que aproximaram colaboradores, familiares e comunidade, fortalecendo vínculos, integração e senso de pertencimento.



Ser Positivo

Promoção da saúde mental com iniciativas voltadas às lideranças, como o Programa de Alta Performance Emocional (PAPE), que apoia gestores no cuidado com o bem-estar emocional das equipes.

A empresa oferece plano de saúde com cobertura nacional e uma rede interna de atendimento ambulatorial disponível 24 horas em todas as unidades. Nos últimos anos, a Volkswagen do Brasil ampliou especialmente as iniciativas voltadas à saúde mental, com ações focadas em acesso a atendimento, cuidado contínuo e capacitação das lideranças.

O acompanhamento do bem-estar emocional inclui mapeamentos periódicos e orientação individual quando necessário, com suporte de médicos, assistentes sociais, psicólogos e psiquiatras. Essas informações também contribuem para o monitoramento de riscos psicossociais no Programa de Gerenciamento de Riscos Ocupacionais, conforme previsto na NR-01.

As lideranças têm papel central nesse processo. Todos os gestores participam de treinamentos voltados à construção de ambientes psicologicamente seguros e ao incentivo do autocuidado nas equipes. Um dos instrumentos é o Programa de Alta Performance Emocional (PAPE), que oferece acompanhamento individualizado para líderes com foco em autoconhecimento e gestão da saúde mental no ambiente de trabalho. Em 2025, o programa contou com a participação ativa de 32% das lideranças e mais de 600 sessões realizadas, além de receber reconhecimentos como o prêmio HR First Class e o Think Innovation Lab.

A adesão às iniciativas de saúde mental vem crescendo ao longo dos anos. Em 2025, houve aumento de 17% na busca espontânea por apoio e um crescimento de 127% na participação em programas de cuidado coordenado. Embora os afastamentos relacionados à saúde mental acompanhem a tendência nacional de crescimento, a empresa tem atuado para reduzir a duração e a gravidade desses casos.



Entre as iniciativas de promoção da saúde física, destacam-se ações de incentivo à atividade física e à mudança de hábitos. A Health Care Run, realizada nas unidades da empresa, reuniu mais de 3 mil participantes em 2025 entre corrida e caminhada. Outro destaque foi o Desafio Saúde VW, jornada de dez meses que incentivou hábitos saudáveis por meio de um aplicativo digital e ações de engajamento. Mais de 3 mil colaboradores participaram e 71% desses participantes apresentaram melhora em indicadores de risco à saúde.

A empresa conta ainda com programas voltados ao cuidado integral, incluindo acompanhamento de gestantes, gestão de doenças crônicas, saúde do viajante, prevenção e apoio em casos de dependência química, além de iniciativas específicas de saúde da mulher e do homem. Entre as

iniciativas recentes, destaca-se a Cabine Emocional, espaço criado nas unidades para oferecer atendimento confidencial, teleconsultas e escuta qualificada. O programa inclui ainda rodas de conversa e encontros coletivos que estimulam o diálogo sobre saúde mental e fortalecem redes de apoio entre os colaboradores.

Essas ações são complementadas por programas de promoção da saúde, telemedicina, acompanhamento clínico e linhas de cuidado especializadas, reforçando a estratégia da Volkswagen do Brasil de integrar prevenção, assistência e qualidade de vida no ambiente de trabalho.

Acidentes de trabalho

(GRI 403-9)

Em 2025, a Volkswagen do Brasil registrou uma redução nos indicadores de acidentes de trabalho em relação ao ano anterior. A taxa de acidentes caiu cerca de 9%, enquanto a taxa de dias perdidos apresentou redução aproximada de 10%.



Ao longo do ano, ações voltadas à prevenção mobilizaram colaboradores e lideranças nas diferentes unidades da empresa. Iniciativas como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT), o Programa Guardiões da Segurança, as atividades de Safety Walking, workshops com a Alta Administração sobre SSO (Saúde e Segurança Ocupacional) e encontros periódicos de diálogo sobre saúde e segurança do trabalho contribuíram para reforçar práticas de prevenção no cotidiano das operações.

Outro avanço em 2025 foi a realização de um diagnóstico especializado da cultura de segurança em todas as unidades da Volkswagen no Brasil. A iniciativa permitiu ampliar a análise sobre comportamentos, práticas e oportunidades de aprimoramento na gestão de segurança. Entre as melhorias implementadas está a modernização do sistema de entrega e registro de equipamentos de proteção individual (EPIs), além da revisão de processos internos relacionados à gestão de segurança.

Acidentes de trabalho

(GRI 403-9)

Indicadores	2023		2024		2025	
	Número	Índice	Número	Índice	Número	Índice
Óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	-	0	-	0	-
Acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	0	-	1	0,05	2	0.09
Acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	165	8,4	161	7,34	157	6,70
Taxa de dias perdidos	809	41,0	1.853	84,43	1774	75,71
O número de horas trabalhadas	19.742.072	-	21.946.776	-	23.431.564	-

A Volkswagen do Brasil mantém o mapeamento sistemático de perigos e riscos associados aos seus processos, garantindo monitoramento contínuo e ações preventiva. Os principais acidentes registrados em 2025 foram corte nas mãos e dedos, entorses e traumas. A caracterização, registro e controle de acidentes do trabalho seguem os critérios estabelecidos na lei 8213/1991 e NBR 14280.

Diálogo com os sindicatos

(GRI 2-29, 2-30)

A Volkswagen do Brasil mantém uma relação histórica de diálogo com as entidades sindicais. Em 2025, esse relacionamento foi marcado pela revalidação dos acordos coletivos vigentes em todas as fábricas até 2028, garantindo previsibilidade para as operações, estabilidade no emprego e a continuidade dos investimentos planejados pela empresa.

Mesmo diante de desafios relacionados ao fornecimento de peças e ao aumento da concorrência no setor automotivo, o processo integrado de negociação envolvendo as quatro fábricas resultou em avanços nas relações de trabalho. Entre os resultados estão a criação de oportunidades de crescimento na indústria, a contratação de mais de 200 profissionais nas unidades de São José dos Pinhais e São Carlos e o reajuste nos valores da Participação nos Resultados (PPR).



A empresa dispõe de canais permanentes de diálogo com as representações dos trabalhadores por meio das Comissões de Fábrica e dos Comitês Sindicais de Empresa (CSE), presentes em todas as unidades. Esse modelo inclui reuniões regulares com as entidades sindicais e encontros trimestrais com a Vice-Presidência de Recursos Humanos e a alta liderança da companhia.

Em 2025, a Volkswagen do Brasil recebeu representantes do Comitê Mundial dos Trabalhadores, incluindo a presidente do Comitê Executivo da Volkswagen AG, além do presidente do sindicato IG Metall no Brasil. As visitas reforçam a integração entre as representações locais e globais dos trabalhadores.

Outro destaque do ano foi a realização do 3º Encontro com Sindicatos e Representações Internas dos Empregados, parte da agenda periódica de diálogo entre a empresa e as entidades sindicais. O encontro reuniu lideranças da Volkswagen e representantes dos trabalhadores para discutir o cenário econômico, os desafios da indústria automotiva e as perspectivas para as relações de trabalho nas unidades da empresa.

Política de remuneração

(GRI 202-1)

A política de remuneração da Volkswagen segue as referências de mercado e os acordos coletivos firmados em cada unidade da empresa, considerando as especificidades regionais. O modelo busca assegurar competitividade salarial e reconhecer o desempenho e o comprometimento dos colaboradores.

Em 2025, a relação percentual entre o salário mínimo vigente no Brasil e o menor salário pago pela empresa, considerando todas as fábricas da Volkswagen do Brasil, foi de 42%.

Além da remuneração fixa, a companhia oferece um conjunto de benefícios que inclui plano de saúde, previdência privada, refeição, transporte fretado e auxílio-creche, entre outros. Os colaboradores também têm acesso ao Portal de Benefícios, plataforma que reúne informações sobre os programas e auxílios disponíveis.



Clientes

Satisfação dos clientes

(GRI 3-3)

(Clientes + Centrada no Cliente)

A satisfação dos clientes é um dos temas materiais da Volkswagen do Brasil e ocupado posição de destaque nas consultas realizadas com stakeholders. Esse resultado reflete a importância crescente da experiência do cliente para o negócio e orienta iniciativas voltadas à melhoria contínua dos produtos, serviços e canais de relacionamento.

Em 2025, a empresa avançou na consolidação de um modelo de atuação 360º na área de Experiência do Cliente, integrando três frentes principais: processos internos, rede de concessionários e relacionamento com o cliente final. A abordagem busca ampliar a visão sobre toda a jornada do consumidor, garantindo o alinhamento entre áreas, mais agilidade na tomada de decisões e consistência nos diferentes pontos de contato com a marca.

O ano também foi marcado pela intensificação da transformação digital no relacionamento com os clientes. O avanço de tecnologias como inteligência artificial e a expectativa por interações rápidas, personalizadas e omnicanal exigiram a evolução de processos e ferramentas de atendimento. Para responder a esse cenário, a empresa ampliou programas de capacitação para vendedores e gerentes da rede de concessionários, com foco na qualidade das interações e na promoção de um atendimento mais humano, inclusivo e alinhado aos princípios de diversidade e respeito.

Outro passo importante foi a implementação da plataforma Salesforce, que integrou diferentes sistemas e centralizou informações da jornada do cliente. Mais de 25 processos foram mapeados e redesenhados ao longo do ano, envolvendo etapas de vendas, pós-vendas e relacionamento. A nova estrutura conecta concessionários, áreas de Experiência do Cliente e Pós-Vendas em um mesmo ambiente de dados, permitindo análises mais rápidas, padronização de informações e respostas ágeis às demandas dos consumidores.

Além de apoiar a modernização do atendimento, a integração de sistemas contribui para a eficiência operacional, com redução de retrabalho, menor uso de recursos físicos e processos mais orientados por dados. A iniciativa fortalece a capacidade da empresa de acompanhar toda a jornada do cliente e aprimorar continuamente seus serviços e canais de relacionamento.

3 perfis dos clientes



Colaboradores
(clientes internos)



Cliente final
(tanto pessoa física
quanto jurídica)



Parceiros
Rede de
concessionárias

Ao longo de 2025, a área de Experiência do Cliente da Volkswagen do Brasil desenvolveu iniciativas voltadas ao aprimoramento da jornada em diferentes pontos de contato com a marca. Para os colaboradores, foram ampliadas ações de capacitação por meio da Academia de CX & Pós-Vendas 2.0, com trilhas de aprendizagem voltadas a empatia, vendas consultivas, novas tecnologias automotivas, gestão de conflitos, canais digitais e sustentabilidade na jornada do cliente. A área também passou a utilizar ferramentas baseadas em inteligência artificial para apoiar o atendimento, com recursos de resumo de casos, recomendações de próxima ação e respostas padronizadas por canal, alinhadas às diretrizes de privacidade e segurança de dados do Grupo Volkswagen.

No relacionamento com o cliente final, a empresa fortaleceu iniciativas de escuta e integração com a rede. Um dos destaques foi a Expedição Experiência VW, que reuniu mais de 800 participantes em encontros regionais com equipes da Volkswagen e concessionárias para discutir avanços nos processos de vendas e pós-vendas. Também foi estruturado o Comitê do Cliente, fórum dedicado à análise de temas críticos de satisfação, a partir de dados de atendimento, pesquisas e indicadores jurídicos. A iniciativa resultou na definição de prioridades e na implementação de mais de 40 planos de ação voltados à melhoria de processos e sistemas que impactam diretamente a jornada do consumidor.

As concessionárias também foram envolvidas em programas de capacitação técnica e de experiência do cliente, com atualização de metodologias de ensino, certificação de profissionais e desenvolvimento de competências voltadas ao novo perfil do consumidor e às tecnologias automotivas emergentes, incluindo a expansão da oferta de veículos eletrificados. Eventos regionalizados e iniciativas de compartilhamento de boas práticas contribuíram para fortalecer o padrão de atendimento da rede.

Metas	Progresso em 2025
Fazer um atendimento melhor e mais rápido.	Atualmente, 99% dos atendimentos são realizados em até um dia útil. Indicador permaneceu estável em relação a 2024.
Resolver o problema do cliente em até 7 dias.	70% dos problemas são resolvidos em até 7 dias. Indicador permaneceu estável em relação a 2024.
Aumentar a satisfação do cliente dentro da central de atendimento.	Em 2025, o índice de satisfação dos clientes (CSAT) da Volkswagen atingiu média anual de 86,7%, representando crescimento de 3% em relação a 2024. O resultado foi impulsionado pelo aumento de 29% nos contatos promotores (notas 4 e 5), evidenciando maior percepção de qualidade e eficiência no atendimento.
Na academia, há metas de certificação dos profissionais e qualificação da rede.	92% da Rede certificada (QIndex), mais de 14 mil profissionais treinados por ano, oferta de mais de 2 mil turmas e 96% dos cursos on-line concluídos.
Ser Top 1 na pesquisa em satisfação do cliente.	Mantida a faixa de liderança (2,2 p.p de aumento em relação a 2024).

Reconhecimento em atendimento ao cliente



A Volkswagen do Brasil recebeu o Troféu de Ouro no Prêmio Smart Customer 2025, na categoria Inovação em Relacionamento. O reconhecimento foi concedido ao projeto de digitalização da jornada de atendimento do serviço de reboque da Assistência 24 horas, desenvolvido em parceria com a empresa Tempo.

A iniciativa implantou um fluxo de atendimento end-to-end via WhatsApp, que permite que o cliente acompanhe e resolva solicitações de forma totalmente digital. O novo modelo tornou o processo mais ágil e transparente, além de reduzir o tempo de resposta e aumentar a eficiência na resolução das demandas.

Solução de conflitos

A empresa manteve o desempenho positivo em indicadores públicos de relacionamento com consumidores. Na plataforma Reclame Aqui, maior plataforma de solução de conflitos entre consumidores e empresas do Brasil, a Volkswagen do Brasil permaneceu com reputação classificada como "Ótimo", com índice de solução superior a 90%, patamar compatível com os critérios do selo RA1000. Em 2025, o indicador de clientes que afirmaram que voltariam a fazer negócio com a marca alcançou 78,6%, refletindo o nível de confiança e fidelização dos consumidores.



Melhor experiência do mercado

Ao longo do ano, a Volkswagen do Brasil avançou na digitalização dos canais de relacionamento, com a ampliação do uso de chatbot em plataformas como URA Digital e WhatsApp. As melhorias contribuíram para aumentar a resolução no primeiro contato e otimizar processos e resultaram em um case premiado com Bronze no Prêmio Cliente SA 2025.

Os avanços na experiência do cliente também foram refletidos em reconhecimento externo. Em 2025, a Volkswagen foi eleita uma das montadoras com melhor experiência do mercado no Experience Awards – O Cliente Indica, promovido pela SoluCX, com base em mais de 10 mil avaliações de consumidores. Os resultados foram acompanhados por meio de pesquisas conduzidas por institutos independentes e monitorados internamente por indicadores como NPS, tempo médio de atendimento e índice de resolução.

Sustentabilidade integrada à jornada do cliente

A Volkswagen do Brasil incorporou conteúdos e práticas de sustentabilidade nos principais pontos de contato com o cliente em 2025, ajustando a experiência do consumidor às diretrizes ambientais do Grupo e ao programa Way to Zero.

Ao longo do ano, temas relacionados à agenda ESG passaram a ser incorporados em canais como o aplicativo Meu VW, o site institucional e os atendimentos da área de relacionamento. As comunicações abordam, por exemplo, o uso de energia renovável nas concessionárias, práticas de descarte responsável e orientações para manutenção eficiente dos veículos, conectando essas ações à redução de emissões e resíduos.

Entre os destaques, a campanha "Serviço Consciente VW" ampliou a presença do tema na rotina do cliente. A iniciativa incluiu a revisão veicular com descarte certificado de materiais, o envio de informações sobre resíduos evitados após a realização de revisões e a disponibilização de conteúdos personalizados no aplicativo, com orientações para uso e manutenção mais eficientes. A proposta busca aproximar a sustentabilidade da experiência cotidiana, com foco em transparência e informação ao cliente.

Rede de concessionárias

(GRI 2-6)



Região 1

(Grande São Paulo)

40 concessionárias



Região 4

(Rio de Janeiro, Espírito Santo e Minas Gerais)

90 concessionárias



Região 2

(Estado de São Paulo)

79 concessionárias



Região 5

(Nordeste, exceto Maranhão)

73 concessionárias



Região 3

(Sul)

114 concessionárias



Região 6

(Norte, Centro-Oeste e Maranhão)

69 concessionárias



A Rede de Concessionárias Volkswagen conta com 465 pontos de venda no Brasil (em janeiro de 2025).

Descarbonização na Rede de Concessionárias – Programa Go to Zero Retail



A Volkswagen do Brasil ampliou a implementação do selo goTOzero RETAIL na rede de concessionárias, um programa global do Grupo Volkswagen voltado à redução do impacto ambiental. A iniciativa integra a estratégia Way to Zero, que estabelece a meta de neutralidade de carbono até 2050.

Em 2025, 20 concessionárias foram auditadas e certificadas no programa, que orienta, mapeia e reconhece ações relacionadas à gestão ambiental. O selo é concedido em quatro níveis (Platinum, Gold, Silver e Bronze), a partir de critérios que avaliam temas como mudanças climáticas, uso de recursos, conformidade ambiental e proteção de ecossistemas.

O Brasil segue como destaque na iniciativa global do Grupo, sendo o primeiro mercado do mundo a alcançar o nível máximo de certificação, com as concessionárias Carbel Prado, em Belo Horizonte (MG), e Importadora Veículos, em Maceió (AL). Um dos exemplos de aplicação prática do programa foi a concessionária Belcar, em Goiânia (GO), que estruturou um centro de reciclagem com triagem, reutilização e destinação adequada de resíduos. A operação manteve resultado financeiro positivo em 2025, indicando a viabilidade econômica de iniciativas ambientais na rede.

Para os próximos anos, a Volkswagen prevê a ampliação do número de concessionárias auditadas e a incorporação de iniciativas relacionadas também aos pilares social e de governança, fortalecendo a estratégia ESG na rede de parceiros.



Cartilha de Diversidade & Inclusão para Concessionários

A Volkswagen do Brasil lançou, em 2025, a versão atualizada da Cartilha de Diversidade & Inclusão voltada à rede de concessionárias, abrangendo equipes de vendas e pós-vendas de todo o país. O material, apresentado originalmente em 2021, foi revisado com o objetivo de apoiar as equipes na aplicação de práticas de atendimento mais inclusivas, promovendo relações respeitadas e condizentes com as diretrizes de Diversidade & Inclusão da companhia.

[Clique aqui para baixar a cartilha](#)



New Brand Design

(Clientes + Centrada no Cliente)

Em parceria com os concessionários, a Volkswagen do Brasil está modernizando todas as 465 lojas nacionais com o New Brand Design, para torná-las cada vez mais humana, próxima, digital, tecnológica, aconchegante, confortável e moderna.

Atualmente, o NBD está em 92% da Rede. A empresa tem a meta de concluir a revitalização em 100% das lojas.

Investimento Social Privado

Fundação Grupo Volkswagen



A Fundação Grupo Volkswagen (FGVW) atua no apoio a iniciativas sociais e educacionais com recursos de um fundo constituído pela Volkswagen. Ao longo de mais de quatro décadas e meia, a instituição já beneficiou mais de 3 milhões de pessoas. Em 2025, foram investidos mais de R\$ 10 milhões, que beneficiaram mais de 36 mil cidadãos, entre projetos próprios e iniciativas de organizações sociais apoiadas.

Nos últimos anos, a Fundação passou por um reposicionamento estratégico e adotou a mobilidade social como causa central de atuação. A partir desse direcionamento, concentrou seu portfólio em iniciativas voltadas à inclusão produtiva, com ênfase em empregabilidade, empreendedorismo e geração de renda, além do fortalecimento de capacidades de indivíduos e organizações sociais. Projetos como Costurando o Futuro e CO.DE School foram mantidos e atualizados, enquanto novas iniciativas ampliaram sua atuação em empreendedorismo comunitário, qualificação profissional de jovens em situação de vulnerabilidade e desenvolvimento territorial.

Para ampliar o impacto, a atuação foi organizada em territórios prioritários próximos às operações do Grupo Volkswagen, como São Bernardo do Campo (SP), São Paulo (SP) e Resende (RJ), além de ações em outras localidades onde a empresa está presente no Brasil. O público prioritário inclui mulheres, jovens e grupos minorizados, com foco em renda como critério central de elegibilidade. A Fundação também faz a gestão de projetos incentivados com recursos das marcas e realiza ações de voluntariado em parceria com a Volkswagen do Brasil e outras empresas do Grupo.

Para mais informações sobre a Fundação Grupo Volkswagen, acesse:

<https://fundacaogrupovw.org.br/transparencia/>

Investimentos sociais da empresa por setor¹

(GRI 3-3, 203-1)

Setor	2023	2024	2025
Cultura	-	R\$ 2.222.222,22	R\$ 2.070.000,00
Educação	R\$ 2.220.114,51	R\$ 2.286.172,18	R\$ 166.931,37
Esporte	R\$ 200.000,00	R\$ 1.088.888,88	R\$ 740.000,00
Ações sociais	R\$ 156.501,71	R\$ 1.201.795,44	-
Saúde	R\$ 4.830.171,77	R\$ 9.053.510,42	R\$ 13.254.171,26
Outros	R\$ 1.000.000,00	-	-
Total	R\$ 8.406.787,99	R\$ 15.852.589,14	R\$ 16.231.102,63

Nota de rodapé:

1. Esses valores não consideram o investimento social feito com recursos próprios da Fundação Grupo Volkswagen, que ultrapassou R\$ 10,5 milhões em 2025 (além das despesas administrativas e de pessoal).

Investimentos sociais da empresa por fonte

Setor	2023	2024	2025
Recursos próprios / investimento direto	R\$ 200.000,00	R\$ 800.000,00	R\$ 200.000,00
Incentivos Fiscais ICMS	R\$ 8.050.286,28	R\$ 14.895.238,14	R\$ 13.704.171,26
Incentivos Fiscais IRPJ	-	-	R\$ 2.160.000,00
Doações de empregados para entidades filantrópicas	R\$ 156.501,71	R\$ 157.351,00	R\$ 166.931,37
Total	R\$ 8.406.787,99	R\$ 15.852.589,14	R\$ 16.231.102,63

Investimentos sociais promovidos pela Volkswagen do Brasil em 2025

Descrição	Projetos	CNPJ beneficiado	Valores 2025
Incentivos fiscais ICMS	Unidade Móvel Saúde da Mulher	07.384.026/0001-20	R\$ 10.871.671,26
	Projeto arquitetônico de novos hospitais nos municípios de Guaira e Matinhos	06.164.906/0001-28	R\$ 2.382.500,00
	Atualização Expográfica do Museu da Imagem e do Som do Paraná	26.171.337/0001-55	R\$ 450.000,00
Incentivos fiscais IRPJ	Em busca de uma estrela – Ano 5	20.816.608/0001-04	R\$ 540.000,00
	Plano de atividades do instituto Artium - Espetáculo Wicked	34.659.778/0001-29	R\$ 1.080.000,00
	Orquestra Master	28.343.494/0001-26	R\$ 270.000,00
	Orquestra Locomotiva	14.451.483/0001-55	R\$ 270.000,00
Recursos próprios	Meia Maratona de SBC	07.936.926/0001-32	R\$ 200.000,00
Doações de empregados para entidades filantrópicas	Projeto 1 Hora para o Futuro	57.716.185/0001-52	R\$ 166.931,37
		03.409.038/0001-00	
		04.960.194/0001-28	
		TOTAL	R\$ 16.231.102,63

Projetos com Incentivos Fiscais de IRPJ 2025



Instituto Brasil Solidário – Lei de Incentivo à Cultura

O Instituto Brasil Solidário é uma organização social sem fins lucrativos – OSCIP – voltada à valorização do ser humano, com projetos de cunho educacional, de fomento às habilidades cognitivas e desenvolvimento socioemocional. Com propostas mobilizadas em escolas públicas dos 26 estados do Brasil, as atividades integram as mais diversas áreas na educação

complementar: Incentivo à leitura, Arte e Cultura, Educação Ambiental, Educação Financeira, Saúde, Educomunicação, Cidadania e Empreendedorismo. Com 25 anos de atuação, o IBS consolida-se como uma organização de impacto social de referência no Brasil e na América Latina com o projeto Vamos Jogar e Aprender e jogos da família PIC\$.

- Período do patrocínio: janeiro/25 a dezembro/25.
- Localização: nacional + América Latina.
- 4.500 professores inscritos.
- + 2.200 participantes em workshops presenciais.
- + 17.000 alunos e professores impactados.
- Lançamento do documentário Virando o Jogo em comemoração aos 25 anos do instituto, com exibição em cinemas pelo país.

EAD

- +2.000 multiplicadores formados.
- Norte: 200 participantes.
- Nordeste: 1.355 participantes.
- Centro-oeste: 117 participantes.
- Sudeste: 372 participantes.
- Sul: 178 participantes.
- Por sexo: 80% mulheres, 20% homens.
- Por raça: 58% pardos, 30% brancos, 9% pretos, 2% amarelos e 1% indígena.

EAD LATAM (com tradução simultânea em espanhol e linguagem de sinais):

- 7 países participantes
- Colômbia, Chile, Costa Rica, El Salvador, México, Panama e Uruguai
- 183 educadores formados



Wicked – A História Não Contada das Bruxas de OZ – Lei de Incentivo à Cultura

O musical Wicked – A História Não Contada das Bruxas de OZ é um dos maiores fenômenos do teatro musical no Brasil, com mais de 1 milhão de espectadores. Em 2026, o espetáculo chega ao Rio de Janeiro, reforçando a estratégia da Volkswagen do Brasil de se aproximar das pessoas por meio da cultura, promovendo conexões com diversidade e inclusão. O patrocínio é realizado via Lei Rouanet, como parte das iniciativas de responsabilidade social e incentivo à cultura da empresa. O projeto também prevê ações de democratização de acesso, com distribuição de ingressos gratuitos, além de atividades de formação.

- Período do patrocínio: 2026 (temporada a partir de 15 de julho).
- Localização: Rio de Janeiro/RJ (Cidade das Artes Bibi Ferreira).
- +1 milhão de espectadores no Brasil.
- Ingressos gratuitos para entidades sociais e escolas públicas
- Cota de ingressos a preço popular.
- Realização de oficinas artístico-pedagógicas em comunidades.
- Patrocínio via Lei Rouanet (incentivo fiscal).
- Integra a estratégia da Volkswagen no território da música e cultura, ao lado de iniciativas como festivais nacionais.



Em Busca de Uma Estrela - Lei de Incentivo ao Esporte

Formação de atletas para o futebol feminino de alto rendimento por meio do acesso à estrutura segura e inclusiva. As participantes contam com um trabalho transdisciplinar, transporte, nutricionista, fisioterapia, assessoria pedagógica, atendimento psicológico e refeições diárias. Durante o projeto são realizadas peneiras para a seleção das participantes, treinamentos e drafts, processo em que times profissionais selecionam as atletas.

- Período de patrocínio: julho/25 a junho/26 – em andamento.
- Localização: Barra Funda/SP.
- 120 meninas atendidas.
- Mais de 90 atletas já foram recrutadas por clubes desde o início do projeto.



Orquestra Master - Fundo Nacional do Idoso

O projeto consiste em uma orquestra formada por pessoas com 60 anos ou mais, que utiliza a música como ferramenta de promoção de saúde e bem-estar. A iniciativa contribui para a melhoria do equilíbrio, da locomoção, da memória e da socialização dos participantes. A metodologia de ensino é adaptada ao público e inclui apresentações periódicas. O projeto oferece aos participantes transporte gratuito, além de atendimento terapêutico e de assistência social.

- Período de patrocínio: janeiro/25 a dezembro/25.
- Localização: Santo André/ SP.
- 79 idosos passaram pelo projeto durante o ano.
- 126 atendimentos terapêuticos realizados.
- 54 atendimentos sociais para acolhimento, orientação e acompanhamento das demandas dos participantes.

Quixote Jovem Mundo do Trabalho – Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente

Promove o desenvolvimento de competências para o mercado de trabalho, por meio de oficinas de comunicação, informática, empreendedorismo, cultura, orientação financeira e cidadania. Os jovens participantes recebem uma bolsa de R\$200,00, vale transporte e alimentação no local. Além das oficinas, os jovens contam com um atendimento psicossocial, que é estendido aos familiares quando necessário.



- Período de patrocínio: junho/25 a junho/26 – em andamento.
- Localização: São Paulo/ SP.
- 80 jovens atendidos por semestre.
- 123 atendimentos psicossociais.

Projetos com Incentivos Fiscais de IRPJ 2025

Projeto: “Saúde Móvel SESA Paraná – Unidade Móvel Saúde da Mulher”

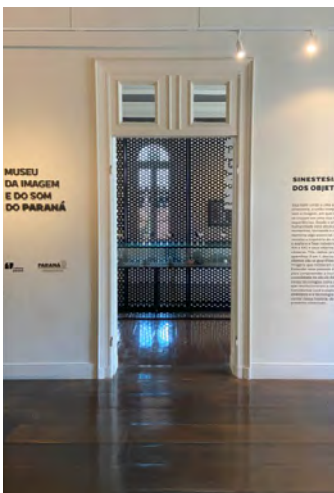


O projeto visa promover a saúde da mulher no Estado do Paraná, com a realização de exames preventivos e diagnósticos, como mamografia, ultrassonografia, papanicolau e ultrassom de tireoide, com foco na detecção precoce de doenças e promoção do bem-estar feminino, utilizando uma unidade móvel (carreta) devidamente estruturada para a realização de exames.

Resultados do projeto:

- Período execução julho/2025 a dezembro/2025.
- R\$ 10.871.671,26 investidos no projeto.
- 121 municípios contemplados.
- 24.736 agendamentos de consultas.
- 10.210 mulheres atendidas.
- 19.852 procedimentos realizados (2.066 exames de citologia / 5.260 consultas médicas / 5.547 mamografias e 6.761 exames de USG).
- 57 detecções precoces (exames alterados).

Projeto: “Atualização Expográfica do Museu da Imagem e do Som do Paraná”



Renovação completa da exposição de longa duração do Museu da Imagem e do Som do Paraná (MIS-PR), com infraestrutura moderna, acessibilidade universal e integração de recursos multimídias e interativos.

Resultados do projeto:

- Período execução julho/2025 a novembro/2025 (reinauguração em novembro).
- R\$ 450.646,32 investido no projeto.
- 3.261 visitantes em dezembro/25 (em dez./24 foram 2.105 visitantes)
- 3.038 visitantes na primeira quinzena de janeiro de 2026.



Projeto: “Projeto arquitetônico de novos hospitais nos municípios de Guaira e Matinhos”

Contratação de empresa especializada para a elaboração de dois projetos executivos destinados à construção de dois novos hospitais nos municípios de Guaira (PR) e Matinhos (PR).

Resultados do projeto:

- Período execução outubro/2025 a dezembro/2025.
- R\$ 2.382.500,00 investidos no projeto
- Entrega do projeto executivo do hospital de Guaira com área estimada de 6.000m².
- Entrega do projeto executivo do hospital de Matinhos com área estimada de 7.000m²



Canal para informações sobre projetos incentivados
E-mail: projetos.incentivados@volkswagen.com.br

Novo SENAI Volkswagen: formação para o futuro da indústria

A Volkswagen do Brasil inaugurou, em 2025, o Novo SENAI Volkswagen na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), para promover a qualificação profissional e o desenvolvimento de talentos para a indústria automotiva. Presente há mais de cinco décadas na unidade, a parceria já formou mais de 7 mil alunos e se consolidou como referência em ensino técnico, integrando teoria e prática em um ambiente alinhado às demandas reais da indústria.



A nova estrutura conta com laboratórios de Automação, Projetos Mecatrônicos e Tecnologia Automotiva, além de recursos avançados como IoT, impressoras 3D e simuladores de produção. A escola se destaca também pela diversidade, com quase 50% dos alunos mulheres, contribuindo para uma formação mais inclusiva e conectada ao futuro do setor.

O programa de dois anos inclui os cursos de Aprendizagem Industrial (diploma de Operador de Processos de Manufatura Automotiva, no primeiro ano) e Técnico em Mecatrônica (no segundo ano). O espaço promoverá ainda com uma nova formação de Técnico em Mecatrônica com especialização em Veículos Elétricos.

Fábricas





Tera impulsiona crescimento industrial da VW

O lançamento do SUVW Tera ampliou a atividade industrial da Volkswagen do Brasil em 2025, com efeito na geração de empregos, na modernização das operações e na movimentação econômica. Produzido exclusivamente na fábrica em Taubaté (SP), o modelo integra a ofensiva de 17 lançamentos da marca no Brasil até 2028, vinculada ao ciclo de investimentos de R\$ 20 bilhões na América do Sul, com 21 lançamentos na região.

A chegada do Tera resultou na criação de 260 empregos diretos na unidade de Taubaté, sendo 40% ocupados por mulheres. Com isso, a fábrica passou a contar com mais de 2.900 colaboradores. Na cadeia de fornecedores, a estimativa é de até 2.600 empregos indiretos. Para viabilizar a produção, a fábrica recebeu atualizações em todas as etapas do processo produtivo. Na área de armação, onde as peças de aço são soldadas e transformadas na carroceria, foram incorporados 347 novos robôs, elevando o total para 875 equipamentos. A estamparia, área onde as chapas de aço são transformadas em peças automotivas, ampliou em 80,6% o número de ferramentas, totalizando 354. A montagem final passou por aumento de capacidade e automatização de processos, com inclusão de novos equipamentos e sistemas eletrônicos.

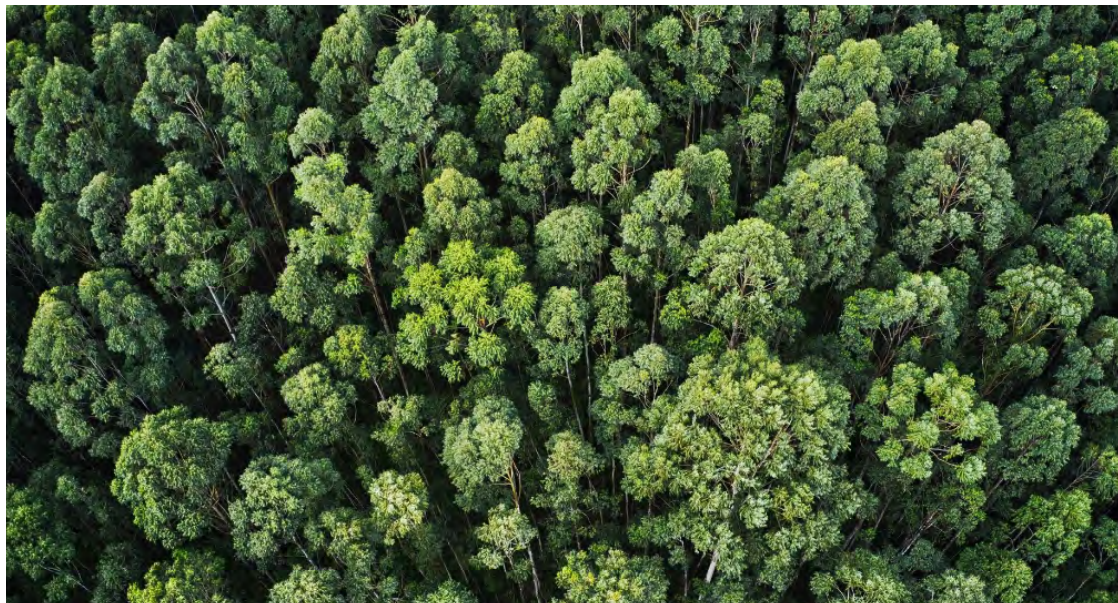


A logística da unidade também foi expandida, com aumento de 51% no volume de peças movimentadas. O número total de itens chegou a 5.385, com a entrada de 1.825 novos componentes. A operação passou a receber 65 caminhões adicionais por dia, totalizando 345 movimentações diárias.

Na área de pintura, a produção do Tera está integrada ao uso de biometano na matriz energética das fábricas de Taubaté e Anchieta. O insumo é destinado principalmente ao processo de pintura de carrocerias e permite redução de até 99% das emissões de CO₂ nessa etapa, em comparação com fontes fósseis.

Desenvolvido, projetado e produzido no Brasil, o Tera é o novo ícone VW e amplia a inserção internacional da Marca. O modelo já é exportado para 18 países da América Latina.

Missão ambiental e gestão de impacto



A Declaração de Missão Ambiental goTOzero orienta a atuação da Volkswagen do Brasil com diretrizes para redução de emissões, uso eficiente de recursos e gestão de impactos. O documento organiza metas, políticas, programas e indicadores do Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e Energia (SGCAE), aplicados em todas as empresas do Grupo Volkswagen.

A declaração é revisada periodicamente para atender a requisitos legais e internos e está baseada em quatro objetivos monitorados por auditorias da ISO 14001: proteção do clima, uso responsável de recursos, preservação de ecossistemas e conformidade ambiental.



Proteger o clima

A Volkswagen foi a primeira fabricante de automóveis do mundo a assinar o Acordo de Paris, que estipulou um nível de ambição de 1,5° C (limite do aumento da temperatura global comparado aos níveis pré-industriais). Para isso, tem concentrado esforços na eletrificação dos produtos, na descarbonização de toda cadeia de valor e no emprego de energia renovável para abastecer sites e clientes. A meta é ser uma empresa neutra em CO₂ líquido até 2050.



Preservar recursos

Ao usar materiais recicláveis, reciclados e recursos renováveis, a Volkswagen busca reduzir a necessidade de matérias-primas primárias. Para tal, a companhia melhorou sua eficiência energética e de recursos e estabeleceu ciclos para materiais e água. Juntamente com os parceiros de negócios, a VW trabalha para reduzir o uso de recursos naturais ao longo da cadeia de suprimentos.



Preservar ecossistemas

A Volkswagen busca diminuir as emissões nocivas para o ar, o solo e a água. Além disso, quer minimizar os impactos das atividades comerciais sobre a biodiversidade e os serviços ecossistêmicos, promovendo projetos para preservá-los.



Assegurar a conformidade ambiental

A Volkswagen do Brasil quer ser referência de empresa moderna, transparente e bem-sucedida em termos de integridade e conformidade, por meio de sistemas eficazes de gestão de conformidade ambiental para identificar e gerenciar riscos e oportunidades ambientais ao longo do ciclo de vida das soluções de mobilidade. A empresa preza por um diálogo aberto com os stakeholders e considera suas expectativas na tomada de decisões.

Zero Impact Factory



A iniciativa Zero Impact Factory estabelece diretrizes e metas ambientais para as operações industriais da Volkswagen, com foco na redução de emissões e no uso eficiente de recursos. O programa tem a meta de reduzir em 50,4% as emissões absolutas de CO₂ até 2030 (base 2018) e alcançar a neutralidade de carbono (Net Zero) até 2050 nas operações do Grupo.

Em 2025, a Volkswagen do Brasil registrou 31,67% de eficiência ambiental, superando a meta anual de 29,13%. Entre os cinco indicadores monitorados — consumo de energia, consumo de água, geração de resíduos, emissões de CO₂ e de compostos orgânicos voláteis (VOC) —, os resultados de CO₂ e VOC atingiram os melhores níveis desde 2010, com eficiência de 40% em ambos os casos.

Os resultados estão associados a mudanças operacionais e tecnológicas nas unidades industriais. Entre os principais fatores estão a entrada em operação do biometano na matriz energética das fábricas, a redução de emissões de VOC na unidade Anchieta, por meio de ajustes no mix produtivo e revisão de fornecedores, e o aumento do reúso de água na fábrica de Taubaté, aplicado ao processo de pintura.

Desde 2018, foram implementadas 1.015 iniciativas de melhoria ambiental nas fábricas, com impacto equivalente à redução do consumo mensal de energia de 1,4 milhão de residências e à economia de água correspondente ao consumo diário de 2,5 milhões de pessoas.

Conclusão do ciclo

Em 2025, a Volkswagen do Brasil concluiu o ciclo do programa Think Blue Factory, iniciado em 2011, e encerrou o uso do indicador UEP (unidade de esforço de produção) como referência ambiental. A gestão passou a incorporar novos instrumentos desenvolvidos em conjunto com a matriz, com foco na padronização e na comparabilidade entre plantas.

Essa fase marca a evolução para o programa **Zoom Impact Factory**, que passa a nortear a gestão ambiental das operações industriais, a partir de 2026, com base em três eixos: Impact Points, Site Checklist e descarbonização. A Volkswagen do Brasil já operava em período de transição, com as novas métricas acompanhadas nas fábricas e os processos alinhados nas unidades. As ferramentas foram introduzidas ao longo de 2025 e passaram a ser adotadas como metas no início de 2026.

Entre os instrumentos, os Impact Points consolidam diferentes indicadores ambientais em uma única métrica quantitativa. Desenvolvida com base em metodologia da Universidade de Berlim, a ferramenta permite avaliar o desempenho ambiental de forma integrada. Ao longo do ano, a empresa buscou adaptar esse indicador à realidade regional, com foco em simplificar sua aplicação e ampliar o uso nas fábricas. O Site Checklist complementa essa abordagem com uma avaliação qualitativa baseada em 146 critérios binários, que indicam o cumprimento ou não a requisitos ambientais em diferentes áreas da operação.



A revisão dos indicadores resultou em uma maior integração entre as unidades e no compartilhamento de práticas operacionais, com validação conjunta entre fábricas no Brasil, Argentina e África do Sul. Também permitiu tornar os dados mais acessíveis, desenvolvendo o entendimento dos colaboradores sobre o desempenho ambiental e energético das operações. Com a consolidação dessas mudanças, a Volkswagen do Brasil avança na padronização da gestão ambiental e na evolução dos instrumentos de monitoramento, alinhando suas operações aos parâmetros globais do Grupo.

Avaliação do consumo de recursos naturais e emissão de gases e resíduos

Indicadores ambientais	Meta por veículo 2025	Resultado por veículo produzido	Números absolutos
Consumo de energia (kWh)	1.238	1.231	663.014.955
Emissões de CO ₂ (kgCO ₂)	77,16	72,68	39.151.686
Resíduos para eliminação térmica ou aterro (kg)	0	0	0
Emissões de VOC – compostos orgânicos voláteis (kg)	3,93	3,59	1.933.778
Água (m ³)	3,02	2,86	1.541.876

Emissões na cadeia logística

A Volkswagen do Brasil conta com dois programas para a redução de emissões na cadeia logística: o Zero Impact Logistics, voltado ao transporte de insumos e componentes, e o goTOzero Impact Logistics, direcionado à distribuição de veículos. As iniciativas têm como meta reduzir em 30% as emissões de CO₂ até 2030 (base 2018) e alcançar a neutralidade até 2050.



Em 2025, os programas obtiveram progressos na eficiência operacional e na escolha de modais de menor impacto. As ações incluíram a otimização da ocupação dos caminhões, que reduziu o número de viagens, a ampliação do uso de bi-trens para aumento de carga por rota e a expansão da frota movida a gás natural (GNV), em substituição ao diesel. Houve também a migração de fluxos críticos para o transporte ferroviário, contribuindo para a redução das emissões de CO₂.

A operação logística passou por integração de sistemas, permitindo uma precisão maior no monitoramento das emissões. A padronização e a automação dos dados reduziram inconsistências e aumentaram a confiabilidade das informações. Como resultado, o inventário de CO₂ tornou-se mais preciso, transparente e auditável, fortalecendo a base para definição e acompanhamento de metas de descarbonização.

Ações implementadas em 2025

- Migração de fluxos críticos para o transporte ferroviário, diminuindo significativamente o CO₂.
- Otimização da ocupação dos caminhões, reduzindo viagens e emissões.
- Ampliação do uso de bitrens para transportar mais carga por rota.
- Expansão da frota a GNV, substituindo veículos a diesel.

Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e de Energia (SGCAE)



As auditorias externas realizadas em 2025 confirmaram a conformidade do Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e de Energia (SGCAE) da Volkswagen do Brasil com as normas ISO 14001 (Gestão Ambiental) e ISO 50001 (Gestão de Energia) em todas as unidades operacionais.

Os resultados destacaram a evolução na padronização das práticas entre as unidades. Ao longo do ciclo de certificação, as auditorias também reconheceram melhorias na estrutura de gestão energética.

Entre os fatores que contribuíram para esse resultado está a descentralização da gestão de energia, com a definição de responsáveis em cada área produtiva. Essa abordagem permitiu um controle maior sobre o consumo e o direcionamento de ações específicas em processos como estamparia, armação, pintura e montagem.

O monitoramento da legislação ambiental na Volkswagen do Brasil conta com uma consultoria especializada e atualizações periódicas. O Comitê de Gerenciamento de Riscos Ambientais mantém reuniões a cada quatro meses para avaliar riscos e prevenir impactos, enquanto o SGCAE passa por análises críticas semestrais para revisão de ações e melhoria contínua.

No período abrangido por este relatório, não foram identificados impactos ambientais adversos reais.

Emissões

(GRI 3-3, 305)

A Volkswagen do Brasil utiliza o inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para o monitoramento e gestão ambiental de suas operações. A empresa adota a metodologia do GHG Protocol e participa do registro público de emissões no Brasil.

Em 2025, a empresa aprimorou os processos de coleta e consolidação de dados do inventário, com a integração de sistemas logísticos ao monitoramento de emissões, a automação das informações e a padronização dos critérios entre as unidades. O uso de dados operacionais ampliou a precisão das medições e reduziu inconsistências nos registros.

Os indicadores são acompanhados por meio do Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e de Energia (SGCAE), conforme a norma interna KRL17, que segue diretrizes ambientais da matriz alemã, e a VW 98.000. O inventário de GEE de 2025, incluído neste relatório, foi auditado externamente em abril de 2026 para validação dos dados.

Selo Ouro GHG Protocol



A Volkswagen do Brasil manteve o Selo Ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol pelo quarto ano consecutivo em 2025. A certificação é concedida a empresas que atendem aos critérios de transparência na publicação do inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE), com dados verificados por organismo independente.

Há 15 anos, a Volkswagen do Brasil elabora o inventário de emissões e, desde 2021, realiza a divulgação pública dos dados. Entre os fatores que contribuíram para o bom desempenho da empresa estão iniciativas de eficiência energética e redução de emissões nas operações, como o uso do biometano nas fábricas de Anchieta e Taubaté, que evitou a emissão de aproximadamente 16.000 toneladas de CO₂, equivalente à preservação de uma área verde de 695 mil m² ou cerca de 92 campos de futebol; a redução do consumo de gás natural na unidade de Curitiba, com impacto de 2.050 toneladas de CO₂ evitadas; e a substituição de empilhadeiras a GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) por modelos elétricos na unidade de Vinhedo, com redução de 16 mil kg de CO₂.

Emissões diretas de gases de efeito estufa (tCO₂ equivalente) – Escopo 1

(GRI 305-1)

	2023	2024*	2025
Geração de eletricidade, calor ou vapor	50.809,1	57.407	55.316
Emissões fugitivas	3.409,5	6.851	2.755
Total de emissões brutas de CO₂	54.219	64.258	58.071

	2023	2024	2025
Emissões biogênicas de CO ₂ (t CO ₂ equivalente)	7.668,73	10.589	17.884

Nota de rodapé:

Ano-base: 2010 - Programa Think Blue. Factory (total das emissões no ano-base: 75.052 tonCO₂e/ano) e 2018 - GHG Protocol (total das emissões no ano-base: 54.473 tCO₂e/ano).

* Errata: o valor total divulgado no relatório de 2024 estava errado, deveria ser a soma e não a subtração dos itens. O valor correto é apresentado nesta tabela.

Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia – Escopo 2

(GRI 305-2)

Após a definição, em 2016, do uso exclusivo de fontes renováveis para a geração da energia elétrica utilizada pela Volkswagen do Brasil, as emissões de CO₂ geradas pela eletricidade passaram a ser nulas. A partir de 2022 entrou em vigor o certificado I-REC (Certificado Internacional de Energia Renovável), que comprova que a energia elétrica consumida é proveniente de uma fonte renovável, assinalando o compromisso da empresa em diminuir o impacto ambiental.

	2023	2024	2025
Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia (t CO ₂ equivalente)	13.681,9	15.036,2	19.597

Nota de rodapé:

Ano-base: 2010 - Programa Think Blue. Factory (total das emissões no ano-base: 22.956 tonCO₂e/ano) e 2018 - GHG Protocol (total das emissões no ano-base: 28.619 ton. CO₂e/ano).

Outras emissões de gases de efeito estufa – Escopo 3 (tCO₂ equivalente)

(GRI 305-3)

	2023	2024	2025
Bens e serviços adquiridos	201,3	220,4	231,42
Transporte e distribuição de materiais e peças	6.324,1	8.853,74	9.296,42
Viagens a negócios	5.945,9	8.324,26	8.740,47
Transporte de colaboradores	55.692,28	61.261,2	64.324,26
Transporte e distribuição de veículos	202.198,2	283.077,2	297.231,06
Total	270.361,8	361.736,8	379.823,64

Nota de rodapé:

Gases incluídos no cálculo: CO₂, CH₄, N₂O.

Ano-base: 2018 – GHG Protocol (total das emissões no ano-base: 264.340 tonCO₂e).

Redução de emissões de gases de efeito estufa (tCO₂ equivalente)

(GRI 305-5)

	2023	2024	2025
Reduções provenientes de emissões indiretas da aquisição de energia (Escopo 2) – Projeto I-REC - Total	13.681,9	15.036,2	19.597

Nota de rodapé:

Emissão evitada com o uso de 100% da energia elétrica proveniente de fontes renováveis com I-REC (PCH + plantas).

Números calculados de acordo com os consumos reais reportados para o Zero Impact Factory, VW 98000 e GHG Protocol.

Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)

(GRI 305-6)

Não é utilizado CFC-11 na Volkswagen do Brasil.

Emissões atmosféricas significativas (t)

(GRI 305-7)

	2023	2024	2025
NOx	145,2	151,5	157,2
SOx	1,4	10,7	14,3
Compostos orgânicos voláteis (COV)	1.580,6	2.091,3	2.021,06

Nota de rodapé:

Números calculados de acordo com os consumos reais reportados para o Zero Impact Factory e VW 98000.



Interações com a água como um recurso compartilhado

(GRI 303-1)

Nas operações industriais da Volkswagen do Brasil, o uso de água é orientado por metas de redução estabelecidas pela iniciativa global Zero Impact Factory, que prevê diminuir o consumo em 30% até 2030, com base em 2010.

A água utilizada na produção é proveniente de diferentes fontes, como fornecimento externo, captação subterrânea e água de chuva, sendo aplicada tanto nos processos industriais quanto em atividades de apoio. Na área de pintura, o uso de sistemas de osmose reversa permite o tratamento e o reaproveitamento da água, que, após utilização, passa por processos de tratamento antes do descarte, conforme os requisitos legais.

Em 2025, a empresa registrou a redução de 137 mil m³ no consumo de água nas operações, volume equivalente ao consumo diário de cerca de 770 mil pessoas. Na unidade de Taubaté, o aumento do reúso de água resultou na redução de 42 mil m³ no consumo, o equivalente ao consumo diário de aproximadamente 236 mil pessoas.

Na planta Anchieta, foram implantados projetos voltados à ampliação do reúso, principalmente na área de pintura, ponto de maior consumo nas operações industriais. O aumento do custo unitário da água ao longo do período também influenciou a decisão de priorizar iniciativas voltadas à redução e ao uso mais eficiente do recurso.

O monitoramento do consumo é realizado por meio de um sistema digital, com acompanhamento mensal de indicadores, metas e ações implementadas nas unidades. Os dados são reportados anualmente à matriz, na Alemanha, e submetidos a auditorias externas, permitindo a comparação de desempenho e o compartilhamento de práticas entre as fábricas do Grupo.

Captação de água (m³)

(GRI 303-3)

	2023	2024	2025
Água de superfície (total)*	2.750,0	2.201,0	1.922,0
Água subterrânea (total)	80.518,3	81.504,7	88.616,3
Água de terceiros	1.275.195	1.422.327,0	1.541.876,0
Captação total	1.358.463,3	1.506.032,7	1.632.414,3

Nota de rodapé:

* A captação de águas pluviais foi considerada no indicador água de superfície.

Consumo total de água e descarte total de água (m³)

(GRI 303-4, 303-5)

	2023	2024	2025
Descarte total de água	831.616	872.649,5	1.071.404,5
Consumo total de água (= captação total de água - descarte total de água)	526.847,3	633.383,1	561.009,8

Nota de rodapé:

Para água de concessionária foram somados os consumos totais das plantas Anchieta, Taubaté, Curitiba e São Carlos. Não há consumo de água de superfície e efluentes de outra organização.

Números calculados de acordo com os consumos reais reportados em m³ para o Zero Impact Factory e VW 98000.

Energia

(GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4)

Todas as unidades da Volkswagen do Brasil utilizam energia elétrica proveniente de fontes renováveis, reconhecidas com Certificado Internacional de Energia Renovável (I-REC) ou declarações certificadas pelo GHG Protocol.

Em 2025, a gestão de energia nas fábricas incorporou ações voltadas à eficiência operacional e à redução de emissões. Entre as medidas adotadas estão a redução da temperatura de caldeiras nas unidades de Curitiba, Anchieta e Taubaté, a substituição de materiais de pintura por alternativas com menor teor de compostos orgânicos voláteis

(VOC) e a otimização do sequenciamento de carrocerias na pintura em Anchieta. Foram implementadas também iniciativas para integrar o planejamento de manufatura e a manutenção e otimizar o consumo de gás natural, além da substituição de empilhadeiras a GLP por modelos elétricos na unidade de Vinhedo.

A gestão energética foi ainda reforçada com a ampliação da aplicação da ISO 50001, com efeito na descentralização das responsabilidades por área produtiva, permitindo controle mais direto sobre o consumo de energia nos processos industriais.



Biometano nas fábricas Anchieta e Taubaté

As fábricas Anchieta e Taubaté ampliaram, em 2025, o uso de biometano em sua matriz energética, consolidando a operação iniciada no ano anterior. As unidades são pioneiras no setor automotivo nacional na utilização do insumo em escala industrial.

Ao longo do ano, foram substituídos 7,6 milhões de m³ de gás natural por biometano nas duas fábricas. A iniciativa evitou a emissão de aproximadamente 16 mil toneladas de CO₂, equivalente à preservação de uma área de cerca de 695 mil m², que corresponde a 92 campos de futebol. O biometano é utilizado principalmente no processo de pintura de carrocerias, etapa com maior consumo energético, permitindo reduzir significativamente as emissões em comparação ao uso de fontes fósseis.

A operação está inserida no mercado livre de gás, modelo adotado pela empresa para viabilizar o fornecimento do insumo renovável. Os contratos atuais para Anchieta e Taubaté garantem o abastecimento até 2029. Atualmente, a expansão para outras unidades está em avaliação, com estudos em andamento para a planta de Curitiba, condicionados à evolução da regulamentação no estado.

Intensidade energética^{1 2 3}

(GRI 302-3)

Os números representam o consolidado das quatro fábricas da Volkswagen (Anchieta, Taubaté, São Carlos e São José dos Pinhais) e o Centro de Peças e Acessórios (PAC), em Vinhedo (SP).

	2023	2024	2025
Consumo de energia dentro da organização (em GJ)	2.241.294,8	2.423.052,03	2.525.361,43
Consumo de energia fora da organização (em GJ)	11.228,8	11.545,7	11.350,2
Consumo de energia total da organização (em GJ)	2.252.523,6	2.434.597,73	2.536.711,6
Intensidade energética (dentro da organização)	6,19	5,24	4,69
Intensidade energética (fora da organização)	0,03	0,02	0,02
Intensidade energética (total da organização)	6,23	5,27	4,71

Nota de rodapé:

1. Intensidade energética é a razão do consumo absoluto de energia por veículo produzido.
2. Tipos de energia incluídos na taxa de intensidade: energia elétrica, gás natural e diesel.
3. Os indicadores de intensidade energética tiveram um aumento no ano de 2022, comparado ao ano 2021. Houve uma redução na quantidade de veículos produzidos por dia trabalhado, o que afetou a eficiência energética e ambiental.

Energia consumida dentro da empresa (em GJ)¹

(GRI 302-1)

	2023	2024	2025
Combustível de fontes não renováveis (diesel e gás natural)	879.062,1	968.931,7	751.984,2
Consumo de combustíveis de fontes renováveis (biometano)	-	48.487,9	275.958,8
Energia consumida (eletricidade)	1.264.698,7	1.405.632,5	1.497.418,4
Energia vendida (eletricidade)	97.053	38.196	3.056,4
Total de energia consumida	2.241.294,8	2.461.248,0	2.525.361,4

Nota de rodapé:

1. Números calculados de acordo com os consumos reais reportados para o Zero Impact Factory, VW 98000 e GHG Protocol.

Energia consumida fora das fábricas (em GJ)¹

(GRI 302-2)

2023	2024	2025
11.228,8	11.545,7	11.350,2

Nota de rodapé:

1. Os números correspondem às somas dos valores de energia consumidos no escritório financeiro do Jabaquara, em São Paulo, e no Centro de Peças e Acessórios da cidade de Vinhedo.

Reduções de consumo de energia em decorrência de melhorias implementadas (em GJ) ^{1 2}
(GRI 302-4)

	2023	2024	2025
Redução de temperatura fluido térmico (Anchieta)	1.871,6	29.174,29	23.613,1
Compressores de alta eficiência 12 Bar (Curitiba)	1.722,2	11.480,40	6.718,5
Desligamento da caldeira elétrica (Taubaté)	556,6	1.465,92	1.882,8
Troca de robôs OP 60 (São Carlos)	1.892,2	1.289,16	162,65
Total	6.042,6	43.409,7	32.377,03

Nota de rodapé:

1. Foram escolhidas as maiores reduções do ano 2023 (uma por planta). A soma de todas as ações de redução pode ser identificada no GRI 302-1.

2. Somente os valores reportados em 2024 são relativos às novas ações inseridas no índice. As ações referentes aos números de 2022 e 2023 encontram-se nas edições anteriores do relatório.

Certificação Lixo Zero multisites

Curitiba

São Carlos

Taubaté

Vinhedo

A Volkswagen do Brasil renovou o Certificado Lixo Zero multisites em 2025, concedido pelo Instituto Lixo Zero Brasil e reconhecido pela Zero Waste International Alliance (ZWIA). A empresa foi primeira montadora do país a obter a certificação nesse formato.

Ao longo do ano, as fábricas de Taubaté, Curitiba, São Carlos e o PAC de Vinhedo mantiveram mais de 90% dos resíduos gerados encaminhados para reutilização, reciclagem ou compostagem – evitando aterros sanitários, coprocessamento e incineração. As plantas obtiveram a recertificação com nota máxima “A” em boas práticas de gestão de resíduos. Entre as iniciativas adotadas estão a ampliação da coleta seletiva, o uso de biodigestores para resíduos orgânicos, a reutilização de materiais como paletes e pneus e a adoção de embalagens retornáveis.

Foram implementadas também soluções voltadas à circularidade de materiais, como a reciclagem e o balanceamento químico de solventes utilizados na pintura, além do reaproveitamento de resíduos produtivos em diferentes processos industriais, a exemplo São José dos Pinhais, que reaproveita a cola utilizada na armação para a produção de tinta, e São Carlos, que faz a reutilização de insertos e broca.

Avaliação por planta



Resíduos gerados (t)

(GRI 306-3)

	2023	2024	2025
Peso total dos resíduos gerados (toneladas métricas)	75.905,8	78.374	93.262,4
Resíduos perigosos	3.733,9	4.491,6	5.288,5
Resíduos não perigosos	72.171,9	73.882,4	87.973,9

A maioria dos resíduos gerados pela Volkswagen do Brasil são compostos não perigosos encaminhados para reciclagem, dos quais os metais são a maior parte. Os demais resíduos são direcionados para reutilização, reciclagem, compostagem, processamento térmico ou aterro. O descarte é feito diretamente pela companhia ou por terceiros, ou ainda confirmado diretamente pela VW.

Resíduos não destinados para disposição por operação de recuperação (t)

(GRI 306-4)

Resíduos Perigosos	2023	2024	2025
Reutilização	153,3	70,5	120,1
Reciclagem	655,8	708	903,4
TOTAL	809,1	778,5	1.023,5

Resíduos não perigosos	2023	2024	2025
Reutilização	12.426,4	566,7	0,00
Reciclagem	57.994,4	70.933	85.000,5
Compostagem	0,00	0,00	539,9
TOTAL	70.420,8	71.499,7	85.540,4

Resíduos destinados para disposição final (t)

(GRI 306-5)

Resíduos perigosos	2023	2024	2025
Incineração (com recuperação de energia)	2.921,8	3.711,6	4.261,6
Incineração (sem recuperação de energia)	3,04	1,6	3,4
Confinamento em aterro	0,00	0,00	0,00
TOTAL	2.924,8	3.713,2	4.265

Resíduos não perigosos	2023	2024	2025
Incineração (com recuperação de energia)	1.659	2.294	2.337,2
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00	0,00	0,00
Confinamento em aterro	92,1	88,7	96,2
TOTAL	1.751,14	2.382,7	2.433,4

Nota de rodapé:

Devido à instabilidade de mercado em 2023, a escassez de semicondutores e seus efeitos no mercado, como fechamento de fábricas durante alguns meses e redução de produção, os indicadores totais foram fortemente influenciados.

Reaproveitamento de materiais e economia circular

A Volkswagen do Brasil desenvolve iniciativas de economia circular voltadas ao reaproveitamento de materiais e à redução de resíduos nos processos produtivos. Entre as ações em andamento estão a reutilização de insertos e brocas na planta de São Carlos, com retorno das ferramentas ao fornecedor após o uso, e na planta de São José dos Pinhais, a cola utilizada em processos produtivos é reaproveitada na fabricação de tintas, destinadas a aplicações internas.

Os compromissos de logística reversa seguem em ação para materiais como óleos, baterias e pneus. Em 2025, a empresa avançou na estruturação de novos projetos voltados à ampliação do uso de embalagens plásticas reutilizáveis na cadeia logística. Ao longo do ano, também foram promovidas iniciativas em parceria com a área de Inovação para ampliar a atuação em economia circular.

Entre os projetos em desenvolvimento está o **Part Cycle**, voltado à criação de um modelo para reciclagem de veículos em fim de vida (ELVs), alinhado a requisitos regulatórios do setor automotivo. Outro projeto em andamento é o **Relife**, que prepara a Volkswagen para acessar os benefícios do Programa MOVER. O projeto irá estruturar um processo de geração, auditoria e validação dos créditos de reciclagem, permitindo que esses créditos sejam utilizados para compensação antecipada de IPI.

Essas iniciativas ampliam o escopo da economia circular nas operações da Volkswagen do Brasil e avançam na integração do tema à estratégia corporativa.

Volkswagen atinge 26 milhões de veículos produzidos no Brasil

A Volkswagen do Brasil alcançou, em 2025, a marca de 26 milhões de veículos produzidos no País, consolidando sua posição como a maior fabricante de automóveis da história da indústria nacional. O volume representa 26% das 100 milhões de unidades já produzidas pelo setor automotivo brasileiro.

O marco foi atingido com o Polo, modelo que também lidera as vendas no mercado nacional. Em 2025, o veículo registrou a marca de 1 milhão de unidades produzidas no Brasil e completou 50 anos no mundo, com mais de 20 milhões de unidades emplacadas globalmente. A produção está distribuída entre as unidades de Anchieta, em São Bernardo do Campo, e Taubaté, responsáveis pela fabricação do modelo no País. As fábricas integram a estrutura industrial da Volkswagen do Brasil, que inclui ainda a unidade de São José dos Pinhais e a planta de motores de São Carlos.

Outro destaque foi o T-Cross que alcançou a marca de 500 mil unidades produzidas no Brasil em 2025. Fabricado na unidade de São José dos Pinhais (PR), o modelo é o SUV mais vendido do País desde 2023 e liderou também o segmento na América do Sul em 2025. Lançado em 2019 como o primeiro SUV compacto da marca produzido localmente, o T-Cross consolidou sua presença no mercado e integra a estratégia de expansão da Volkswagen na região.



Nova Ofensiva de Produtos

(Produtos + Digital)



A Volkswagen ampliou sua estratégia de renovação de portfólio na América do Sul, com um plano de 21 lançamentos até 2028, sustentado por investimentos de R\$ 20 bilhões na região. Desse total, R\$ 16 bilhões são destinados ao Brasil, com aplicação no lançamento de 17 novos veículos, além de novos recursos e tecnologias em processos produtivos nas quatro fábricas da empresa. A ofensiva inclui modelos com diferentes tecnologias de propulsão, incluindo veículos eletrificados desenvolvidos localmente.

Até 2025, oito modelos já foram lançados no Brasil: Novo T-Cross, Novo Taos, Nova Amarok, Novo Nivus, Nivus GTS, Tera, Golf GTI e Novo Jetta GLI. Os lançamentos fazem parte da estratégia de atualização do portfólio e de ampliação da presença da Marca em segmentos relevantes do mercado, como SUVs, picapes e sedãs.

Os investimentos contemplam ainda novos projetos industriais. A unidade Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), receberá dois veículos inéditos, enquanto a fábrica de São José dos Pinhais (PR) produzirá a nova picape Tukan. Em Taubaté (SP), a produção do Tera marca a chegada da Volkswagen em um novo segmento, de SUV de entrada, e a unidade de São Carlos (SP) se prepara para produzir um novo motor voltado à eletrificação.

A ofensiva inclui a introdução da plataforma Projeto MQB Hybrid, desenvolvida com participação da engenharia no Brasil para a região. A arquitetura permite a integração entre sistemas de combustão e eletrificação, além de incorporar avanços em conectividade e segurança, com destaque para tecnologias de assistência à condução (ADAS). O projeto envolve capacitação técnica e adoção de recursos avançados de simulação no desenvolvimento dos veículos.

Ofensiva de produtos em 2025



Tera



Nivus GTS



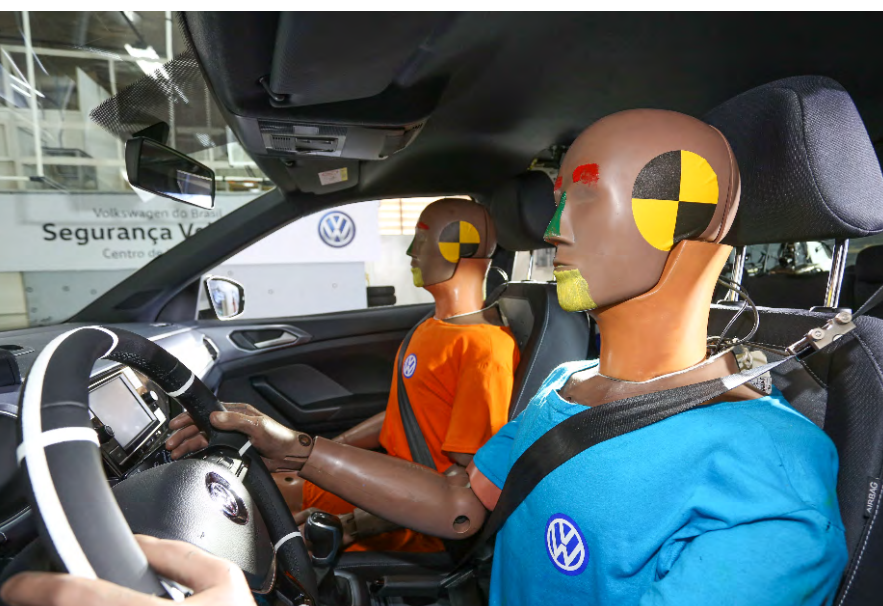
Golf GTI



Novo Jetta GLI

Segurança Veicular

(GRI 416-1, 416-2)



A segurança veicular é um dos pilares no desenvolvimento de produtos da Volkswagen do Brasil, com investimentos contínuos em tecnologia e no aprimoramento dos processos. Desde a criação do Laboratório de Segurança Veicular, em 1971, a empresa atua de forma pioneira no País, ampliando a adoção de sistemas de segurança ativa e assistências à condução, além de incorporar ferramentas digitais para qualificar as análises e validações.

Os veículos desenvolvidos pela Volkswagen atendem a requisitos rigorosos, de acordo com a legislação nacional e internacional e aos padrões internos da companhia, com avaliações complementares realizadas por instituições independentes, como o Latin NCAP. Em 2025, modelos como Novo Taos e Tera obtiveram classificação máxima nos testes, ampliando o portfólio de veículos cinco estrelas da marca no Brasil (saiba mais abaixo).

A governança do tema inclui comitês dedicados à análise de riscos e à implementação de melhorias, além da capacitação contínua das equipes de engenharia e da atuação conjunta com fornecedores. O Laboratório de Segurança Veicular, localizado na Anchieta e acreditado pela ISO 17025 em parte de seus processos, segue como base para testes e validações. No período deste relatório, não foram registradas não conformidades relacionadas à segurança dos produtos ou impactos à saúde dos clientes.

Cinco estrelas em segurança

(GRI 3-3, 416-1)



A Volkswagen do Brasil segue com o maior portfólio 5 estrelas (nota máxima em segurança) pelo Latin NCAP no Brasil, incluindo Tera, Novo T-Cross, Novo Taos, Novo Tiguan, Virtus e Jetta GLI.

Entre os destaques do ano, o Novo Taos foi novamente avaliado pelo Latin NCAP e manteve a classificação máxima obtida anteriormente, agora sob o protocolo mais recente. O modelo conta, em todas as versões, com frenagem autônoma de emergência (AEB), seis airbags, alerta de frenagem de emergência (ESS) e controles de estabilidade e tração. O resultado reforça a padronização de equipamentos de segurança ativa e passiva nos modelos da Marca.

O Tera, lançado em 2025 e produzido no Brasil, também alcançou cinco estrelas na avaliação, passando a integrar o grupo de SUVs mais bem avaliados do País. O modelo incorpora sistemas de assistência à condução e estrutura com materiais de alta resistência, seguindo os mesmos critérios aplicados globalmente pela Volkswagen.

O protocolo do Latin NCAP (2020–2025), programa independente de avaliação de segurança automotiva na América Latina e Caribe, considera quatro pilares: proteção de ocupantes crianças, proteção de pedestres e sistemas de assistência ao condutor. A nota final é definida pelo menor desempenho entre os grupos, com base em testes de impacto e avaliação de tecnologias de segurança.

Emissões de produtos regulamentadas

(GRI 302, 302-5)

A atuação da Volkswagen do Brasil na agenda regulatória do setor automotivo inclui a participação ativa no Programa MOVER (Mobilidade Verde e Inovação) e no Rota 2030, iniciativas que estabelecem diretrizes para eficiência energética, segurança veicular e descarbonização. Em 2025, o MOVER avançou ao incorporar novos critérios técnicos, como pegada de carbono, reciclabilidade e ampliação dos requisitos de tecnologias ADAS, exigindo uma evolução na abordagem de engenharia e no desenvolvimento de produtos.

Ao longo do ano, a empresa intensificou as análises técnicas e a adaptação de seu portfólio a essas exigências, com atuação em comissões do setor automotivo. Esse movimento já se reflete nos veículos, que passam a integrar requisitos ambientais mais robustos, alinhados a programas como o Proconve e o próprio MOVER. Modelos como o Polo Robust, Polo Track, Polo TSI MT e Tera MPI foram incluídos no programa Carro Sustentável, levando em conta novos parâmetros, como as emissões de CO₂e do poço à roda e índices de reciclabilidade.

Em linha com o Acordo de Paris, a Volkswagen estabeleceu a estratégia global Way to Zero, que direciona a companhia à neutralidade de carbono até 2050. A abordagem integra a gestão de emissões de CO₂ ao desenvolvimento do negócio, com iniciativas que abrangem desde a fase de pesquisa e desenvolvimento até a produção e o uso dos veículos. Esse direcionamento também se estende à cadeia de suprimentos, com ações voltadas à redução de emissões de CO₂e e ao fortalecimento de práticas mais sustentáveis em toda a cadeia de valor (saiba mais no cap. Estratégia e Gestão).

Sustentabilidade no desenvolvimento do produto

(GRI 302-5)



Na Volkswagen do Brasil, a sustentabilidade ambiental orienta o desenvolvimento de produtos desde as etapas iniciais, influenciando decisões de engenharia, design e cadeia de fornecedores. Em 2025, esse direcionamento teve foco na eficiência energética, no desenvolvimento de motorização eletrificado, na aerodinâmica e outras formas de redução de atrito, na escolha de materiais e na integração eletrônica. Esses elementos guiaram a definição de metas técnicas que equilibram inovação, exigências regulatórias e expectativas do mercado.

O avanço dos estudos conduzidos pelo Way to Zero Center ampliou a incorporação de critérios de emissões nas decisões de produto, com destaque para a análise de CO₂ e do poço à roda, que considera a pegada de carbono das formas de energia utilizadas pelo veículo. Ao mesmo tempo, a companhia prepara a evolução para o conceito de “berço ao túmulo”, incorporando variáveis como uso de materiais reciclados e impacto ao longo de todo o ciclo de vida. Também houve progressos em competências de *powertrain* eletrificado, gerenciamento térmico e eletrônica de potência, reforçando a integração entre a necessidade de descarbonização e as tecnologias adotadas para os veículos da Marca.

A eficiência dos veículos é medida em laboratório, conforme a norma NBR 7024, e o consumo energético da frota é calculado de acordo com as diretrizes do programa Rota 2030 e MOVER. A empresa mantém também o acompanhamento anual do consumo energético médio da frota colocada no mercado, além de realizar projeções para os anos seguintes, sustentando a estratégia de novos produtos e tecnologias alinhadas à descarbonização.

Estrutura técnica

O **Centro de Design e Engenharia** da Volkswagen do Brasil, localizado na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), reúne as principais atividades de desenvolvimento de produtos da empresa na América Latina. Criado em 1965, foi o primeiro da Volkswagen fora da Alemanha com atuação completa, do design à produção.

A estrutura conta com mais de 20 laboratórios para pesquisa e desenvolvimento, incluindo o **Laboratório de Segurança Veicular**, responsável pela realização de *crash-tests*, entre outros testes avançados, é pioneiro no Brasil e referência no Grupo, e o **Laboratório de Emissões Veiculares**, pioneiro no País, voltado à medição e controle de emissões. A empresa conta ainda com **Laboratórios de Realidade Virtual e Aumentada**, utilizados no desenvolvimento de veículos, criação de protótipos virtuais e simulações de processos produtivos, permitindo validar soluções digitalmente antes da aplicação física e aumentar a eficiência dos projetos. Em 2024, foi inaugurado o **SoLiSi** (Sonnenlichtsimulation), sistema de simulação de radiação solar que permite acelerar testes de intemperismo e envelhecimento de peças, reduzindo prazos de validação. A fábrica Anchieta concentra as atividades de pesquisa, desenvolvimento, produção e testes, enquanto o **Campo de Provas** de Taubaté complementa a validação de desempenho e segurança dos veículos.



Inovação e novos modelos de negócio

(GRI 3-3)

O Desafio de Inovação Aberta da Volkswagen do Brasil, criado em 2024, ganhou desdobramentos em 2025 com a implementação dos projetos selecionados no ciclo anterior e a realização de uma nova rodada de desafios. Entre as iniciativas postas em ação, a startup Ecomilhas, aplicativo que recompensa usuários financeiramente (*cashback*

ou *gift cards*) por optarem por transporte sustentáveis, foi priorizada para o piloto com colaboradores. Ao longo do ano, a adesão ao projeto passou de 100 para cerca de mil participantes a partir do próprio engajamento dos colaboradores. A iniciativa registrou a geração de aproximadamente 4 mil toneladas de carbono evitadas pelos deslocamentos monitorados, incluindo trajetos fora do contexto corporativo.

Em outubro, a empresa lançou uma nova edição do programa, com desafios abertos nas áreas de Logística e Recursos Humanos. Cerca de 20 *startups* participaram e, dessas, duas foram selecionadas (Implanta e AutoU), com foco na melhoria da eficiência operacional e na integração de dados para gestão de pessoas. Ambas avançaram para a fase de contratação ao fim de 2025, com previsão de implantação dos pilotos na sequência, ampliando a aplicação prática das soluções identificadas pelo ecossistema de inovação.

Território Agro

A Volkswagen do Brasil firmou uma parceria com a agtech Grão Direto para viabilizar a compra de veículos por meio do modelo de barter, com pagamento em grãos. A iniciativa utiliza a plataforma Barter Fácil, que permite ao produtor rural negociar diretamente sua produção como moeda de troca na aquisição de modelos da Marca.



O projeto foi iniciado como piloto com cinco concessionárias e, ao longo de 2025, ampliado para outros clientes interessados, encerrando o ano com 12 operações participantes. No período, foram realizadas nove vendas nesse formato, além da geração de mais de mil *leads*, que passam a compor o potencial de conversão em vendas futuras. O programa reforça o posicionamento da Volkswagen no Território Agro e representa uma tendência de diversificação nas formas de negociação, ampliando o acesso a veículos com soluções inovadoras e compatíveis com a realidade do produtor rural.

Intraempreendedorismo

Em 2025, o programa de intraempreendedorismo da Volkswagen foi reformulado e passou a adotar um modelo mais abrangente de reconhecimento, valorizando não apenas quem propõe a ideia, mas todos os profissionais que contribuem para sua implementação, validação e aprovação. Reforçando o reconhecimento de ponta a ponta, o novo formato foi renomeado como InovaVW (antigo Geração de Ideias). Somente em 2025, o programa contou com 90 iniciativas implementadas por colaboradores da empresa, que, em conjunto, geraram um impacto econômico significativo, com redução e custos evitados na ordem de R\$ 11,6 milhões.

Digitalização e conectividade do veículo

(GRI 3-3)

A Volkswagen do Brasil lançou, em 2025, o **OTTO**, a primeira inteligência artificial generativa desenvolvida por uma montadora no País. Disponível no Novo Tera para veículos com sistema Android e IOS e serviço de carro conectado ativo, a tecnologia amplia as funcionalidades de conectividade e inaugura um novo modelo de interação entre motorista e veículo.

Desenvolvido pela equipe VW Tech_ em parceria com a Accenture Brasil, o OTTO utiliza modelos de linguagem integrados a dados do veículo e a aplicativos externos. O sistema permite comandos de voz para acessar informações sobre o veículo, indicar manutenções, consultar rotas e serviços, além de responder a perguntas abertas sobre temas variados, como clima, rotas, autonomia do veículo e serviços próximos. A solução também incorpora funcionalidades de manual generativo e acompanhamento do uso do veículo, consolidando a estratégia de digitalização da Marca no mercado brasileiro.



Ecossistema digital



A estratégia de conectividade da Volkswagen no Brasil teve início em 2020, com o lançamento do Nivus e a introdução da central multimídia VW Play. Em 2024, o Novo Nivus marcou a evolução desse sistema, com a chegada do VW Play Connect e do aplicativo Meu VW 2.0, que ampliaram as funcionalidades digitais e a integração entre veículo e usuário.

As soluções permitem o acesso remoto a diversas funções do veículo, como travamento de portas, acionamento de buzina e luzes, além da consulta a informações operacionais, alertas de manutenção e agendamento de serviços. O ecossistema também inclui aplicativos embarcados e recursos baseados em inteligência artificial, como manuais digitais interativos.

Em 2025, a conectividade foi ampliada para novos modelos. O Novo T-Cross e o Novo Tera passaram a sair de fábrica com o VW Play Connect e o aplicativo Meu VW 2.0, enquanto o Novo Taos terá essas funcionalidades incorporadas em sua linha 2026. No mesmo período, a Volkswagen lançou o Volks Club, programa de assinatura que reúne serviços e benefícios vinculados ao uso do veículo conectado.

Detalhes em cada etapa

(GRI 3-3, 416-1)

1



Pré-desenvolvimento do produto

Desde o início do projeto, aspectos como segurança, desempenho e *design* são extremamente relevantes. A proteção dos motoristas e pedestres, por exemplo, é um item essencial desde o princípio do desenvolvimento do produto.

2



Desenvolvimento

Todos os componentes dos veículos são elaborados e testados sob os mais modernos processos laboratoriais – com a utilização de recursos como simulações de previsões veiculares – durante os testes de emissões, *crash*, desempenho, durabilidade, ruídos, integração eletrônica etc.

3



Certificação

Os veículos Volkswagen possuem diversas certificações que garantem o elevado padrão de qualidade, superando o exigido nas legislações e normas brasileiras. A certificação Latin NCAP, por exemplo, é obtida por meio de resultados excepcionais nos ensaios destrutivos em *crash-tests*, etapa indispensável que antecede a sua liberação ao mercado. Durante o processo, manequins antropométricos de última geração permitem certificar os valores biomecânicos obtidos em órgãos vitais. Os resultados para obtenção de 5 estrelas superam os padrões de segurança exigidos por lei.

4



Fabricação e produção

A montadora dá início à fabricação do produto somente após a certificação da eficiência dos componentes e do veículo completo. O modelo precisa atender às especificações aprovadas no projeto.

5



Marketing e comunicação

As áreas de Marketing, Comunicação, Assistência Técnica, entre outras, são as responsáveis por divulgar os aspectos de segurança veicular aos consumidores, orientando-os sobre a utilização dos recursos disponíveis.

6

Uso do produto

A orientação sobre os recursos de segurança disponíveis e sua correta utilização é uma preocupação constante da montadora. Ela está retratada em detalhes nas mídias e no manual do proprietário. Além deste, a Volkswagen disponibiliza aos clientes orientações de segurança veicular e um caderno de direção segura, com instruções para ajustes dos componentes de segurança, visando obter a posição ergonomicamente mais segura de direção e alcançar o melhor desempenho do sistema em caso de colisão.

7

ISO 9001

Todas as etapas que integram o ciclo de vida dos produtos e serviços da Volkswagen do Brasil são estruturadas com base no Sistema de Gestão da Qualidade da empresa (ISO 9001), que se soma a outras normas internas.

Informações disponíveis aos consumidores

(GRI 417-1, 417-2)

Todos os produtos são identificados por meio de rótulos e gravações, que atendem às exigências legais (segurança do produto, meio ambiente, qualidade e telecomunicações) e trazem informações complementares da própria Volkswagen do Brasil sobre a funcionalidade e o uso correto de determinados equipamentos e para a manutenção dos veículos. O Guia VW, também conhecido como Manual do Proprietário, é disponibilizado em formato digital a todos os clientes, com informações apresentadas de modo didático para facilitar o uso correto pelos consumidores, garantindo sua segurança.

Com foco em otimização de processos, redução de custos e conscientização ambiental, a equipe de Pós-Vendas buscou informações comuns entre os veículos para unificar o documento. Atualmente, já estão implementados um manual para toda a linha de veículos nacionais, um para os exportados para a Argentina e outro para importados. Para os mercados LAM e norte da África, a estratégia está em desenvolvimento. Estabelecendo conexões com plataformas digitais, foi possível criar manuais impressos mais enxutos (apenas 60 páginas), que abrangem temas de segurança e legislação. Os textos direcionam o leitor para saber mais no site da VW ou no App Meu VW, dispondo de manuais digitais exclusivos por modelo e com o conteúdo na íntegra (chegando a 350 páginas). Além das informações disponíveis no manual de instruções e no Guia Volkswagen, o cliente também tem à disposição o Manual Cognitivo, que aplica inteligência artificial para entender e responder às dúvidas.

Fornecedores





Cadeia de fornecedores acompanha expansão de produtos e produção

A rede de fornecedores tem papel central nas operações da Volkswagen do Brasil e no atendimento à estratégia de lançamentos e crescimento da produção. Em 2025, a cadeia de suprimentos acompanhou a ampliação do portfólio e a demanda por novos projetos da marca no País.

Um dos principais exemplos foi o lançamento do Novo Tera. O modelo demandou cerca de R\$ 3,23 bilhões em compras de peças em 2025, valor equivalente a 12% do total previsto para aquisições de peças pela empresa no ano, estimado em R\$ 26,3 bilhões. O veículo apresenta índice de nacionalização de 80%, o que representa mais de 230 empresas brasileiras. Entre elas, 21 estão localizadas no Vale do Paraíba.

Em 2025, a companhia contou com 414 fornecedores de peças de veículos. Desse total, 241 empresas participam do fornecimento para o Novo Tera (58% da base de fornecedores da marca). Os dados refletem a estratégia de priorização de fornecedores locais e de integração da cadeia de suprimentos aos projetos de desenvolvimento e produção de veículos no Brasil.

Desafios

Os desafios do mercado em 2025 exigiram atenção a fatores externos que impactaram a cadeia de suprimentos. Entre as adversidades estiveram a disponibilidade de semicondutores, as limitações na logística internacional, afetada por tensões geopolíticas, eventos climáticos e restrições de transporte, e a situação financeira de parte da cadeia de fornecedores nacionais, influenciada pelo cenário de crédito e taxas de juros.

Para mitigar esses riscos, a Volkswagen do Brasil adotou estratégias como o desenvolvimento de fornecedores alternativos, a gestão pontual de estoques para componentes mais sensíveis e a atuação conjunta entre áreas como Engenharia, Qualidade, Finanças e Suprimentos para acelerar decisões e soluções. Esse modelo de atuação permitiu manter a continuidade das operações e responder de forma ágil às variações do ambiente de fornecimento.

Volkswagen Sustainable Chain

A Volkswagen do Brasil deu continuidade ao programa Volkswagen Sustainable Chain, iniciado em 2024 para fortalecer o diálogo e o desenvolvimento de práticas ESG na cadeia de suprimentos.

Após envolver 40 parceiros estratégicos no primeiro ciclo, em 2024, o projeto avançou em 2025 com conversas aprofundadas com 15 fornecedores. As discussões focaram programas e ações relacionadas a temas ambientais, sociais e de governança, com destaque para iniciativas de economia circular.

O objetivo do programa é estimular a troca de experiências e apoiar o desenvolvimento de projetos ESG na cadeia automotiva brasileira, tendo a Volkswagen do Brasil como articuladora desse processo com parceiros estratégicos.



Medidas ESG para a cadeia de valor

1. Políticas Internas
2. Treinamentos
3. S-Rating
4. Media Screening
5. Grievance Mechanism



Políticas internas

Os processos de compras da Volkswagen do Brasil são orientados pelos princípios éticos estabelecidos no Código de Conduta, na Política de Sustentabilidade e na Cartilha de Melhores Práticas para Aquisição de Bens e Serviços, documentos que definem as normas de suprimentos adotadas pela empresa e os critérios para a condução de negociações e contratação de fornecedores. Esses instrumentos consideram aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG), além de critérios econômicos, que orientam a nomeação de novos parceiros de negócios.

Como parte desse conjunto de diretrizes, a Volkswagen do Brasil disponibiliza a Cartilha de Diversidade e Inclusão para Parceiros de Negócios, que orienta fornecedores quanto à adoção de práticas inclusivas, ao respeito aos direitos humanos e à promoção de um ambiente de trabalho diverso e livre de discriminação ao longo da cadeia de suprimentos.

As políticas de compras da Volkswagen do Brasil são revisadas e ajustadas pelo time do GRC (Governança, Riscos e Compliance) sempre que necessário e, anualmente, são objeto de avaliação em auditorias internas e externas da Gestão de Qualidade (ISO 9001).



Treinamentos

Em 2025, a Volkswagen do Brasil realizou treinamentos voltados a compradores e fornecedores com foco na disseminação de conhecimentos relacionados à sustentabilidade, aos critérios de avaliação de fornecedores (S-Rating) e às diretrizes do processo de compras. Ao longo do período, foram registradas aproximadamente 900 horas de capacitação, distribuídas em diferentes sessões.

Para os fornecedores, foram conduzidas quatro sessões de treinamento, com a participação de 508 profissionais. As atividades abordaram temas relacionados às práticas exigidas pela empresa e aos critérios aplicados na gestão da cadeia de suprimentos.

Para o público interno, foram realizadas duas sessões destinadas aos compradores, reunindo 65 participantes, a fim de estimular o alinhamento interno às políticas, processos e critérios adotados nas decisões de compras.

Em complemento, a Volkswagen do Brasil realizou treinamentos e eventos educativos específicos sobre direitos humanos, direcionados tanto a fornecedores quanto a compradores, com foco na disseminação dos conteúdos da Lei Alemã de *Due Diligence* (LkSG) e no compartilhamento de boas práticas ambientais, sociais e de governança. As iniciativas buscaram apoiar a adequação à legislação e promover a compreensão dos impactos das atividades sobre colaboradores e comunidades do entorno.



S-Rating

A Volkswagen do Brasil mantém, desde 2019, o S-Rating como sistema de avaliação de fornecedores com base em critérios de sustentabilidade, utilizado como referência para a nomeação de parceiros de negócios. A classificação positiva, com nota A, é requisito para a contratação de fornecedores e para a permanência na base de compras da empresa.

Em 2025, foi implementado o S-Rating 2.0 que, com critérios mais rigorosos, passou a considerar apenas a nota A, descontinuando a nota B e elevando significativamente o nível de exigência. No mesmo ano, a Volkswagen do Brasil estabeleceu como meta alcançar 85% da base de fornecedores com nota A no S-Rating. Ao final do período, o índice registrado foi de 88%, superando o objetivo definido. O resultado foi alcançado a partir do fortalecimento das ações de engajamento com fornecedores, incluindo treinamentos e comunicação recorrente sobre critérios de sustentabilidade e compliance, além da evolução dos processos internos de avaliação. O acompanhamento contínuo do desempenho dos fornecedores e a sinergia entre áreas internas envolvidas na gestão do S-Rating também contribuíram para a aplicação consistente dos requisitos avaliados.

O S-Rating é um questionário dinâmico, composto por 22 questões, que acompanha atualizações relacionadas à sustentabilidade. A cada inclusão ou revisão de critérios, a empresa promove ações de orientação e capacitação com fornecedores impactados, no intuito de apoiar a adaptação às diretrizes vigentes.



Media Screening

O Media Screening é um sistema utilizado para o monitoramento contínuo de mídias sociais e conteúdos globais com o objetivo de identificar potenciais desvios em relação aos princípios e diretrizes da Volkswagen. Sempre que um fornecedor é identificado pelo sistema, a empresa do Grupo com maior relação comercial assume a condução da apuração, avaliando os indícios e definindo as medidas cabíveis. As ações priorizam a orientação e a adequação dos parceiros às diretrizes estabelecidas, podendo evoluir, em situações específicas, para a revisão ou o encerramento do relacionamento comercial.

Em 2025, houve um aumento no volume de sinalizações ("hints", como são chamados os pré-casos) relacionado à ampliação do uso de tecnologias de monitoramento e inteligência artificial, que tornaram o rastreamento mais abrangente e detalhado. Esses apontamentos identificados pelo Media Screening não resultaram em impactos financeiros ou operacionais para a Volkswagen do Brasil.



Grievance Mechanism

O Grupo Volkswagen adota uma metodologia estruturada para o tratamento de desvios relacionados a direitos humanos e meio ambiente na cadeia de suprimentos. O Grievance Mechanism é acionado a partir do recebimento de comunicações nos canais de denúncia e se aplica a fornecedores diretos e indiretos, conforme os critérios estabelecidos pelo Grupo e pela legislação aplicável.

No Brasil, o sistema segue as diretrizes globais e é operacionalizado de forma alinhada à realidade local. Em 2025, o time de Grievance da Volkswagen do Brasil avaliou e acompanhou 13 casos envolvendo fornecedores*, todos em fluxo de análise ao final do período. Desse total, oito casos foram iniciados ao longo de 2025, permanecendo ativos no processo de acompanhamento.

De modo geral, os registros analisados estão relacionados a temas trabalhistas, com maior recorrência de apontamentos sobre terceirização e jornadas de trabalho. Em parte dos casos, as apurações indicaram situações associadas a relações trabalhistas que não configuram violações enquadráveis como casos de grievance ou ocorrências de maior gravidade, conforme os critérios adotados.

*Não estão incluídos nesse número os registros iniciados no mesmo período e posteriormente classificados como "hint" (pré-casos), por estarem fora do escopo da legislação aplicável (LKSG) ou por serem conduzidos por outra Marca ou região do grupo.

Etapas de desenvolvimento de fornecedores

Para ingressar na rede de parceiros da Volkswagen do Brasil, todos os fornecedores são submetidos a um processo de avaliação de sustentabilidade, o Sustainability Rating (S-Rating), adotado como critério obrigatório para a seleção de novos parceiros desde julho de 2019. A avaliação verifica o atendimento a padrões ambientais, sociais e de compliance aplicáveis à cadeia de suprimentos.

Em dezembro de 2022, o Grupo Volkswagen aprimorou os critérios do S-Rating em sintonia com a Lei Alemã de Due Diligence (LkSG), que estabelece requisitos rigorosos relacionados à sustentabilidade na cadeia de suprimentos, incorporando requisitos de monitoramento e mitigação de riscos ambientais, sociais e de governança, incluindo

temas de direitos humanos. O processo contempla a análise de informações e documentos dos fornecedores e está de acordo com padrões internacionais, princípios anticorrupção e diretrizes de proteção ambiental.

1 *Inputs (entradas):*

Identificação dos potenciais fornecedores por meio da avaliação dos indicadores de qualidade, logística, engenharia e sustentabilidade.

2 *Awareness (acordo):*

Contato com o fornecedor para detalhar um possível plano de desenvolvimento. Havendo o aceite, são definidos as metas, procedimentos e o escopo do projeto.

3 *Assessment (avaliação):*

Elaboração do Mapa do Fluxo de Valor Atual da peça ou processo previamente definido.

4 *Workshop (oficinas de trabalho):*

Visa avaliar o processo produtivo buscando otimizações e, com isso, construir um Mapa do Fluxo de Valor Otimizado.

5 *Implementation (implementação):*

Fase na qual se concretiza o processo otimizado, realizando o follow-up para implementação das ações de melhoria identificadas.

The One

Em agosto de 2025, a Volkswagen do Brasil realizou o evento anual The One, uma premiação para promover a parceria com fornecedores e reconhecer contribuições relacionadas ao desempenho operacional, inovação e sustentabilidade de empresas que se destacaram em práticas e projetos desenvolvidos na cadeia de valor. O encontro ocorreu na cidade do Rio de Janeiro, com a presença de mais de 250 parceiros estratégicos da empresa.

Durante o evento, foram reconhecidas **12 categorias premiadas**, contemplando diferentes áreas da cadeia de suprimentos.

- Categoria Supply Security: AISIN
- Technical Development & Innovation: ECARX
- Social & Diversity: JSL
- Quality: HUTCHINSON
- Aftersales: POWERCOAT
- Partnership Químico Interno: ADIENT
- Partnership Químico Externo: GOODYEAR
- Partnership Metálico: USIMINAS
- Partnership Conectividade: MOURA
- Partnership Powertrain: MAHLE
- Partnership Serviços & Investimentos: NGC
- Partnership Volkswagen Argentina: MIRGOR



Perfil de fornecedores

(GRI 3-3, 2-6, 204-1)



Em 2025, a Volkswagen do Brasil registrou R\$ 32,3 bilhões em compras, sendo R\$ 26,3 bilhões em compras diretas (peças) e R\$ 6 bilhões em compras gerais, mantendo sua forte participação na cadeia produtiva do setor automotivo em diferentes regiões do país. Em 2025, a Volkswagen do Brasil cadastrou um total de 750 novos fornecedores, sendo 414 de compras diretas (peças) e 336 de compras gerais, como parte da estratégia de ampliar oportunidades e fortalecer o relacionamento com empresas de diferentes portes. O volume de compras realizado pela empresa contribui para a dinâmica econômica das localidades próximas às unidades de negócio, além de gerar efeitos em outras regiões do território nacional.

Nos últimos anos, a nacionalização de componentes e a consolidação da base de fornecedores locais têm orientado o processo de compras da Volkswagen do Brasil. Essa abordagem está associada à redução de riscos na cadeia de suprimentos, especialmente aqueles relacionados a fatores externos, e ao fortalecimento da indústria instalada no país. A aquisição de itens e serviços de micro, pequenas e médias empresas integra esse direcionamento sempre que os requisitos técnicos, comerciais e de compliance são atendidos e desde que estejam devidamente cadastradas na base de dados LDB (Liferant Date Base).

Ao longo dos últimos anos, a participação de fornecedores localizados no Brasil manteve-se proporcionalmente estável, representando aproximadamente 85% dos custos totais de compras da empresa: 85,40% em 2023, 85% em 2024 e 85,04% em 2025. O aumento do valor de peças adquiridas acompanhou a retomada gradual do mercado após o período da pandemia e está relacionado, também, à consolidação da participação de mercado da Volkswagen do Brasil no setor automotivo.

A gestão das práticas de compras da Volkswagen do Brasil é acompanhada por meio da avaliação contínua dos fornecedores, realizada com base em uma metodologia global de sustentabilidade. Esse processo inclui a aplicação do Self-Assessment Questionnaire (SAQ 5.0), instrumento que analisa critérios ambientais, sociais e de compliance e integra a metodologia do S-Rating, utilizada como referência para a nomeação e o acompanhamento dos parceiros da cadeia de suprimentos. Em 2025, 88% dos fornecedores da Volkswagen do Brasil apresentaram classificação A, considerando a base de faturamento.



Gastos com fornecedores locais¹
(GRI 204-1)

	2023	2024	2025
Orçamento para fornecedores (R\$ bilhões)	R\$ 17,88	R\$ 25,00	R\$ 27.40
Valor investido em fornecedores locais (R\$ bilhões)	R\$ 15,27	R\$ 21,25	R\$ 23.30
% do orçamento investido em fornecedores locais	85,40%	85,00%	85.04%

Nota de rodapé:
1. Dados referentes às quatro fábricas da Volkswagen do Brasil e o Centro de Peças e Acessórios. São classificadas como locais todas as peças produzidas em fábricas brasileiras, assim como bens e serviços fornecidos.

Avaliação ambiental de fornecedores

(GRI 308-1, 308-2)

A Volkswagen do Brasil realiza a avaliação ambiental de fornecedores com o objetivo de identificar, classificar e mitigar riscos ambientais ao longo da cadeia de suprimentos. O processo é conduzido por meio de auditorias documentais e presenciais e busca fortalecer o Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e de Energia (SGCAE), assegurar a conformidade com a Política Ambiental e de Energia do Grupo Volkswagen e promover a melhoria contínua dos parceiros.

Com base na análise realizada, os fornecedores são classificados de acordo com o grau de risco ambiental e os resultados das avaliações são formalmente comunicados aos fornecedores. Nos casos de reprovação ou de aprovação com desvios, são implementadas ações corretivas e preventivas, dentro de prazos previamente acordados. O setor de Gestão Ambiental compartilha os resultados com as áreas de Suprimentos ou áreas operacionais, responsáveis pelo acompanhamento da execução das ações definidas. Além disso, são realizadas avaliações periódicas conforme procedimento interno pré-estabelecido, incluindo rotinas de follow-up, para orientação e recuperação de rating, garantindo a melhoria contínua e a conformidade com os padrões ambientais exigidos pela Volkswagen do Brasil. Caso os requisitos ambientais não sejam atendidos, a empresa pode restringir a nomeação de fornecedores para novos negócios.

Já os fornecedores aprovados, tanto em auditorias iniciais quanto em processos de follow-up, recebem o comunicado sobre o resultado, que também são compartilhados internamente com as áreas envolvidas. Aqueles que se destacam pelo melhor desempenho ambiental são convidados a participar de workshops para a disseminação de boas práticas e experiências bem-sucedidas.

São avaliados fornecedores **"Tier 1"** e fornecedores **"não produtivos críticos"**, incluindo empresas responsáveis por transporte, tratamento de resíduos e efluentes, tanto potenciais quanto ativos. Para fornecedores ativos, a seleção para auditoria considera critérios como atividades com alto potencial poluidor, relevância estratégica, risco de insolvência e solicitações específicas de áreas internas. A periodicidade das avaliações é definida conforme o nível de risco atribuído ao fornecedor, podendo incluir auditorias presenciais quando necessário. Após cada avaliação, o risco ambiental é reavaliado, permitindo maior controle e mitigação de impactos.

De acordo com o novo procedimento de Gestão Ambiental, a avaliação é obrigatória para fornecedores potenciais e ativos. Para fornecedores **"Tier 1"** e transportadores de resíduos, a avaliação é realizada conforme a capacidade disponível. Para os demais fornecedores, a aplicação do processo não é obrigatória. Em 2025, não foram identificados impactos negativos reais decorrentes do processo de avaliação ambiental de fornecedores.

Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais

(GRI 308-1)

	2023 ¹	2024	2025
Novos fornecedores considerados para contratação	769	713	817
Novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais	376	496	520
Percentual de novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais (%)	48,9%	69,6%	63.65%

Nota de rodapé:

1. Redução dos números de fornecedores cadastrados e contratados devido à estratégia de consolidação.

Em 2025, 63,65% dos novos fornecedores contratados atenderam aos critérios ambientais, considerando a metodologia de cálculo aplicada nos ciclos anteriores. O resultado confirma a consolidação da incorporação de requisitos ambientais na estratégia de compras da companhia, mesmo diante da ampliação significativa da base total de fornecedores avaliados ao longo do período.

O número de parceiros que atendem aos critérios ambientais manteve trajetória ascendente, passando de 376 em 2023 para 496 em 2024 e alcançando 520 fornecedores em 2025. Embora o percentual represente uma variação em relação a 2024, quando o índice foi de 69,57%, a redução, nesse caso, não indica retrocesso, mas está diretamente relacionada à expansão da base total de fornecedores avaliados, que aumentou significativamente no ano.

Cabe destacar que todas as nomeações produtivas realizadas pela Volkswagen do Brasil em 2025 consideraram exclusivamente fornecedores com atendimento integral aos requisitos ambientais estabelecidos, o que resulta em um índice de conformidade de 100%.

A progressão observada ao longo dos últimos anos é sustentada por ações implementadas pela empresa como a realização contínua de treinamentos com fornecedores, o amadurecimento dos processos internos de avaliação ambiental e a maior integração com o projeto VW Sustainable Chain, que tem fortalecido a aplicação de práticas de sustentabilidade em toda a cadeia de suprimentos. Esses fatores reforçam a consistência da estratégia adotada e o avanço contínuo na adoção de critérios ambientais nas decisões de compras.

Fornecedores com impactos ambientais negativos potenciais e reais

(GRI 308-2)

	2023	2024	2025 ³
Fornecedores avaliados ¹	73	63	74
Fornecedores identificados	37	35	33
Impactos ambientais negativos significativos identificados ²	6	233	274
Fornecedores com melhorias acordadas como resultado da avaliação	6	11	19
Porcentagem de fornecedores com melhorias acordadas como resultado da avaliação	16,2%	31,4%	57.58%
Fornecedores identificados com os quais as relações foram encerradas como resultado da avaliação	0	0	0
Porcentagem de fornecedores identificados com os quais as relações foram encerradas como resultado da avaliação	0%	0%	0 %
Motivos pelos quais as relações foram encerradas com os fornecedores	Em nenhum caso foi afetada uma relação comercial estabelecida. A relação comercial não é competência da Gestão Ambiental, mas de Compras.		

Nota de rodapé:

- Os fornecedores avaliados estão localizados no Brasil. Aqueles considerados críticos estão localizados, em sua maior parte, nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Paraná. A troca de contrato do prestador de serviço para as avaliações ambientais prejudicou a quantidade de avaliações em 2024. Um plano de recuperação foi estabelecido.
- Em 2024, escopo para o relato dos impactos ambientais significativos (potenciais e reais) foi revisto e ampliado, considerando na avaliação: o atendimento aos requisitos legais ambientais, tais como gestão de resíduos, efluentes, emissões atmosféricas, ruídos, vibrações, passivos ambientais e outras condicionantes, infrações ambientais, AVCB e IBAMA. Além disso, o atendimento ao requisito específico VW, a certificação ambiental ISO 14.001.
- O alto índice de reprovação foi motivo para iniciar uma reanálise do procedimento da Volkswagen do Brasil. Este trabalho ainda está em andamento.

Impactos sociais

(GRI 2-27, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2)

A Volkswagen do Brasil adota critérios rigorosos de responsabilidade social em sua cadeia de fornecedores, formalizados em instrumentos contratuais como as Condições Especiais de Compra para Fornecimento Sustentável e as Condições de Sustentabilidade. Esses documentos estabelecem obrigações claras relacionadas à erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado ou análogo à escravidão, assegurando que os parceiros atuem em conformidade com os padrões exigidos pelo Grupo.

A atuação está alinhada a convenções e diretrizes internacionais, especialmente à Declaração da OIT sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho (1998), que contempla a abolição do trabalho escravo, a eliminação do trabalho forçado ou obrigatório, o banimento à discriminação, a liberdade de associação e o direito à negociação coletiva. Desde 2006, a Volkswagen do Brasil disponibiliza a cartilha “Sustentabilidade nas Relações com Fornecedores”, que consolida critérios e compromissos relacionados à ética, direitos humanos e práticas responsáveis na cadeia de suprimentos. Em 2022, os critérios de seleção foram aprimorados para atender à Lei Alemã de Due Diligence (LKSG), resultando na implementação de um procedimento robusto de verificação e investigação das atividades dos fornecedores, com foco no mapeamento, monitoramento e mitigação de riscos socioambientais.

A gestão de riscos sociais ocorre por meio de instrumentos próprios, como o S-Rating (Sustainability Rating), critério obrigatório no processo de nomeação de fornecedores (100% dos fornecedores entrantes). Nenhum parceiro pode ser contratado sem atingir o nível mínimo exigido. A avaliação é realizada por meio da plataforma digital Supplier Assurance, com análise conduzida por empresa especializada independente, assegurando imparcialidade e transparência. Conforme o desempenho identificado, podem ser realizadas visitas presenciais e solicitadas informações complementares, incluindo questionários anticorrupção. Em 2025, esse sistema foi aprimorado para análise de fornecedores quanto a desvios sociais.



Para tratar impactos negativos reais ou potenciais, a companhia conta com o Grievance Mechanism, canal de apuração de possíveis violações de direitos humanos ou de requisitos ambientais por fornecedores diretos e indiretos. Desde 2024, o Grupo intensificou ações preventivas por meio de treinamentos específicos sobre Direitos Humanos e ESG direcionados a parceiros estratégicos, selecionados conforme a criticidade do setor ou da atividade desempenhada. Em 2025, a empresa promoveu workshops dedicados ao tema de Due Diligence em Direitos Humanos, incluindo questões de trabalho forçado ou análogo à escravidão, além de tópicos como jornada de trabalho, saúde e segurança, não discriminação, combate ao assédio e impactos ambientais que possam afetar trabalhadores e comunidades do entorno.

A eficácia das ações é monitorada por meio de indicadores de desempenho, com destaque para o S-Rating e para métricas de engajamento nos treinamentos promovidos pela área de Sustentabilidade em Compras. A área de Riscos e Sustentabilidade atua de forma contínua no acompanhamento dos parceiros comerciais, oferecendo suporte para que mantenham conformidade com padrões sociais, ambientais e éticos.

Em 2025, 520 parceiros passaram por avaliações de impacto social, dos quais apenas um apresentou impacto significativo, real ou potencial. O caso identificado esteve relacionado a possíveis violações nas condições de trabalho, envolvendo questões de saúde e segurança e irregularidade salarial decorrente da ausência de pagamento de horas extras. Nesse caso, foram implementadas medidas corretivas acordadas entre as partes, com acompanhamento da companhia. Ao longo do ano, não foram registrados riscos significativos relacionados a trabalho infantil, trabalho forçado ou análogo à escravidão nas operações da Volkswagen do Brasil.

Sumário GRI



Sumário de conteúdo GRI

(GRI 102-55)

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
	2-1	Detalhes da organização	A Volkswagen do Brasil Estratégia e Gestão		
	2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Apresentação		
	2-4	Reformulação de informações	Apresentação		
	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	A Volkswagen do Brasil Pessoas Fornecedores		
	2-7	Empregados	Pessoas	8	
	2-9	Estrutura de governança	Estratégia e Gestão		
	2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Mensagem do CEO		
	2-23	Compromissos de política	Estratégia e Gestão	16	
	2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Estratégia e Gestão		

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
	2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Estratégia e Gestão Fábricas Fornecedores	9, 10	Responsabilidade social e ambiental
	2-29	Abordagem para engajamento dos <i>stakeholders</i>	Apresentação Pessoas	17	
	2-30	Acordos de negociação coletiva	Pessoas	8	
	3-1	Processo de definição de temas materiais	Apresentação		
	3-2	Lista de temas materiais	Apresentação	17	
	3-3	Gestão dos temas materiais	Pessoas Fábricas Fornecedores		Satisfação do cliente Digitalização, novos modelos de negócio e conectividade do veículo Clima organizacional Responsabilidade social e ambiental
201-1		Valor econômico direto gerado e distribuído	A Volkswagen do Brasil	8	Desempenho e viabilidade econômica da empresa

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
202-1		Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	Pessoas	1, 5, 8	
202-2		Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	Estratégia e Gestão		
203-1		Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pessoas	9, 10	Responsabilidade social e ambiental
204-1		Proporção de gastos com fornecedores locais	Fornecedores	12	Cadeia de fornecimento sustentável
205-1		Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Estratégia e Gestão	16	Conduta ética e transparente
205-2		Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Estratégia e Gestão	16	Conduta ética e transparente
205-3		Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Estratégia e Gestão	16	Conduta ética e transparente
206-1		Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Estratégia e Gestão	16	
302		Energia	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	Redução de emissões no uso do veículo

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
302-1		Consumo de energia dentro da organização	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	
302-2		Consumo de energia fora da organização	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	
302-3		Intensidade energética	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	
302-4		Redução do consumo de energia	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	
302-5		Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	Redução de emissões no uso do veículo
305-1		Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Fábricas	3, 12, 13, 15	
305-2		Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Fábricas	3, 12, 13, 15	
305-3		Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Fábricas	3, 12, 13, 15	Redução de emissões no uso do veículo
305-5		Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Fábricas	3, 12, 13, 15	Redução de emissões no uso do veículo

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
305-6		Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	Fábricas	3, 12, 13, 15	
305-7		Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas	Fábricas	3, 12, 13, 15	
306-3		Resíduos gerados	Fábricas	12	
306-4		Resíduos não destinados para disposição final	Fábricas	12	
306-5		Resíduos destinados para disposição final	Fábricas	12	
308-1		Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Fornecedores	8, 12	Cadeia de fornecimento sustentável
308-2		Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Fornecedores	8, 12	Cadeia de fornecimento sustentável
401-1		Novas contratações e rotatividade de empregados	Pessoas	5, 8	
401-3		Licença maternidade/ paternidade	Pessoas		

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
403-1		Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Pessoas	3, 8	
403-9		Acidentes de trabalho	Pessoas		
404-1		Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Pessoas	4, 5, 8	Desenvolvimento e capacitação dos empregados
404-2		Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Pessoas	4, 5, 8	Desenvolvimento e capacitação dos empregados
408-1		Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Fornecedores	8, 16	
409-1		Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Fornecedores	8	
414-1		Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Fornecedores	8, 12	Cadeia de fornecimento sustentável
414-2		Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Fornecedores	5, 8, 16	Cadeia de fornecimento sustentável

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2025
416-1		Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Fábricas	3, 16	Segurança e qualidade dos veículos
416-2		Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Fábricas	3, 16	Segurança e qualidade dos veículos
417-1		Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	Fábricas	12	
417-2		Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Fábricas		
417-3		Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	Estratégia e Gestão		
418-1		Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Estratégia e Gestão		



Coordenação geral do projeto – Volkswagen do Brasil

Paula Fernandes Barreiros

Marcos Alexandre Martins

Fotografia

Acervo Volkswagen do Brasil

Consultoria GRI, coordenação editorial e design

STAR7

Supervisão, edição e redação: Rafael Barbosa

Atendimento: Luciana Junqueira

Criação: Tatiane Rodrigues

Relatório de Sustentabilidade
da Volkswagen do Brasil 2025

