

Relatório de Sustentabilidade 2024





Sumário

03	Apresentação
09	Mensagem do CEO
16	A Volkswagen do Brasil
25	Estratégia e Gestão
54	Pessoas
93	Fábricas
128	Fornecedores
141	Sumário GRI
149	Créditos



Apresentação





Apresentação

Transparência e **evolução contínua**

(GRI 2-3)

Em sua 13ª edição, o Relatório de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil destaca as conquistas e avanços nos pilares ESG (Ambiental, Social e Governança).

O conteúdo foi ordenado para oferecer uma leitura fluida, com temas interligados e análises concisas. Cada capítulo reflete um compromisso contínuo com a transparência e a responsabilidade sustentável, organizando informações essenciais de forma acessível.

Os dados reportados seguem a metodologia Global Reporting Initiative (GRI Standards), assegurando a divulgação de indicadores-chave para cada tema material, compilados no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024, com eventuais menções a ações e projetos de início de 2025, quando relacionados ao ciclo anterior.

A produção do relatório é liderada pelo departamento de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil, com a colaboração ativa de todas as áreas da empresa na coleta e análise de dados.



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 2024 são:

Satisfação dos clientes

Segurança e qualidade dos veículos

Redução de emissões no uso do veículo

Responsabilidade social e ambiental

Conduta ética e transparente

Desempenho e viabilidade econômica da empresa

Digitalização, novos modelos de negócio e conectividade do veículo

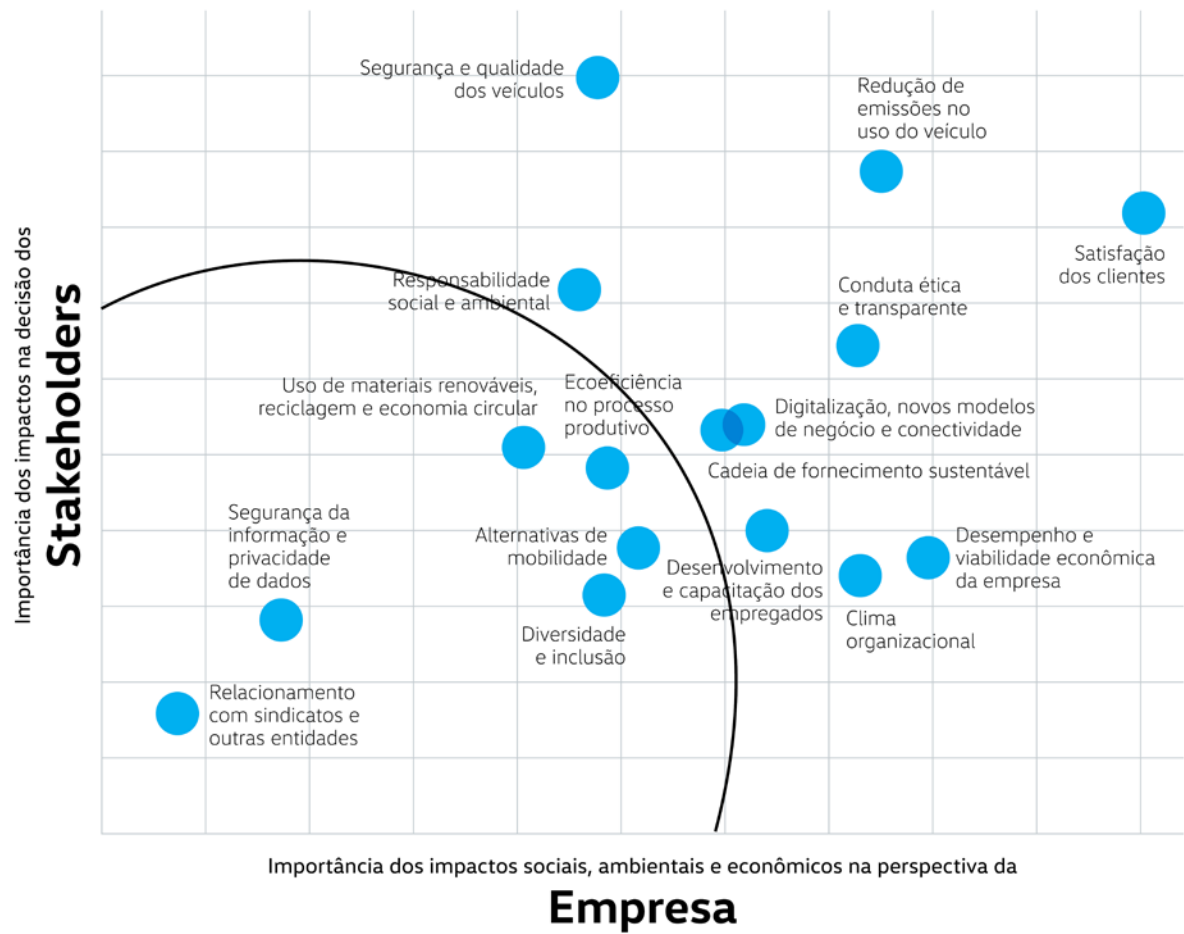
Cadeia de fornecimento sustentável

Clima organizacional

Desenvolvimento e capacitação dos empregados



Matriz 2024



O processo de revisão dos Temas Materiais ocorre a cada três anos. Em 2024, a Volkswagen do Brasil deu início ao processo de atualização. As consultas públicas e a apresentação da nova Matriz de Materialidade estão previstas para 2025.





Acessibilidade

O conteúdo do Relatório de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil está disponível na versão website 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: sustentabilidade@volkswagen.com.br





Mensagem do CEO





Mensagem do CEO

Volkswagen investe **R\$ 16 bilhões** e lança **16 novos carros**

(GRI 2-22)

Investimentos robustos, lançamentos estratégicos e resultados consistentes marcaram os avanços da Volkswagen do Brasil em 2024, refletindo a força da maior fabricante de automóveis do País, com mais de 25,7 milhões de unidades produzidas em 71 anos de história. Crescemos de forma sustentável, consolidamos a liderança nos principais segmentos do mercado no Brasil e na Região América do Sul e fechamos 2024, pelo segundo ano consecutivo, como a terceira maior operação da marca Volkswagen em volume de vendas no mundo, atrás apenas das gigantes China e Alemanha. Destaques que são impulsionados pelas nossas pessoas colaboradoras, clientes e parceiros de negócios contribuindo com produtos e processos que evoluem juntos.

Em 2024, a Volkswagen do Brasil se tornou uma das protagonistas do maior ciclo de investimentos do setor automotivo no País com R\$ 16 bilhões até 2028, reforçando sua confiança e compromisso com o desenvolvimento econômico e social do País. O aporte contempla projetos inovadores e com foco em descarbonização para as quatro fábricas da empresa no Brasil.

Esse investimento robusto inclui uma nova ofensiva de produtos com 16 lançamentos até 2028, com destaque para a estreia dos híbridos, em breve, além de mais novidades em Total Flex e 100% elétricos. A ofensiva conta também com a chegada de um novo motor ainda mais inovador e eficiente para veículos híbridos, fabricado na unidade de São





Carlos, e uma nova plataforma (Projeto MQB Hybrid), altamente tecnológica, flexível e sustentável, desenvolvida com a participação da Engenharia da Volkswagen do Brasil com os mais avançados recursos de tecnologia de simulação da virtualidade.

Da nossa ofensiva, já lançamos com sucesso em 2024 o Novo T-Cross, a Nova Amarok e Novo Nivus, modelos que contribuíram fortemente com o sucesso de vendas da Volkswagen no ano. No mercado brasileiro, a Volkswagen fechou 2024 como líder dos dois principais segmentos: SUVs, com toda a Família SUVW, sendo o Novo T-Cross o SUV mais vendido do País; e hatches, com o Polo. Aliás, o Polo também foi o carro de passeio mais vendido do Brasil em 2024, pelo segundo ano consecutivo, considerando todos os segmentos.

Celebramos 2024 como um ano expressivo para as vendas da Volkswagen, que superou 400 mil unidades emplacadas no Brasil, sendo a marca de volume que mais cresceu em unidades comercializadas. Crescimento, aliás, acima do setor: enquanto a Volkswagen aumentou em 16% as suas vendas, o mercado de veículos leves cresceu 14,1%. Além disso, a Volkswagen fechou o ano com quatro modelos entre os Top 15 mais vendidos do Brasil: Novo Polo, Novo T-Cross, Saveiro e Nivus.

O sucesso de vendas no Brasil também impulsiona os resultados positivos da Volkswagen na Região América do Sul, onde o País é o principal mercado. Nessa região que chamamos de SAM (South America), o Polo conquistou um resultado incrível: foi o veículo mais vendido em 2024, considerando todos os segmentos. Essa liderança reforça o sucesso global do Polo que, em 2025, completa 50 anos de história.

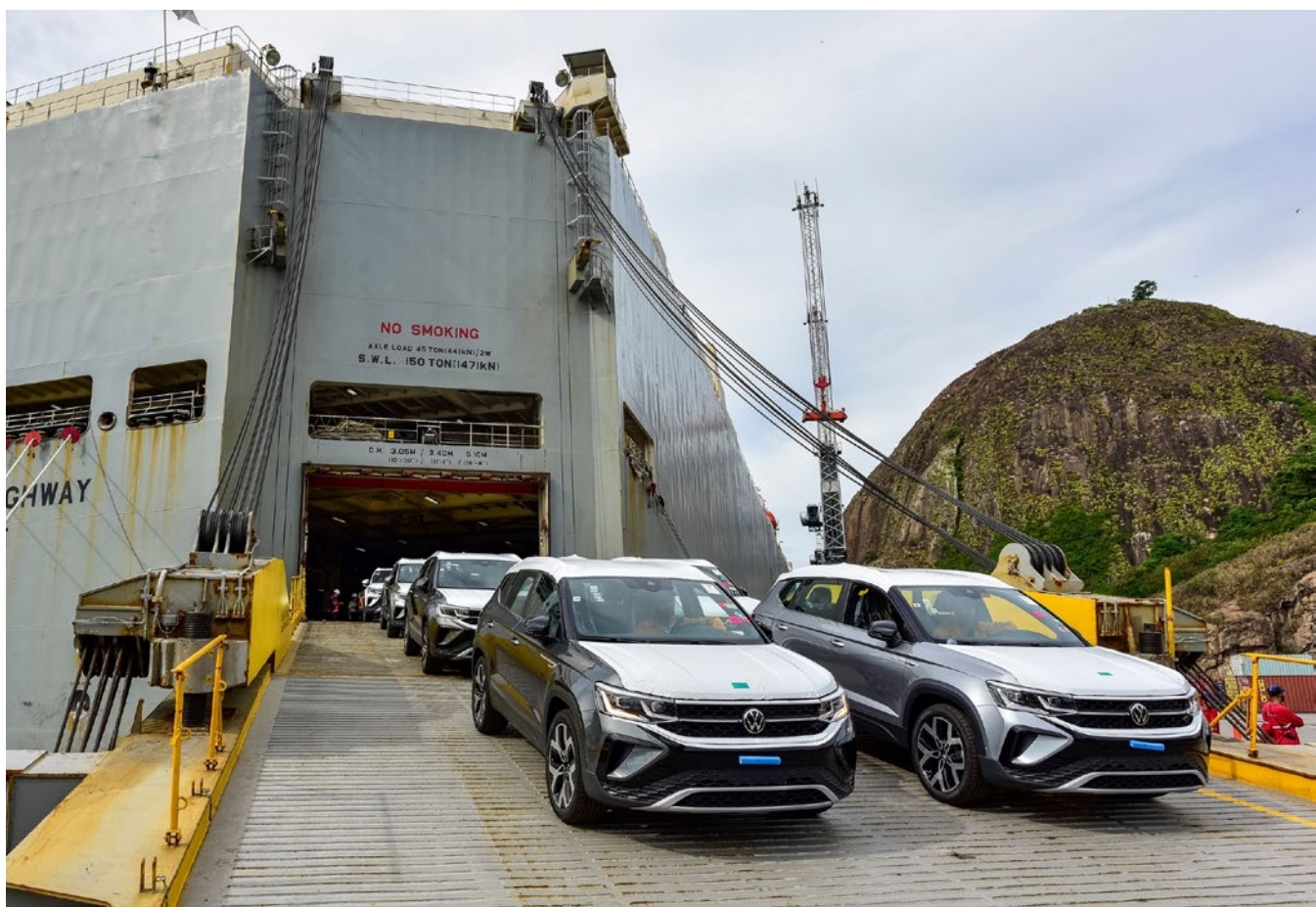
Na América do Sul, a Volkswagen também cresceu o dobro do mercado em 2024. Com mais de 497 mil unidades emplacadas na região, a marca aumentou em 13,6% suas vendas em relação a 2023, enquanto o mercado cresceu 6,4%. E assim como o Brasil, a VW também fechou na liderança dos dois principais segmentos, de SUVs e hatches, com o Novo T-Cross e Polo, respectivamente.



As exportações foram outro destaque. Com 90.142 unidades embarcadas em 2024, a Volkswagen do Brasil aumentou em 43% suas vendas a 18 países, em relação a 2023. No mesmo período, o mercado de veículos leves brasileiro registrou queda de 1,6% nos embarques. O Polo foi o mais exportado pela Volkswagen em 2024 e modelos da nova ofensiva também figuram no ranking dos mais embarcados pela marca: Polo, Saveiro, T-Cross e Novo T-Cross e Nivus e Novo Nivus. São números que consolidam a vocação da marca como a maior exportadora do setor brasileiro, com mais de 4,3 milhões de unidades embarcadas.

Todos esses resultados refletem estratégias definidas com sucesso no passado, garantindo a renovação da empresa, com a redução de custo fixo, um novo planejamento, que fez de 2024 o quarto ano com resultados financeiros positivos, além do portfólio de produtos mais completo do mercado. São onze modelos, em todos os segmentos, com uma estratégia de produtos adaptada ao mercado local com base em pesquisas.

Outro ponto decisivo foi a extensão do prazo até 2028 dos Acordos Coletivos vigentes com os Sindicatos das quatro fábricas da Volkswagen do Brasil, com aprovação da maioria dos colaboradores em todas as plantas. A iniciativa foi fundamental para viabilizar os investimentos, veículos e sistemas de propulsão que serão desenvolvidos e produzidos pela marca no Brasil.





Em toda essa trajetória, a nossa estratégia ACELERA VW guiou mais um ciclo de evolução, a partir de cinco pilares essenciais: +Diversa, +Digital, +Ágil, +Centrada no Cliente e +Neutra em Carbono. As pessoas, que estão em nosso nome (Volks), são também o centro de todas as nossas ações. Por isso, trabalhamos fortemente em nossa evolução como empregadora de excelência. Somos Top Employer por 7 anos consecutivos (2025), Great Place to Work (3 anos consecutivos) e estamos no ranking Top 10 da pesquisa Marca Empregadora Randstad (3 anos consecutivos).



E por falar em pessoas, em 2024 a Fundação Grupo Volkswagen completou 45 anos, abraçando a mobilidade social como causa prioritária, com foco na contribuição para a redução das desigualdades por meio da inclusão produtiva, empreendedorismo e desenvolvimento comunitário, sob o propósito "Juntos pela Mobilidade Social". Nos últimos 10 anos, a Fundação Grupo Volkswagen investiu mais de R\$ 100 milhões em iniciativas socioeducacionais no Brasil e, em 2024, destinou mais de R\$ 16 milhões em recursos próprios às comunidades. Desde 1979, já são mais de 3 milhões de pessoas beneficiadas pela Fundação Grupo Volkswagen com ações de educação e desenvolvimento de comunidades.





Pessoas também são a base da nossa estratégia de Diversidade & Inclusão. Evoluímos no aumento de mulheres na liderança: de 12,5%, em 2021, para 25,3%, em 2024. Também conquistamos a importante certificação Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem, pela pesquisa HRC Equidade BR 2024, da HRC (Human Rights Campaign Foundation). Somos a única montadora signatária de cinco fóruns de Diversidade & Inclusão, desde 2023: Movimento Mulher 360, Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, REIS (Rede Empresarial de Inclusão Social – para inclusão de pessoas com deficiência) e Fórum Gerações e Futuro do Trabalho. A participação nos fóruns integrou 38 novos compromissos à nossa estratégia de Diversidade & Inclusão. Além disso, somos uma empresa signatária dos Princípios de Empoderamento Feminino da ONU, desde 2020.

A responsabilidade ambiental também segue no centro da nossa estratégia. Em 2024, a Volkswagen foi pioneira no setor a iniciar o uso de biometano em sua matriz energética. O fornecimento de biometano teve início para as fábricas Anchieta e Taubaté com 1,35 milhões de m³ de biometano por ano. A partir de 2027, a Volkswagen chegará ao pico de fornecimento de 8,1 milhões de m³ por ano, sendo 6,5 milhões para a Anchieta e 1,6 milhão para Taubaté. O volume de biometano é destinado principalmente ao processo produtivo da pintura de carrocerias das duas fábricas, permitindo redução de até 99% nas emissões de CO₂ nesse processo, se comparado à alternativa fóssil. Essa ação inovadora é parte da estratégia global de descarbonização da Volkswagen, Way to Zero, que tem como meta a neutralidade de carbono até 2050.

E em 2024, também estreamos no Brasil a certificação ambiental goTOzero RETAIL, concedida às concessionárias que contribuem com a declaração da missão ambiental goTOzero, do Grupo Volkswagen, reduzindo seus impactos nas áreas de mudanças climáticas, ecossistemas, conformidade ambiental e uso de recursos, com quatro níveis de certificação. Tenho orgulho de dizer que o Brasil foi o primeiro mercado do mundo a conquistar a certificação máxima nível Platinum.



Seguimos acelerando para um 2025 promissor. O nosso principal lançamento será o SUVW Tera, um produto 100% desenvolvido no Brasil, inovador, moderno, conectado e que inaugura um segmento inédito para a VW no País. Também será o ano do resgate da esportividade, que está no DNA VW, com a chegada do Nivus GTS, Golf GTI e Novo Jetta GLI. Em 2025 também vamos iniciar a produção do Novo Virtus na fábrica de São José dos Pinhais (PR), em volumes adicionais aos já produzidos na unidade Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP).



Olhando para o futuro, a Volkswagen do Brasil segue impulsionada pela inovação, conectividade, digitalização, alta qualidade, segurança e tecnologia de seus produtos e processos, sempre com foco na sustentabilidade e nas pessoas. Afinal, a Volkswagen investe em mobilidade para conectar pessoas e construir histórias de vida. É como eu sempre digo: todo brasileiro tem uma história com a Volkswagen.

Boa leitura!

Ciro Possobom

Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil





A Volkswagen do Brasil





A Volkswagen do Brasil

O ano da VW no Brasil

A Volkswagen do Brasil registrou um aumento de 16% nas vendas em 2024 (comparado ao ano anterior), consolidando sua posição como a marca de volume que mais cresce no setor automotivo nacional, com 16,1% de *market share*. No mesmo período, o mercado de veículos leves teve alta de 14,1%, demonstrando desempenho inferior ao da empresa.

Em 2024, a Volkswagen superou 400 mil unidades vendidas no ano (400.379 emplacamentos), conquistando o seu segundo maior volume dos últimos 10 anos. Esse registro histórico havia sido superado apenas em 2019, quando a montadora emplacou 411 mil unidades.



Destaque global

Após anunciar o investimento de R\$ 16 bilhões até 2028, a empresa avançou em sua Ofensiva de Produtos e lançou três novos modelos: Novo T-Cross, Nova Amarok e Novo Nivus. A VW fechou o ano com quatro modelos entre os 15 mais vendidos no Brasil, considerando todos os segmentos: Novo Polo (140.155 unidades), Novo T-Cross (83.975), Saveiro (56.979) e Nivus (55.924). Com esses resultados, a picape Saveiro alcançou no Brasil seu melhor volume anual de vendas desde 2014. O Novo T-Cross, o Nivus e o Taos obtiveram em 2024 recordes históricos de volume anual de vendas desde quando foram lançados.



Todos esses números projetaram a Volkswagen do Brasil no cenário global. Pelo 2º ano consecutivo, a montadora brasileira foi o 3º maior mercado em volume de vendas para Grupo Volkswagen, atrás apenas da China e Alemanha.



Liderança nos segmentos de SUVs e hatches

No segmento de SUVs, a Volkswagen emplacou 160.493 unidades da família SUVW – formada pelo Novo T-Cross, Nivus, Taos, Tiguan e ID.4. O Novo T-Cross foi o SUV mais vendido do Brasil, com 83.975 unidades emplacadas em 2024. No País, esse segmento representa 35% do setor de automóveis leves.

Entre os hatches, segundo segmento mais importante (27,2% do mercado), o Polo permaneceu no topo do ranking de vendas. No acumulado do ano, o Polo teve 140.155 unidades emplacadas, um crescimento de 26% (comparado a 2023), sendo, além de líder entre os hatches, o carro de passeio mais vendido do País pelo segundo ano consecutivo.





Desempenho em exportações

A Volkswagen do Brasil também se destacou no mercado externo. Entre janeiro e dezembro, a empresa exportou 90.142 unidades, um crescimento de 43% em relação a 2023. No mesmo intervalo, o setor de veículos leves teve uma queda de 1,6% nas exportações. Só em outubro, a montadora embarcou 12.049 unidades, o melhor resultado da Marca desde abril de 2018 (18.752 unidades).

A Volkswagen do Brasil é a maior exportadora do setor automotivo brasileiro com mais de 4,3 milhões de unidades embarcadas em seu histórico. Em 2024, a empresa concentrou suas exportações em 18 países da América Latina, sendo a Argentina (39.631 veículos), o México (25.431) e a Colômbia (7.073) os três principais mercados em volume de embarques. Receberam também veículos VW os mercados de Aruba, Bolívia, Chile, Costa Rica, Curaçao, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, St. Marteen e Uruguai. Ao longo do ano, os modelos mais exportados foram o Polo (29.751 unidades), Saveiro (23.720), T-Cross e Novo T-Cross (17.246) e Nivus e Novo Nivus (15.492).





Projeções: 16 novos produtos

Com um portfólio em expansão – 16 novos veículos até 2028, com destaque para a chegada dos modelos híbridos, além de elétricos e Total Flex – e investimentos robustos de R\$ 16 bilhões, a Volkswagen do Brasil segue focada em inovação e crescimento sustentável. Para 2025, estão confirmados os lançamentos do SUVW Tera, Nivus GTS, Golf GTI, Novo Jetta GLI, entre outras novidades. A empresa segue com o propósito de oferecer simultaneamente as três tecnologias, Total Flex, híbridos e elétricos, para que o cliente faça a sua escolha. Assim, a Volkswagen do Brasil investe em mobilidade sustentável para todos.

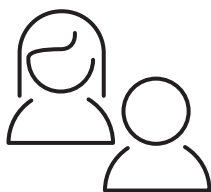
2024 em números

(GRI 2-1, 2-6)



460.841

veículos produzidos no País pela Volkswagen do Brasil em 2024



13.015

colaboradores



473

pontos de venda no Brasil



R\$ 43.2 bi

Receita líquida

R\$ 4.3 bi

Pagos em impostos (diretos e indiretos)

R\$ 2.3 bi

Salários e benefícios de colaboradores

R\$ 15.8 mi

Investimentos sociais



Volume de produção em 2024 por fábrica:



Anchieta
194.126 veículos

81.931 Saveiro
35.734 Virtus
73.590 Nivus
2.871 Polo

50.414 Polo
113.427 Polo Track



Taubaté
163.841 veículos



Curitiba
102.707 veículos

102.707 T-Cross

3.096 EA111
538.948 EA211
71.818 EA211 exportação
(Argentina e México)



São Carlos
542.044 motores

Importados

Amarok
(General Pacheco – Argentina)

Taos
(General Pacheco – Argentina)

Jetta
(Puebla – México)

Tiguan Allspace
(Puebla – México)



Valor econômico direto gerado e distribuído (R\$) – Volkswagen do Brasil
(GRI 201-1)

	2022	2023	2024
Valor econômico direto gerado: receitas	28.200.970.810	34.846.856.162	43.161.814.401
Valor econômico distribuído: custos operacionais, salários e benefícios de empregados, pagamentos a provedores	1.907.933.350	2.050.501.820	2.329.228.226
Valor econômico retido: “valor econômico direto gerado” menos “valor econômico distribuído”	2.856.156.186	3.364.947.931	4.255.718.596

A marca mais lembrada pelos brasileiros



A Volkswagen do Brasil foi reconhecida pela 33ª vez como a marca mais lembrada pelos brasileiros na categoria carro. Nas 34 edições do prêmio Folha Top of Mind, realizado pelo instituto de pesquisa Datafolha, a Volkswagen levou 33 troféus. Em 2024, a empresa também conquistou o 3º lugar na nova categoria Carro Elétrico, que estreou nesta edição.



Outros destaques ao longo do ano foram:

Produto

- Prêmio Mobilidade Estadão 2025: Melhor Pós-Vendas, Melhor Hatch Compacto (Polo), Melhor Sedã Compacto (Virtus) e Melhor SUV Compacto (T-Cross).
- Melhor Compra, da Quatro Rodas: Jetta GLI e Tiguan Allspace.
- Prêmio Mobilidade Limpa 2024, da Agência Autoinforme: Hatch Compacto 1.0 cc (Polo) e SUV Grande de 2.0 cc a 3.0 cc. (Tiguan Allspace).
- Menor Custo de Uso 2024, da Quatro Rodas: Picapes Pequenas (Saveiro Robust Cabine Simples, 1º lugar) e Sedãs Compactos (Virtus Comfortline, 3º lugar).
- Melhor Revenda, da Quatro Rodas e KBB Kelley Blue Book Brasil: Hatch Compacto de Referência (Polo), SUV Compacto de Acesso (Nivus), Picape Compacta ou Leve (Saveiro), SUV Compacto de Referência (T-Cross, 2º lugar).

Corporativo

- 71º Festival de Cannes: 5 Leões (1 de Ouro, 2 de Prata e 2 de Bronze) para a campanha "Gerações", pelos 70 anos da Volkswagen do Brasil, promovendo um dueto inédito e emocionante, por meio de IA (Inteligência Artificial), com Elis Regina e sua filha Maria Rita.
- Effie Awards para a campanha "Volkswagen 70 anos, um ícone cultural de volta para o coração dos brasileiros" (Gerações): troféu Grand Effie (reconhecimento máximo da premiação), Ouro na categoria Veículos, Prata em Inteligência Artificial e em Revitalização de Marca, além do 3º lugar como Marca do Ano, sendo a única marca automotiva do ranking.
- Melhor Comercial do Brasil, na 13ª edição do prêmio do SBT, para a campanha "Gerações".



Corporativo

- Carro do Ano, da AutoEsporte - Executivo do Ano para Ciro Possobom, Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil.
- Prêmio Executivo do Ano pelo UOL Carros para Ciro Possobom, Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil.
- Ranking dos 100 CEOs Change Makers Latam, da HORSE, sendo Top 20 na América Latina e Top 5 no Brasil para Ciro Possobom, Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil.
- Certificação Top Employer: 6º ano consecutivo.
- Ranking Top 10 da pesquisa Marca Empregadora (Randstad Employer Brand Research): 3º ano consecutivo.
- Certificação Great Place To Work: 3º ano consecutivo.
- Certificação "Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem", da pesquisa HRC Equidade BR 2024, da HRC (Human Rights Campaign Foundation), em parceria com o Instituto Mais Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.
- 100 Empresas mais Influentes do Brasil no ranking da Veja Negócios em parceria com o LIDE - Grupo de Líderes Empresariais.
- Prêmio Automotive Business 2024, categoria Cultura e Educação para o Centro de Desenvolvimento Técnico Paranaense para Ensino de Mecatrônica e Administração, na fábrica da VW em São José dos Pinhais (PR).
- Prêmio Aberje 2024 na categoria Memória Organizacional etapa regional com o case "Volkswagen 70 anos - Você dirige a nossa história".
- Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas na categoria Mobilidade.
- Empresas que Melhor se Comunicam com Colaboradores na categoria Memória Organizacional (70 anos da Volkswagen do Brasil).

> Confira outros destaques nos capítulos Pessoas e Fábricas.





Estratégia e Gestão





Estratégia e Gestão

ACELERA VW abre caminhos para o futuro

A estratégia corporativa ACELERA VW (2022-2025) está organizada dentro de cinco macrocategorias – Pessoas, Produto, Processos, Cliente e Sustentabilidade –, que buscam transformar a Volkswagen do Brasil em uma empresa mais diversa, digital, ágil, centrada no cliente e neutra em carbono. A estratégia deriva do plano global da Marca (ACCELERATE) e combina as diretrizes gerais com as necessidades e especificidades locais, reforçando o compromisso da Volkswagen na mobilidade sustentável.

Em 2024, a empresa definiu nove frentes de atuação dentro dessa estratégia: Pessoas & Cultura, ESG, Inovação & Tech, Cliente, Mercado, Produto, Qualidade, Geração de Caixa e Eficiência com metas específicas. A partir disso, foram traçados 28 OKRs (*objectives and key results*). Os principais resultados do ano estão resumidos no quadro abaixo, divididos por batalhas (como são chamadas internamente as cinco macrocategorias).





Batalha 1: Pessoas + Diversa



Principais objetivos

- Obter/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 2024

A empresa obteve a certificação **Great Place to Work** pelo 3º ano consecutivo e conquistou o **selo Great People Mental Health**, logo no primeiro ano de participação nessa avaliação de bem-estar. A Volkswagen ainda foi reconhecida como **Top Employer** (7º ano consecutivo), **Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem**, pela pesquisa HRC Equidade BR 2024, e esteve no ranking **Top 10 da pesquisa Marca Empregadora Randstad** (3º ano consecutivo).

Na meta de aumentar o número de mulheres na liderança, a empresa saltou de 12,5% dos cargos ocupados em 2021 para **25,3%** em 2024.

A empresa também criou o **1º Programa de Mentoria para Pessoas Negras**, para o desenvolvimento de novas lideranças e o avanço nas metas de ser mais diversa.





Batalha 2: Produtos + Digital



Principais objetivos

- Lançar 16 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, biocombustíveis, motores flex 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 16 novos veículos até 2028 com destaque para a estreia dos híbridos, além de mais novidades em Total Flex e 100% elétricos.

Progresso em 2024

A Volkswagen do Brasil foi a marca de volume que mais cresceu em unidades vendidas em 2024: 16%. Foram 400.379 veículos Volkswagen vendidos em 2024, sendo 55.340 unidades a mais do que em 2023. A VW cresceu acima do mercado de veículos leves (14,1%).

Na Ofensiva de Produtos, a Volkswagen lançou 3 produtos em 2024:

- **Novo T-Cross**, SUV mais vendido do Brasil.
- **Nova Amarok**.
- **Novo Nivus**, com a atualização no sistema de infotainment VW Play Connect e o novo aplicativo Meu VW 2.0.

Em busca de ser mais digital, a Volkswagen lançou o Centro de Tecnologia **VW Tech** para o desenvolvimento de sistemas e soluções com foco em inovação, agilidade e transformação por meio do uso de IA e outras tecnologias.





Batalha 3: Processos + Ágil



Principais objetivos

- Reduzir as dívidas e melhorar 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 2024

Inauguração do escritório do Grupo VW em Brasília para relações institucionais, governamentais e de vendas que impactam o setor automotivo. O espaço fortalece a presença da Volkswagen do Brasil no centro das decisões estratégicas do País e reforça o relacionamento institucional com os poderes executivo, legislativo e judiciário, agências reguladoras e demais autoridades.





Batalha 4: Clientes + Centrada no Cliente



Principais objetivos

- Melhorar a posição na pesquisa CSI (Customer Satisfaction Index).

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 2024

A empresa busca criar uma rede de concessionárias cada vez mais humana, próxima e digital. Em 2024, a atualização das lojas (**New Brand Design**) chegou a **83% da rede**.

Na pesquisa CSI (Customer Satisfaction Index), que mensurar a satisfação dos clientes, a Volkswagen subiu no ranking de **Vendas e Pós-Vendas**.





Batalha 5: Sustentabilidade + Neutra em Carbono



Principais objetivos

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

Metas

Fazem parte dessa batalha os pilares de redução da dívida, redução de CO₂ – incluindo parcerias com universidades e centros de pesquisa para avançar com a descarbonização em mercados emergentes –, portfólio mais rentável, manter o fluxo de caixa e lucro operacional positivos e a criação de novas formas de receita para vencer as crises globais que se acumulam desde 2020.

Progresso em 2024

A Volkswagen do Brasil é pioneira no setor automotivo **ao usar biometano** em sua matriz energética. O fornecimento teve início em 2024 para as fábricas Anchieta e Taubaté, que receberão 1,35 milhões de m³ de biometano por ano. A partir de 2027, chegará ao pico de fornecimento de 8,1 milhões de m³ por ano, sendo 6,5 milhões para a Anchieta e 1,6 milhão para Taubaté. O volume de biometano adquirido será destinado principalmente ao processo produtivo da Pintura de carrocerias das duas fábricas, permitindo redução de até 99% nas emissões de CO₂ nesse processo, se comparado à alternativa fóssil.

Em 2024, a empresa lançou o selo **goTOzero RETAIL**, voltado para o reconhecimento de ações ambientais das concessionárias VW.

Além disso, a empresa conta com o **Certificado Lixo Zero multisites**, que atesta que todas as unidades destinam corretamente seus resíduos, e o **Selo Ouro no inventário GHG Protocol**, evidenciando seu compromisso com a descarbonização. Todas as unidades operam com **energia elétrica 100% limpa**, certificada com I-REC (Certificado Internacional de Energia Renovável) ou declarações reconhecidas pelo protocolo GHG (Gases de Efeito Estufa).





Way to Zero: compromisso com o futuro do planeta

(Sustentabilidade + Neutra em Carbono)

Alinhada ao Acordo de Paris, a Volkswagen possui a estratégia global Way to Zero, que prevê ser neutra em carbono até 2050. Essa é uma meta global da Marca, extensiva a todas as subsidiárias. A VW entende que a responsabilidade ambiental é um ativo importante, capaz de proporcionar vantagem competitiva real. Para isso, adota ações de descarbonização em todo o ciclo de vida do veículo: desde a pesquisa inicial, passando pelo desenvolvimento e produção. Assim como busca assegurar a utilização de seus veículos de forma sustentável, a empresa trabalha também para descarbonizar a cadeia de suprimentos.



Way to Zero Center

O Way to Zero Center é um *hub* de inovação e pesquisa focado no desenvolvimento de soluções para a mobilidade sustentável. Localizado na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo, o centro é dedicado a projetos que visam a redução de emissões de carbono e a implementação de novas tecnologias, como o uso de biocombustíveis avançados e eletrificação de veículos, apoiando a estratégia global da empresa de alcançar a neutralidade de carbono até 2050.

Nos últimos anos, a Volkswagen do Brasil assinou diversas parcerias com instituições públicas, privadas e universidades (USP, Unesp, Bosch, Raízen, Unicamp, BNDES, Finep) para desenvolvimento de pesquisas e projetos em descarbonização, Indústria 4.0 voltada para sustentabilidade e transformação digital e eletrônica embarcada em seus veículos. Atualmente, existem 14 projetos de parceria em andamento e 20 em discussão para aprimorar soluções sustentáveis no setor automotivo.

Entre os principais avanços, destaca-se a conclusão do projeto de pesquisa sobre "Estratificação de carga de etanol em motores de ignição por faísca de injeção direta", realizado em colaboração com USP, IPT e UNB. Os resultados indicaram um potencial aumento de eficiência energética superior a 5% com a combustão pobre. Estudos adicionais serão realizados agora para mensurar o impacto na formação de poluentes (NOx).



No âmbito do uso de biocombustíveis, o centro de pesquisa concluiu um projeto em parceria com Raízen e UFSM sobre o uso de etanol anidro como combustível comercial. Os estudos demonstraram vantagens como maior autonomia e redução de emissões de hidrocarbonetos. Complementando essa pesquisa, um projeto conduzido com a Universidade de Coburg (Alemanha) e a UFSM aprofundou o conhecimento sobre as características de combustão de misturas de etanol anidro e gasolina, visando apoiar o desenvolvimento de regulamentações para combustíveis do futuro.

Em 2024, o Way to Zero Center assinou parcerias e deu início em pesquisas para descarbonização, incluindo projetos estruturantes para manufatura e montagem de baterias com SENAI-PR, CPQD, SENAI-PE e Grupo Moura. O centro participou ativamente em grupos do setor automotivo, como a Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA) e a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), contribuindo para propostas do Programa Mobilidade Verde do Governo Federal (MoVer) e Proconve 8 – Fase 3, além de estudos sobre a eficiência de motores a etanol e emissões veiculares.

Além disso houve também várias participações do time do Way to Zero Center em congressos e eventos relevantes para indústria automotiva, como SIMEA (menção honrosa na categoria “Emissões e Poluentes Veiculares”), Congresso SAE Brasil entre outros, mostrando o trabalho realizado em parcerias e interagindo com outros participantes para desenvolver formas de contribuir juntos para a descarbonização.

Esses avanços reforçam o papel da Volkswagen com a inovação responsável e o desenvolvimento de soluções energéticas mais limpas e eficientes, alinhadas à sua visão de mobilidade sustentável para o futuro.





VW impulsiona transformação digital com financiamento do BNDES

A Volkswagen do Brasil obteve uma linha de crédito de R\$ 304 milhões do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para financiar a transformação digital de suas quatro fábricas no País. Os recursos, oriundos do programa “BNDES Mais Inovação”, serão aplicados na digitalização, conectividade, automação e inteligência em processos industriais, fortalecendo a implementação das tecnologias da Indústria 4.0.

O investimento será destinado às unidades Anchieta (São Bernardo do Campo - SP), Taubaté (SP), São Carlos (SP) e São José dos Pinhais (PR). A iniciativa visa ampliar o uso de soluções como inteligência artificial, robótica, internet das coisas e computação em nuvem, contribuindo para o aumento da eficiência operacional e a redução de impactos ambientais.

Entre as inovações contempladas pelo financiamento estão o desenvolvimento de simuladores para novos projetos com o uso de *games* e realidade virtual, ferramentas de análise de dados baseadas em inteligência artificial e aprendizado de máquina, além da ampliação do uso de impressoras 3D para a fabricação de protótipos de peças e componentes.



A empresa também avança na preparação para a Indústria 5.0, que busca integrar a colaboração entre humanos e máquinas para oferecer valor agregado à produção, possibilitando a criação de produtos personalizados que atendam às demandas específicas dos clientes.



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 formada por 14 membros escolhidos pela Matriz. O grupo se reúne semanalmente para tratar das atividades da empresa e assegurar o alinhamento às estratégias estipuladas para os negócios.

Além do Chairman e do CEO, participam sete vice-presidentes e cinco diretores, sendo 12 homens e duas mulheres. Desse total, 64% são brasileiros.

A empresa conta, ainda, com um Comitê Executivo para Região SAM, que engloba, além do Brasil e Argentina, outros 27 países da América do Sul, Central e Caribe. O comitê é formado por 10 membros, representantes da VW do Brasil e da VW Argentina, e está à frente do processo de regionalização da Marca. Na América Latina, as ações são coordenadas pelo Chairman (Presidente) Executivo, com foco em questões estratégicas de negócios na região.



Composição do Comitê Executivo



Alexander Seitz

Chairman Executivo da Volkswagen na Região América do Sul

Ciro Possobom

Presidente e CEO da Volkswagen do Brasil

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

Douglas Pereira

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

Dr. Markus Kleimann

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

Roger Corassa

Vice-Presidente de Vendas & Marketing da Volkswagen do Brasil

Rafael Vieira Teixeira

CFO da Volkswagen do Brasil e Região SAM

Cristina Cestari

Chief Information Officer (CIO) da Volkswagen para a Região América do Sul

Cláudio Rawicz

Diretor de Comunicação e Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil

Thomas Mehringer

Diretor da Qualidade Assegurada da Volkswagen do Brasil e Região SAM

Amália Cecilia Gonçalves Costa

Diretora de Assuntos Jurídicos da Volkswagen do Brasil

Luiz Ricardo de Medeiros Santiago

Diretor de Relações Institucionais e Governamentais da Volkswagen do Brasil



Estrutura de sustentabilidade

O Comitê de Sustentabilidade/ESG é formado por sete áreas principais: Sustentabilidade, 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 de Sustentabilidade, vinculada à área de Comunicação e Sustentabilidade, que é responsável por liderar as ações relacionadas aos pilares ESG (Ambiental, Social e Governança) e reporta diretamente ao Chairman da Região e ao CEO no Brasil.

Objetivos e metas de sustentabilidade¹

Responsabilidade social			
Ano Base	Compromisso	Prazo	Status 2024
2020	Aumentar de 14% para 25,6% o número de mulheres em cargos executivos.*	2024	Número de mulheres em posições executivas na empresa em out/24 foi de 25,6%, cumprindo assim o acordo com o banco Bradesco. Em dez/24, a empresa chegou a 25,3%, ou seja, finalizou o ano com 1/4 da liderança executiva composta por mulheres. Para 2025, a meta é sustentar os 25,3% pensando cada vez mais na experiência e inclusão delas na companhia.
2020	Aumentar de 9% para 24,8% o número de mulheres como gerentes e gerentes-executivas.*	2024	Número de mulheres em posições de Gerente e Gerente Executivo na Empresa atingidos no ano de 2024 = 20%, ou seja, a empresa finalizou o ano com 1/5 dessa população composta por mulheres. Para 2025, não há submeta definida.

Nota de rodapé:
1. Conheça os compromissos ambientais da Volkswagen do Brasil expressos na [Política Ambiental e de Energia](#).
* Objetivos atrelados à dívida ESG com o Bradesco.



Responsabilidade ambiental

Ano Base	Compromisso	Prazo	Status 2024
2012	Energia (MWh/veículo produzido) = 0,88	2025	Em 2024, a Volkswagen do Brasil atingiu 1,34 MWh/veículo produzido. A meta estipulada para o indicador não foi atingida devido à redução no volume de veículos produzidos, o que afetou a eficiência energética e ambiental. Ainda assim, a empresa implantou diversas ações com foco na eficiência energética das fábricas.
2012	CO ₂ (kg/veículo produzido) = 89	2025	Em 2024, a VW atingiu 100 kg de CO ₂ /veículo produzido. Com isso, a empresa está cada vez mais próxima de atingir a meta em 2025. Contribuíram para o resultado o início de fornecimento de biometano para as plantas de Taubaté e Anchieta e as ações de redução de consumo de gás natural, como a redução da temperatura da caldeira de água quente implementada em Curitiba. Além disso, a empresa possui 100% da sua energia elétrica proveniente de fonte renovável das plantas produtivas, certificada pelo i-REC. (Valor conforme GHG Protocol)
2020	Transferir as emissões de CO ₂ de origem fóssil do escopo 1 para biogênica em 12%, por meio da substituição de 20% do gás natural de origem fóssil por biometano (Garantia na Geração).*	2024	Parceria entre a VWB e a Raízen para possibilitar a transferência de CO ₂ de origem fóssil para origem biogênica e a substituição do gás natural de origem fóssil para o biometano. O início do fornecimento do biometano ocorreu em outubro e, com isso, a empresa conseguiu atingir os objetivos de ter 12% das emissões de fonte biogênica e a troca de 20% do gás natural consumido por biometano.

Nota de rodapé:

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

* Objetivos atrelados à dívida ESG com o Bradesco.

Semana da **Sustentabilidade**

A Volkswagen do Brasil realizou, entre os dias 4 e 8 de novembro de 2024, a Semana da Sustentabilidade, reunindo executivos, especialistas e parceiros para debater os avanços e desafios da agenda ESG no setor automotivo. O evento reforçou o compromisso da empresa com a neutralidade de carbono até 2050, a inclusão e diversidade no ambiente corporativo e a importância da colaboração entre diferentes setores para impulsionar a transição sustentável.

Ao longo da semana, foram abordados temas como a necessidade de inventários de emissões para controle ambiental e o potencial do mercado de carbono para compensações, o impacto social da Volkswagen e a atuação da Fundação Grupo Volkswagen (FGVW) em comunidades do



entorno, os desafios da transição energética no setor de veículos leves e as alternativas viáveis para a indústria, o papel dos fornecedores e concessionárias na jornada rumo à neutralidade de carbono, incluindo *cases* de sucesso e certificações ambientais, a governança do tema ESG e sua integração à estratégia corporativa.

Os participantes reforçaram a necessidade de uma matriz energética mais limpa, do uso de biocombustíveis como solução viável no contexto brasileiro e da cooperação entre setores para garantir uma transição ambiental justa. As palestras foram ministradas em formato on-line, para cerca de 200 participantes diários, por representantes do banco Itaú, FGVW, Associação Padre Leo Comissari, KPMG, Formtap, Grupo Belcar, Audi e VWFS.

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

Em 2024, a Volkswagen do Brasil revisitou e atualizou seus valores para reafirmar seu propósito de inovar, atuar com sustentabilidade e colocar as pessoas no centro de suas decisões. Essa renovação reforça os pilares que guiam a empresa, alinhando-os às demandas atuais e às expectativas de seus colaboradores, clientes e parceiros.



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



Diretrizes e princípios



Internos:

Código de Conduta do Grupo Volkswagen, versão 3.1 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, maior iniciativa 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.



Conduta ética e transparente

Princípios éticos

(GRI 2-16, 417-3)

Toda a atuação na empresa é guiada pelas diretrizes do Código de Conduta, da Política de Compliance, 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:

 Nós assumimos a responsabilidade pelo meio ambiente e pela sociedade.	 Nós somos honestos e falamos quando algo está errado.	 Nós abrimos novos caminhos.	 Nós vivemos a diversidade.	 Nós temos orgulho do trabalho que fazemos.	 Nós, não eu.	 Nós mantemos nossa palavra.
--	--	--	---	--	---	--

Conformidade com as leis

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

Em 2024, a Volkswagen do Brasil não registrou nenhuma ação judicial movida por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio em que a organização tenha sido identificada como participante. As situações de não conformidade foram definidas com base em casos que envolvam altos valores e possível dano reputacional.

A companhia não apresentou nenhuma não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.



Código de Conduta



O código de conduta da Volkswagen do Brasil passou por uma revisão e atualização em 2023, alinhada às diretrizes da Matriz alemã e demais empresas do Grupo Volkswagen. O novo documento, chamado de “Nosso Código”, foi apresentado no início de 2024, com vigência imediata. Entre os principais reforços estão as orientações voltadas para os gestores, pautando a conduta das lideranças pela ética, integridade e pelo bom relacionamento interpessoal.

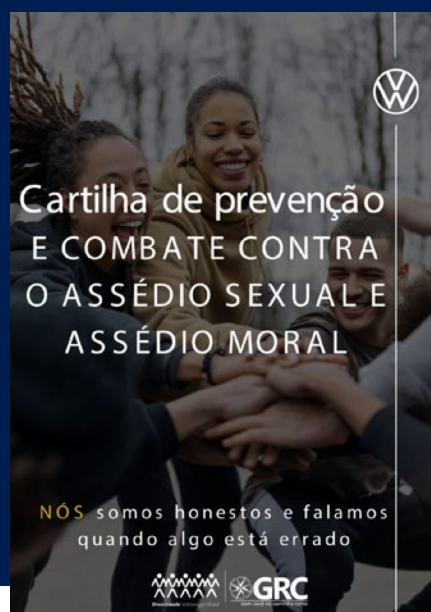
A postura não condizente com as diretrizes é tratada como uma violação, passível de sanções. Para garantir que isso não aconteça, a Volkswagen busca manter o aconselhamento e o apoio em seu ecossistema, a fim de que, agindo em conjunto e preventivamente, os valores e a reputação da Marca permaneçam protegidos.

[Clique aqui para baixar o “Nosso Código”.](#)

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) e **[pode ser baixado aqui.](#)**



Carta Norma

Na Carta Norma, colaboradores administrativos e horistas, incluindo executivos, mensalistas, terceiros, prestadores de serviço, líderes e encarregados de diversas áreas, declaram conflitos de interesses conforme os requisitos do Código de Conduta e da Política de Compliance. O preenchimento do formulário é feito eletronicamente pelo Portal VW, com agilidade na análise de dados e confidencialidade nas informações. Em 2024, a empresa avançou com processo de automatização da Carta Norma, dentro do sistema SharePoint, conferindo mais segurança às informações. Além disso, incluiu temas relacionados ao trabalho secundário, orientando possíveis conflitos de interesse para esses profissionais.

Integridade alinhada

(GRI 205-2)

A corrupção é um crime previsto no Código Penal brasileiro (Decreto-Lei nº 2848/1940) e na Lei Anticorrupção (Lei nº 12846/2013). Na Volkswagen do Brasil, o tema é tratado de forma ainda mais abrangente na Política de Compliance, garantindo diretrizes claras para todos os colaboradores. Para aprofundar o conhecimento, a Cartilha Anticorrupção está disponível como referência para consultas.

A empresa realiza treinamentos de reciclagem regularmente sobre o Código de Conduta e Anticorrupção. Em 2024, todos os empregados foram comunicados e treinados. A liderança recebe treinamento específico e a Volkswagen faz questão de mostrar que os valores da empresa são cuidados de cima para baixo ("*tone from the top*").

Os treinamentos são obrigatórios e o não cumprimento pode resultar em medida disciplinar prevista na política interna. Ao longo do ano, equipes administrativas e de operações concluíram os treinamentos sobre o "Nosso Código", além de uma importante capacitação sobre direitos humanos e da nova legislação alemã LKSG, ou Lei de Due Diligence na cadeia de suprimentos. O objetivo é conscientizar sobre os direitos de cada indivíduo e orientar os colaboradores sobre como agir em casos de dúvidas ou eventuais infrações, fortalecendo a cultura de respeito e responsabilidade na organização.

A Volkswagen do Brasil tem também se aproximado cada vez mais da Rede de Concessionárias para ampliar a cultura de integridade para toda a cadeia de valor. Esse momento de troca é favorecido pela visita de representantes da área de Governança, Risco e Compliance (GRC) às concessionárias, levando os valores da empresa e buscando entender como as questões éticas são tratadas nos pontos de vendas.

O compromisso com a integridade se reflete nos treinamentos oferecidos, que abrangem temas como Código de Conduta, Antitruste, Gerenciamento de Riscos, Verificação de Parceiros de Negócios, Lei de Defesa da Concorrência, Prevenção à Lavagem de Dinheiro &



Financiamento de Terrorismo e Respeito & Diversidade. Para manter a equipe sempre atualizada, o programa de treinamentos é revisado anualmente, garantindo que os colaboradores mais expostos a riscos de corrupção recebam capacitação contínua. As atividades são oferecidas tanto presencialmente quanto de forma digital.

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

	2022		2023		2024	
	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Total de membros da Diretoria da empresa	13		13		13	
Diretores comunicados/treinados	13	12	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)

	2022		2023		2024	
Fábricas, Centro de Peças e Acessórios e escritórios na região Sudeste	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Número total de colaboradores comunicados/treinados	100%	11.359	100%	12.824	100%	13.091

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

	2022*		2023		2024	
	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Número total de parceiros	1.041		2.372		3.626	
Parceiros comunicados/treinados	1.041	1.041	1.041	1.041	3.626	3.626
% 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).
*Houve uma mudança no número de fornecedores por mencionar somente o número dos fornecedores ativos, em vez dos registrados. Os ativos devem aceitar o código de conduta para parceiros de negócio e fazer um treinamento sobre isso.



Relações Institucionais e Governamentais

A Volkswagen tem participação ativa na construção de políticas públicas e na definição de regulamentações para o setor automotivo no Brasil. A empresa atua tanto individualmente quanto por meio de associações representativas, contribuindo diretamente para debates e decisões estratégicas que impactam a indústria e a economia nacional.

Em 2024, um dos principais avanços do setor, como um todo, foi a aprovação do programa MOVER (Mobilidade Verde e Inovação), que se tornou lei após tramitação no Congresso Nacional. A montadora esteve envolvida ativamente nas discussões e segue acompanhando o processo de regulamentação com o governo federal.

Com o MOVER, o setor automotivo anunciou nos últimos dois anos um investimento de R\$ 130 bilhões, sendo R\$ 16 bilhões provenientes da Volkswagen. A previsibilidade proporcionada pelo programa do governo facilita a atração de novos aportes da matriz da Volkswagen na Alemanha, tornando o Brasil um destino competitivo frente a outras regiões.

A Volkswagen também se destacou pela atuação nas discussões da reforma tributária, que teve sua primeira parte sancionada por lei complementar em janeiro de 2025. A empresa tem como foco garantir a isonomia na aplicação de impostos para os automóveis, incluídos no imposto seletivo. Outro desafio em 2024 foi o aumento das importações de veículos, especialmente eletrificados, favorecidos pela recomposição gradual da alíquota de importação. A resposta da Volkswagen juntamente com a associação de classe foi o pleito da recomposição imediata da alíquota.

A empresa destaca a necessidade de um ambiente regulatório equilibrado, que favoreça a competitividade da produção nacional e garanta condições justas para a indústria automotiva instalada no Brasil. A VW segue engajada nas discussões com o governo e demais *stakeholders*, buscando soluções que incentivem o desenvolvimento sustentável do setor e contribuam para o crescimento econômico do País.





Novo escritório em Brasília

Com o objetivo de fortalecer ainda mais seu relacionamento institucional, a Volkswagen inaugurou um novo escritório em Brasília. O espaço será a base das marcas do Grupo Volkswagen para relações institucionais, governamentais e de vendas.

A iniciativa reforça a presença da Volkswagen no centro das decisões políticas e econômicas do país, permitindo um diálogo mais próximo e transparente com os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, além de Agências Reguladoras e demais autoridades.

Acompanhamento dos processos

(GRI 205-1)

A Volkswagen do Brasil mantém um processo estruturado para garantir o controle e a conformidade com suas diretrizes éticas e regulatórias conduzido pela equipe de Auditoria Interna por meio de análises independentes e objetivas. O trabalho segue um plano anual baseado em análise de risco e no Código de Conduta da empresa.

Além da auditoria interna, um comitê corporativo, integrado por representantes das áreas de GRC (Governança, Risco e Compliance), Recursos Humanos, Auditoria, Segurança, TI e Jurídico, monitora a adesão às políticas corporativas e define estratégias para reforçar a integridade organizacional.



Em 2024, 100% das unidades da Volkswagen do Brasil passaram por avaliação de riscos relacionados à corrupção, abrangendo 17 áreas de negócios distribuídas entre as quatro fábricas e o Centro de Distribuição de Peças e Acessórios. O processo sistemático considera riscos de corrupção ativa, corrupção passiva e conflitos de interesse. Denúncias e suspeitas de corrupção são investigadas pelas áreas responsáveis, com análise de cada caso e implementação de medidas corretivas para mitigar impactos. Quando envolvem a administração pública, a empresa coopera integralmente com as autoridades competentes, prestando esclarecimentos e, quando necessário, promovendo ressarcimentos.

O risco de conflito de interesses em caso de subordinação indireta entre parentes e/ou a participação societária de um empregado em alguma empresa parceira de negócios ou concorrente da Volkswagen, que possa ter impacto direto em todas as áreas de negócios, é monitorado pela área de Recursos Humanos com o GRC. O programa de Compliance da empresa cobre o tema e está regulamentado em uma política corporativa (B-ORL 1.19.01.03 Política de Compliance). A Volkswagen do Brasil reforça continuamente a importância da conduta ética entre colaboradores e parceiros com campanhas, comunicados e treinamentos.

Proteção de dados

(GRI 418-1)

Por meio do Programa de Governança da Privacidade e Proteção de Dados Pessoais, a Volkswagen do Brasil adota padrões rigorosos para garantir a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e reforçar a segurança das informações de clientes, colaboradores e parceiros.

O programa é composto por um conjunto de políticas e procedimentos que estabelecem práticas essenciais para garantir o cumprimento da legislação. Entre as iniciativas, destacam-se ações contínuas de conscientização e treinamento, revisão periódica do mapeamento das atividades de tratamento de dados, avaliação de projetos desde a concepção, monitoramento da maturidade de fornecedores e negociação de cláusulas contratuais para proteção de dados.

A Volkswagen do Brasil investe também em tecnologias avançadas para identificar e monitorar incidentes, utilizando a ferramenta Data Loss Prevention (DLP) e contando com um Plano de Resposta estruturado para agir com rapidez e eficiência sempre que necessário. O monitoramento do Programa de Privacidade é realizado em parceria com o Grupo Volkswagen, garantindo alinhamento com as melhores práticas globais do setor.

Além disso, a empresa mantém um rigoroso sistema de segurança para prevenir invasões e vazamentos de dados. O Security Office Center (SOC) monitora constantemente todo o ecossistema da companhia, abrangendo fornecedores e demais *stakeholders*. Como reflexo desse compromisso contínuo, a Volkswagen do Brasil não identificou nenhum vazamento de dados que precisou ser reportado à ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) ou aos titulares em 2024.



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)

Os Canais de Denúncias do Grupo Volkswagen estão disponíveis 24 horas por dia e permitem que *stakeholders* reportem incidentes, má conduta ou violações por telefone, *on-line* ou presencialmente (no caso dos colaboradores). As denúncias são tratadas de forma padronizada e encaminhadas às áreas competentes para investigação. Os canais são acessíveis no *website*, na *intranet* e agora também em aplicativos, trazendo mais praticidade para os funcionários.

Em 2024, a empresa deu um passo importante ao integrar um canal de denúncias anônimo dentro do aplicativo “VW&Eu”, utilizado por quase todos os empregados para consulta de informações como horas trabalhadas, férias e salários. Essa funcionalidade facilita o envio de denúncias e possibilita a anexação de documentos, fotos e outras evidências de forma prática e segura. Como efeito, isso ampliou o alcance dos canais de denúncia, especialmente para colaboradores em posições operacionais que tinham menos contato direto com a área responsável.

Além disso, houve um avanço global com a implementação de um novo sistema de denúncias, disponível em aplicativo, que funciona de maneira semelhante a um *chat*, com os dados do reportante em sigilo. Outro destaque foi a modernização do canal telefônico. O novo sistema transcreve automaticamente as denúncias realizadas por voz e traduz o conteúdo para qualquer idioma, permitindo maior acessibilidade para diferentes regiões e facilitando a comunicação entre os países. Essa funcionalidade tem sido especialmente útil no Brasil, onde as denúncias feitas em português à Matriz, na Alemanha, podem ser facilmente compreendidas por equipes globais.



Temas mais investigados



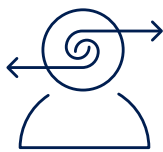
38%

Assédio, tanto sexual quanto moral



13%

Conflito de interesse e possível corrupção passiva



7%

Má gestão (ingerência)



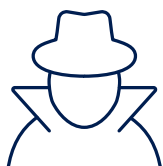
7%

Vazamento de informação



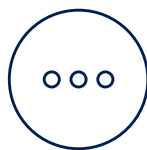
5%

Fraude



2%

Roubo / Desvio de material



28%

Outros

50% das pessoas fizeram de forma identificada.

50% de forma anônima.

Canais mais utilizados



1. E-mail



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



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



4. Formulário da internet/ Aplicativo dos empregados



5. 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 valiosos 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.



Canal de denúncia



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

Reconhecimento: valorizar os talentos e cuidar das pessoas

(GRI 2-3)

(Pessoas + Diversa)

A Volkswagen do Brasil foi reconhecida em 2024 por suas práticas em gestão de recursos humanos e conquistou prêmios que reafirmam sua posição como uma das melhores empregadoras do país e o compromisso com o bem-estar e o desenvolvimento de seus colaboradores. Essas conquistas refletem a dedicação da empresa em promover um ambiente de trabalho inclusivo, inovador e orientado para o crescimento profissional.





Great Place to Work

Obter a certificação Great Place to Work era um dos pilares da estratégia ACELERA VW. Logo no primeiro ano, em 2022, a Volkswagen do Brasil conquistou o título e o mantém desde então. Pelo terceiro ano consecutivo, a empresa recebeu o selo **GPTW**, com aumento de 18 pontos percentuais na participação dos colaboradores na pesquisa, superando a média de empresas de mesmo porte. O orgulho de trabalhar na Volkswagen foi apontado como o principal eixo da pesquisa.

A certificação internacional avalia o nível de satisfação e o índice de confiança dos colaboradores em relação ao seu ambiente de trabalho. A pesquisa é feita a partir de um questionário, com 63 perguntas, dividido em cinco tópicos: credibilidade, respeito, imparcialidade, orgulho e camaradagem. Em 2024, mais de 50% dos colaboradores participaram voluntariamente da pesquisa.

Saúde mental avaliada

Em uma iniciativa inédita, a Volkswagen obteve o selo **Great People Mental Health**, com nota 82, resultado da análise de bem-estar baseada em dados qualitativos da pesquisa GPTW.





7 vezes Top Employer

A Volkswagen do Brasil recebeu, pelo 7º ano consecutivo, a certificação global **Top Employer**, que destaca empresas líderes em gestão de pessoas e desenvolvimento do ambiente de trabalho. A empresa obteve uma nota de 88,34%, acima da média de *benchmark* nas melhores práticas de RH (média de 84,96%), e alcançou 100% de aprovação em cinco áreas avaliadas: Estratégia de Negócio, Organização & Mudança, Propósito & Valores, Ética & Integridade, e Sustentabilidade.

A VWB registrou ainda evoluções significativas nas notas “Digitalização de Processos de RH”, com a estreia da plataforma Hello Success, que integrou todos os processos de Recursos Humanos e modernizou a experiência dos colaboradores na administração da vida profissional; e no quesito “Gestão da Mudança”, com ações de bem-estar integrado ao trabalho, com o Avatar da Saúde, e de promoção de propósito e valores, como o People Profile, que apresenta os valores e comportamentos do Grupo Volkswagen.



Marcas empregadoras mais atrativas do Brasil

A Volkswagen do Brasil foi incluída, pelo 3º ano consecutivo, no ranking **Top 10 da pesquisa Marca Empregadora (Randstad Employer Brand Research)**. O estudo, realizado globalmente há mais de 20 anos e presente no Brasil desde 2019, avalia a percepção dos talentos sobre as 150 maiores empregadoras do país, considerando fatores como progressão na carreira, salários e benefícios, ambiente de trabalho, equidade e gestão sólida.

Na edição 2024, com a participação de mais de 4.500 entrevistados, a pesquisa destacou novos pilares, como inteligência artificial e equidade no trabalho, como fatores relevantes para os talentos.



Melhores empresas para pessoas LGBTQIA+ trabalharem

Em 2024, a Volkswagen do Brasil foi certificada como uma das “Melhores Empresas para Pessoas LGBTQIA+ Trabalharem”, conforme a pesquisa **HRC Equidade BR 2024**, realizada pela Human Rights Campaign Foundation, em parceria com o Instituto Mais Diversidade e o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.

A empresa atingiu a nota máxima (100) logo na primeira participação na pesquisa, que avalia práticas corporativas de equidade e inclusão LGBTQIA+ no ambiente de trabalho, como políticas de não discriminação, grupos de diversidade, treinamentos e apoio público à inclusão. A certificação, anunciada na véspera do Dia Internacional do Orgulho LGBTI+,

reforça a governança da Volkswagen em diversidade e inclusão, com destaque para o coletivo interno “Colorindo”, em atividade desde 2017. Em 2024, apenas 79 empresas conquistaram a certificação no Brasil.





Inovação que conecta, diversidade que impulsiona

Programa de Estágio
Volkswagen 2024



Diversidade & Inclusão

(Pessoas + Diversa)

A Volkswagen do Brasil conta com uma estratégia robusta de Diversidade & Inclusão, que valoriza e respeita as diferenças entre todas as pessoas. Desde 2023, a empresa é signatária de fóruns nacionais que abrangem os cinco pilares prioritários: o Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, o Movimento Mulher 360, a Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial, a REIS (Rede Empresarial de Inclusão Social para Inclusão de PcDs) e o Fórum Gerações e Futuro do Trabalho. A adesão a esses fóruns trouxe 38 novos compromissos à estratégia de Diversidade & Inclusão da empresa.

Estruturalmente, a empresa possui um Comitê de Diversidade & Inclusão que se reúne trimestralmente e conta com a participação de todos os membros do comitê executivo (Comex) da empresa com foco na pauta de diversidade, equidade e inclusão. Além disso, a VWB estabeleceu cinco grupos de diálogos, formados por pessoas voluntárias e apadrinhados por um membro do Comex, que trabalham para criar um ambiente mais acolhedor e representativo dentro da VW.

Em 2024, a empresa realizou seu segundo Censo de Diversidade & Inclusão, sendo o primeiro em parceria com a pesquisa GPTW e a Great People Diversity. A iniciativa avaliou a estratégia da empresa, além de mapear demografias e trazer recomendações dos colaboradores para avanços no curto, médio e longo prazos. Além disso, a pesquisa possibilitou o reconhecimento de grupos minorizados, como os indígenas. Esses indicadores possibilitarão agora o desenvolvimento de ações direcionadas. Comparado ao primeiro censo, a empresa registrou aumento de 31% no número de colaboradores participantes.

Com o tema "Semear respeito. Colher inclusão", a Volkswagen celebrou a 5ª edição da Semana da Diversidade & Inclusão em 2024. O evento mobilizou as áreas da empresa, no Brasil e na Argentina, por meio de diálogos, palestras, ativações e dinâmicas entre líderes e equipes, com o propósito de ampliar o conhecimento e o letramento sobre o tema entre os colaboradores.



Grupos de Diálogo

	Gênero 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+ 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 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 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 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.



Compromisso social

Conheça os cinco fóruns sociais que a Volkswagen do Brasil faz parte:



Movimento Mulher 360

A Volkswagen do Brasil se responsabiliza em fortalecer o posicionamento em prol da equidade de gênero e aumentar a participação feminina no ambiente corporativo e na cadeia de valor. Pela adesão ao movimento, a empresa reforça o compromisso com os 7 Princípios de Empoderamento Feminino da ONU, já apoiados pela empresa desde 2021.

[Clique e saiba mais.](#)



Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial

A iniciativa busca quebrar barreiras, desafiar preconceitos sistêmicos, promover um futuro mais inclusivo e a construção de uma indústria que abrace a diversidade, desmonte o racismo e garanta igualdade de oportunidades para todos. Por meio dela, a Volkswagen do Brasil se compromete a atuar de acordo com os 10 compromissos em prol da igualdade racial.

[Clique e saiba mais.](#)



Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+

O fórum reúne empresas comprometidas em tornar verdade a máxima da Declaração Universal dos Direitos Humanos de que "todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos". A adesão aos "10 Compromissos da Empresa com a Promoção dos Direitos LGBTI+" expressa o entendimento da Volkswagen sobre o seu papel social no Brasil.

[Clique e saiba mais.](#)



Fórum Gerações e Futuro do Trabalho

A Volkswagen do Brasil é a primeira indústria automotiva a aderir ao Fórum Gerações e Futuro do Trabalho, um passo importante ao se engajar com o respeito e a melhor distribuição de oportunidades a profissionais de diversas gerações. Com isso, endossa os seis compromissos da entidade.

[Clique e saiba mais.](#)

REIS (Rede Empresarial de Inclusão Social)

Ao aderir à REIS, a Volkswagen do Brasil torna público o seu desejo de promover um ambiente de negócios mais inclusivo para transformar positivamente a vida das pessoas com deficiência e atuar de acordo com os cinco compromissos do Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência.

[Clique e saiba mais.](#)

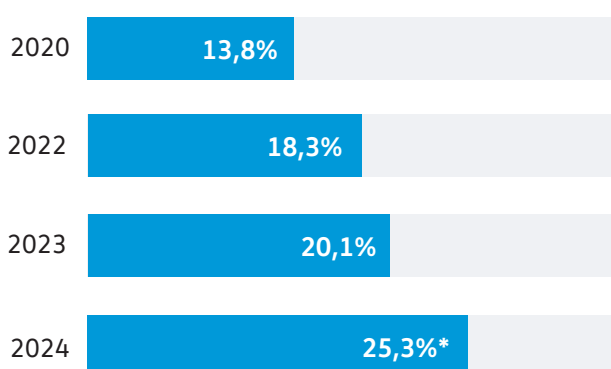
Mulheres na liderança



A Volkswagen do Brasil tem o compromisso de aumentar progressivamente o número de mulheres na liderança. Desde 2020, a empresa é signatária dos Princípios de Empoderamento Feminino da ONU e foi a primeira fabricante de veículos do País a fechar um acordo para captação de uma dívida bancária, em 2022, por meio da modalidade de Notas de Crédito à Exportação (NCE), com compromissos ESG, chamada Sustainable-Linked Loan (título de dívida sustentável).

A operação, realizada com o Bradesco no valor de R\$ 500 milhões, com prazo de três anos, está atrelada a compromissos da montadora de aumentar a participação de mulheres na liderança e de reduzir emissões de CO₂ de origem fóssil em suas operações. A meta de empregabilidade visava elevar, até outubro de 2024, de 14% para 25,6% a participação de mulheres em cargos executivos, sendo que em posições de gerência a presença feminina deveria subir de 9% para 25%.

Mulheres em cargos executivos:



*Em outubro, a empresa cumpriu a meta de 25,6%, entretanto o fechamento de 2024 refletiu a flutuação natural no quadro de *headcount* total das lideranças executivas da empresa.

A Volkswagen do Brasil fechou 2024 com 25,3% de mulheres em posição de liderança, um salto de 11,5 pontos percentuais em relação ao ano de 2020, ano em que deu início aos objetivos em equidade de gênero. Os resultados foram impulsionados com ações como a mentoria feminina, mapeamento de mulheres no plano de sucessão, ações de diversidade e cultura promovidas pelo grupo de afinidade de equidade de gênero “Elas Aceleraram”, a criação do comitê de mulheres na liderança e planos de desenvolvimento voltados para mulheres.

A empresa oferece também vagas afirmativas para públicos de diversidade em processos seletivos e ampliou o equilíbrio na admissão de mulheres e homens: em 2024, as contratações de mulheres representaram 65% dos cargos executivos, 43% de mensalistas e 33% de horistas.



Conhecimento compartilhado

Em 2024, a Volkswagen do Brasil lançou um novo **manifesto de Diversidade & Inclusão**, reforçando seu papel como marca empregadora e destacando a importância de uma cultura inclusiva para todos os colaboradores, especialmente de grupos minorizados.

[Clique aqui para acessar o vídeo do manifesto.](#)

Além disso, a **Cartilha de Diversidade & Inclusão** teve sua segunda edição publicada, ampliando o acesso a informações sobre o tema. Inicialmente distribuída para os colaboradores e a cadeia de valor, a cartilha será estendida em 2025 à rede de concessionárias, consolidando o compromisso da Volkswagen com a disseminação de conhecimento e práticas inclusivas em toda a sua operação.

[Baixe aqui a cartilha de D&I.](#)



Aquisição de talentos com inclusão e equidade

Nos últimos anos, a Volkswagen do Brasil revisou seu processo de Talent Acquisition, principalmente com as lideranças, para reconhecer os vieses inconscientes e favorecer a inclusão na empresa. Os processos são conduzidos de forma ampla, desde a divulgação da vaga, com a utilização de uma linguagem inclusiva, até o alinhamento do perfil com gestores, reforçando a importância de analisar as particularidades da descrição da vaga a fim de deixá-la acessível aos públicos diversos. Essa política afirmativa é válida para as vagas efetivas, os programas de estágio e trainee da companhia.

O compromisso de ampliar o número de mulheres na empresa, sobretudo em postos de liderança, foi posto em prática nos processos seletivos por meio de recorte interseccional, que buscou somar gênero com mais uma das outras 4 agendas prioritárias. Em média, 57% das contratações em 2024 foram dentro de ao menos uma das cinco agendas (Gênero, Raça & Etnias, PcD, Gerações e LGBTQIA+). A empresa estipulou também metas específicas para pessoas negras em posição de liderança e atingiu 5,7% de negros e negras em posições executivas, um aumento de 1,4 p.p. em relação 2023.



A empresa passou também por um processo de revisão do fluxo de contratações para acolher o nome social de profissionais transgêneros e travestis, garantindo o uso do nome social na identificação funcional, e-mail e todos os sistemas internos.

Destaques

- Contratação de 90 mulheres, sendo 15 em posições complexas, o que representou 25% das contratações de 2024.
- Primeira contratação de pessoa transgênero na organização, respeitando o nome social.
- Projeto 100% afirmativo para pessoas negras na área de Suplpy Chain.

O perfil da força de trabalho

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

A empresa registrou a criação de 61 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	2022			2023			2024		
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
Anchieta	740	6.140	6.880	867	6.251	7.118	987	6.220	7.207
Curitiba	102	1.970	2.072	129	1.925	2.054	122	1.855	1.977
Regionais	18	128	146	19	128	147	18	112	130
São Carlos	90	728	818	84	717	801	98	701	799
Taubaté	233	2.612	2.845	249	2.537	2.786	298	2.556	2.854
Vinhedo	15	33	48	17	31	48	17	31	48
Total	1.198	11.611	12.809	1.365	11.589	12.954	1.540	11.475	13.015

Colaboradores por tipo de contrato de trabalho e gênero¹

(GRI 2-7)

Tipo de contrato	2022			2023			2024		
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
Colaboradores temporários (tempo determinado)	146	95	241	474	239	713	143	90	233
Colaboradores Permanentes (tempo indeterminado)	11.465	1.103	12.568	11.115	1.126	12.241	11.332	1.450	12.782
Total	11.611	1.198	12.809	11.589	1.365	12.954	11.475	1.540	13.015



Colaboradores por tipo de contrato de trabalho, gênero e região¹
(GRI 2-7)

Região	2022					2023					2024				
	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			740	6.140	6.880	105	222	762	6.029	7.118	33	62	954	6.158	7.207
Curitiba			102	1.970	2.072	26	44	103	1.881	2.054			122	1.855	1.977
Regionais			18	128	146			19	128	147			18	112	130
São Carlos			90	728	818	2	57	82	660	801	3		95	701	799
Taubaté	95	146	138	2.466	2.845	106	151	143	2.386	2.786	54	81	244	2.475	2.854
Vinhedo			15	33	48			17	31	48			17	31	48
Total	95	146	1.103	11.465	12.809	239	474	1.126	11.115	12.954	90	143	1.450	11.332	13.015

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)

	2022	2023	2024
Abaixo de 30 anos	1.011	1.268	1.342
Entre 30 e 50 anos	9.683	9.235	8.368
Acima de 50 anos	2.115	2.451	3.305
Total	12.809	12.954	13.015

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)

	2022				2023				2024			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Abaixo de 30 anos	115	0,17	87	0,27	116	0,14	66	0,15	301	0,34	152	0,34
Entre 30 e 50 anos	157	0,02	94	0,12	172	0,02	84	0,10	189	0,03	146	0,15
Acima de 50 anos	9	0,00	5	0,07	7	0,00	4	0,04	8	0,00	3	0,02
Total	281	0,02	186	0,16	295	0,03	154	0,11	498	0,04	301	0,20

Total e taxa de novas contratações por região
(GRI 401-1)

	2022				2023				2024			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Fábrica Anchieta	130	0,02	79	0,11	256	0,04	120	0,14	310	0,05	200	0,20
Fábrica São José dos Pinhais	1	0,00	4	0,04	0	0,00	2	0,02	7	0,00	2	0,02
Fábrica São Carlos	4	0,01	2	0,02	5	0,01	2	0,02	20	0,03	16	0,16
Fábrica Taubaté	133	0,05	98	0,42	19	0,01	21	0,08	152	0,06	80	0,27
Escritórios VW Regionais	12	0,09	2	0,11	15	0,12	7	9	0,08	2	0,11	9
Centro de Peças e Acessórios Vinhedo	1	0,03	1	0,07	0	0,00	2	0,12	0	0,00	1	0,06
Total	281	0,02	186	0,16	295	0,03	154	0,11	498	0,04	301	0,20



Total e taxa de rotatividade por gênero e faixa etária
(GRI 401-1)

	2022				2023				2024			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Abaixo de 30 anos	104	0,15	50	0,15	30	0,04	20	0,05	96	0,11	53	0,12
Entre 30 e 50 anos	309	0,03	46	0,06	246	0,03	47	0,06	232	0,03	33	0,03
Acima de 50 anos	312	0,15	9	0,12	227	0,10	7	0,08	330	0,10	18	0,13
Total	725	0,06	105	0,09	503	0,04	74	0,05	658	0,06	104	0,07

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)

	2022				2023				2024			
	Homens		Mulheres		Homens		Mulheres		Homens		Mulheres	
	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)	Total	Taxa (%)
Fábrica Anchieta	413	0,07	52	0,07	261	0,04	51	0,06	410	0,07	65	0,07
Fábrica São José dos Pinhais	50	0,03	18	0,18	91	0,05	4	0,03	51	0,03	7	0,06
Fábrica São Carlos	38	0,05	8	0,09	14	0,02	2	0,02	36	0,05	5	0,05
Fábrica Taubaté	209	0,08	24	0,10	123	0,05	11	0,04	146	0,06	26	0,09
Escritórios VW Regionais	14	0,11	2	0,11	12	0,09	5	0,26	13	0,12	0	0,00
Centro de Peças e Acessórios Vinhedo	1	0,03	1	0,07	2	0,06	1	0,06	2	0,06	1	0,06
Total	725	0,06	105	0,09	503	0,04	74	0,05	658	0,06	104	0,07



Treinamentos

(GRI 404-1)

A Volkswagen do Brasil ampliou seus investimentos em qualificação e desenvolvimento das equipes em 2024. A liderança foi foco de três iniciativas de capacitação, cobrindo 100% dos profissionais, entre elas uma jornada para as lideranças de produção, criada com o apoio da Crescimentum®, e uma ação para executivos de níveis de supervisão e acima com apoio da Great Leader® (parte integrante do ecossistema GPTW Brasil), que capacitou os executivos em ferramentas de gestão humanizada e módulos de liderança inclusiva.

Para os colaboradores, entre os temas abordados, destacam-se ações incisivas contra o assédio e pela melhoria do ambiente de trabalho, alinhadas às iniciativas de diversidade e inclusão. Também foram realizados treinamentos em segurança do trabalho e normas regulamentadoras, reforçando a importância da cultura de prevenção de acidentes.

A empresa intensificou também a disseminação e qualificação dos novos valores e comportamentos do Grupo VW, chamado de People Profile, com envolvimento de 100% dos colaboradores. Em 2024, foi lançada uma nova plataforma de treinamento dentro do ecossistema Hello Success, a empresa avançou os preparativos para a implementação da plataforma LXP (Learning Experience), o engajamento nos cursos de idiomas cresceu 60% e treinamentos específicos foram realizados para novos produtos. Além disso, a VWB apresentou seu primeiro programa de desenvolvimento para pessoas negras e manteve iniciativas voltadas à equidade de gênero. Como resultado dessas ações, a média de treinamento por colaborador foi de 29 horas no ano.

Apesar da média expressiva, a demanda por mais capacitações e treinamentos foi expressa pelos colaboradores na pesquisa Great Place to Work. Novas iniciativas estão em curso para ampliar esse indicador em 2025.

Média anual de horas de treinamento por gênero

(GRI 404-1)

	2022			2023			2024		
	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	11.611	478.292	41,19	11.589	518.417	44,73	11.475	958.117	83,5
Mulheres	1.198	123.528	103,11	1.365	204.597	149,89	1.540	319.856	207,7
Total	12.809	601.820	46,98	12.954	723.014	55,81	13.015	1.277.973	98,19



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

	2022			2023			2024		
	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	429	15.631,00	36,44	433	27.908,00	64,45	588	18.577,00	31,59
Mulheres	77	2.440,00	31,69	87	9.597,00	110,31	140	4.497,00	32,12
Homens	352	13.191,00	37,47	346	18.311,00	52,92	448	14.080,00	31,43
Mensalistas	2.270	33.658,00	14,83	2.387	88.078,00	36,90	2.346	82.258,00	35,06
Mulheres	516	7.852,00	15,22	564	39.644,00	70,29	597	20.146,00	33,75
Homens	1.754	25.806,00	14,71	1.823	48.434,00	26,57	1.749	62.112,00	35,51
Horistas	10.110	552.531,00	54,65	10.134	607.028,00	59,90	10.081	1.177.138,00	116,77
Mulheres	605	113.236,00	187,17	714	154.105,00	215,83	803	295.213,00	367,64
Homens	9.505	439.295,00	46,22	9.420	452.923,00	48,08	9.278	881.925,00	95,06
Total	12.809	601.820,00	46,98	12.954	723.014,00	55,81	13.015	1.277.973,00	98,19

Programas de transição

(GRI 404-2)

As iniciativas da VWPP (Volkswagen Previdência Privada) abrangem ações de Educação Financeira e Previdenciária, como palestras educativas, além de Programas de Preparação para Aposentadoria, que orientam e preparam os participantes para a fase não laborativa. Também incluem suporte para aposentados e pensionistas, abordando mudanças no estilo de vida, regras de acesso aos benefícios, participação no Family Day em todas as unidades e *webinars* informativos sobre perfis de investimento.



Em 2024, o Programa de Educação Previdenciária foi reformulado e passou a contar com um consultor financeiro certificado, proporcionando um atendimento mais qualificado para esclarecer dúvidas e orientar sobre planejamento financeiro. Além disso, foram realizadas palestras presenciais nas unidades de São Carlos, Taubaté e Man Energy Solutions, com foco em estratégias para uma vida financeira equilibrada.

A VWPP também ampliou sua comunicação sobre planejamento financeiro no LinkedIn, oferecendo conteúdos voltados a diferentes públicos, incluindo familiares dos participantes. O objetivo é reforçar a importância da previdência privada desde a fase ativa, incentivando uma adesão precoce ao plano para garantir um futuro mais tranquilo. Essas iniciativas fortaleceram a proximidade dos participantes com os produtos e serviços do Plano de Aposentadoria, agregando mais conhecimento e experiência previdenciária tanto para ativos quanto para aposentados.



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

(GRI 401-3)

Políticas equitativas de licença-maternidade e paternidade, assim como outros direitos relacionados, contribuem para a retenção de talentos, fortalecem o engajamento e impulsionam a produtividade no ambiente de trabalho. Na Volkswagen, a taxa de retorno entre homens em mulheres em 2024 foi de 100% e a retenção, ou seja, a permanência por um ano após a licença, foi em média 96,5%.

Em 2024, 43 mulheres saíram de licença maternidade, o que representa 2,8% do efetivo feminino da Volkswagen do Brasil. Dessas, 95% continuaram a fazer parte do efetivo após o período de 12 meses do retorno. Todas as fábricas da empresa possuem em acordo coletivo de trabalho a extensão da licença maternidade totalizando 6 meses. O número de licença paternidade representa 1,7% do total de empregados do gênero masculino. A aprovação do novo acordo coletivo, em 2023, possibilitou a extensão da licença paternidade no limite de até 20 dias.



		2022	2023	2024
Total de colaboradores com direito a usufruir de licença-maternidade/paternidade	Homens	11.611	11.589	11.475
	Mulheres	1.198	1.365	1.540
Total de colaboradores que entraram de licença-maternidade/paternidade	Homens	225	199	197
	Mulheres	58	51	43
Total de colaboradores que retornaram ao trabalho após o término da licença-maternidade/paternidade	Homens	225	199	197
	Mulheres	57	51	43
Total de colaboradores que voltaram a trabalhar após a licença-maternidade/paternidade e que ainda estavam empregados 12 meses após o retorno	Homens	218	196	193
	Mulheres	56	49	41
Taxa de retorno (colaboradores que retornaram após o término da licença)	Homens	100%	100%	100%
	Mulheres	98%	100%	100%
Taxa de retenção (permanência no trabalho após 12 meses da data de retorno da licença)	Homens	97%	98%	98%
	Mulheres	97%	96%	95%

Saúde, segurança e ergonomia

(GRI 403-1)

As atividades de Saúde, Segurança e Ergonomia são organizadas e administradas de modo a cumprir tanto a legislação vigente (Portaria nº 3.214 de 08/06/1978 do Ministério do Trabalho e demais normas aplicáveis) quanto os mais altos padrões da engenharia, medicina e ergonomia da Volkswagen.





A gestão é realizada por auditorias, inspeções, avaliações de posto de trabalho e monitoramento biológico. Para isso, a empresa conta com duas ferramentas: o Programa de Gestão de Riscos (PGR), direcionado à preservação da saúde e à integridade dos trabalhadores por meio do controle de riscos existentes ou que venham a surgir, e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), que faz a prevenção, o rastreamento e o diagnóstico precoce dos agravos à saúde relacionados ao trabalho, alinhado às Normas Regulamentadoras (NRs).

Cabem aos membros do Serviços Especializados em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT) prestarem a assessoria necessária para o desenvolvimento e aplicação de medidas preventivas e, se necessário, medidas corretivas de riscos ocupacionais. A avaliação dessas medidas bem como seu gerenciamento trazem mais comprometimento dos trabalhadores com a conduta prevencionista, que é o objetivo principal da Saúde Ocupacional dentro da Volkswagen.

Os índices de afastamento na empresa em 2024, por motivos de saúde, registraram em pequena redução frente aos números de 2023, tanto em dias em geral como em dias de horistas diretos. Essa redução é ainda maior comparada a 2022, mostrando uma progressão importante. Isso se deve à implementação do sistema para análise de dados de saúde, que favoreceu uma melhor governança e tratativas feitas em conjunto com os *stakeholders* da área produtiva, com ações mais estratégicas.



Ergonomia

A atuação em ergonomia da Volkswagen do Brasil é pautada por análises técnicas especializadas, com a participação ativa dos colaboradores e das áreas indiretas envolvidas nos processos produtivos, em conformidade com o padrão EAWS (Ergonomic Assessment Worksheet), método de avaliação de risco biomecânico desenvolvido por uma equipe internacional de especialistas, e com as normas internacionais pertinentes (ISOs). O objetivo principal é atuar preventivamente, já na concepção/projeto do produto, para garantir as melhores condições de trabalho aos colaboradores, desde a concepção dos postos de trabalho até o acompanhamento de melhorias no processo produtivo estabelecido.

Todas as alterações de produto ou processo – incluindo mudanças de *layout*, ferramentas ou modo operatório – são avaliadas pela equipe de ergonomia. Para o desenvolvimento de novas atividades, a Volkswagen utiliza a “Fábrica Digital”, ferramenta que integra realidade virtual e inteligência artificial para avaliar, simular e certificar produtos e processos antes de sua implementação na produção. Quando os postos de trabalho já estão estabelecidos e operantes, a equipe de ergonomia atua na identificação e gestão de riscos, priorizando melhorias com base em uma matriz de gerenciamento por prioridade. Essa matriz considera o *score* ergonômico, impacto biomecânico, indicador de queixas e a viabilidade técnica das soluções de engenharia. As ações visam não apenas melhorar as condições ergonômicas e a classificação dos postos, mas também otimizar o *layout*, reduzir deslocamentos desnecessários, balancear operações, minimizar erros de montagem, assegurar a qualidade dos produtos e otimizar recursos como investimentos, horas trabalhadas e espaço físico.

Viva Bem Volkswagen



A Volkswagen do Brasil promove uma abordagem abrangente para a saúde e o bem-estar de seus colaboradores por meio do Viva Bem Volkswagen, programa orientado por seis pilares:

- 1 Ser positivo:** pilar direcionado à saúde mental, que visa promover uma cultura de preservação e prevenção dos agravos dos transtornos mentais.
- 2 Ser ativo:** pilar que tem por objetivo criar uma cultura saudável por meio da prática de atividades físicas e de alimentação saudável.
- 3 Ser social:** pilar direcionado ao acolhimento, atendimento e orientação aos colaboradores e familiares.
- 4 Ser seguro:** pilar direcionado para mudanças culturais nos aspectos de saúde e segurança com o objetivo de prevenir acidentes e incidentes.
- 5 Ser ergonômico:** pilar que atua sobre a concepção de novos produtos, os processos produtivos estabelecidos e as linhas de reabilitação, com o objetivo de promover condições de trabalho que alinham saúde, qualidade e produtividade.
- 6 Ser cuidado:** pilar que zela pela atenção e preocupação na assistência aos colaboradores de maneira a refletir atitudes de empatia, socorro, apoio e educação, a fim de garantir a manutenção do bem-estar do indivíduo na sua totalidade.

O programa Viva Bem Volkswagen oferece suporte integral, dentro de um plano de saúde com cobertura nacional e de uma rede interna de serviços ambulatoriais que opera 24 horas por dia em todas as plantas. Entre as especialidades atendidas estão psiquiatria, psicologia, fisioterapia e saúde da família, além de parcerias com academias e espaços de condicionamento físico.

Nos últimos anos, a empresa intensificou suas ações voltadas à saúde mental, aprimorando a identificação precoce de sinais de alterações emocionais e ampliando o acesso a terapia, *coaching* e autocuidado com auxílio de uma plataforma digital de bem-estar. Além disso, 100% da liderança participa de treinamentos específicos para promover ambientes psicologicamente seguros e incentivar o autocuidado e o apoio às equipes. Para esses líderes, a empresa implementou o PAPE (Programa de Alta Performance Emocional), que de forma individualizada e com a orientação de profissionais selecionados, auxilia o líder a se autoconhecer e buscar a melhor forma de incluir o tema e os cuidados com a sua saúde mental e dos seus colaboradores na rotina de trabalho.



Ano a ano a empresa tem melhorado a adesão ao programa de Saúde Mental, resultando em um aumento de 61% de engajamento dos titulares, 54% dos dependentes e 6% de redução na gravidade dos atestados médicos relacionados à saúde mental entregues em 2024. De modo geral, o número de afastamentos para cuidados com a saúde mental tem crescido, acompanhando uma tendência nacional. Por outro lado, o tempo de afastamento e o nível de gravidade desses afastamentos na VW têm reduzido, o que indica a assertividade das ações adotadas.

Entre as iniciativas para promoção da saúde física, destaca-se a Health Care Run, realizada dentro das plantas e aberta ao público. Em 2024, a corrida de 5 km e a caminhada de 3 km reuniram três mil participantes. Para incentivar hábitos saudáveis, foi lançado também um programa de gamificação, no qual os colaboradores acumulam pontos a partir de suas práticas de bem-estar e concorrem a prêmios, incluindo viagens. Desses hábitos, destacam-se a alimentação saudável, a prática de atividade física, a realização de *checkups* e a prática do autoconhecimento. Nos primeiros três meses, a adesão ao programa foi de 23,1%, que resultou na realização de 872 consultas médicas preventivas, 281 consultas nutricionais, 32.043 registros de humor, 408 participações em palestras de saúde, 579 atualizações em carteiras de vacinação, 625 participações em eventos esportivos e 25.000 registros de refeições saudáveis.

A VW possui ainda programas que atuam na integralidade da saúde e do cuidado ativo, tanto para os colaboradores quanto para dependentes (por meio da jornada do cuidado primário, secundário e terciário), como o Programa de Gestantes, com acompanhamento pré-natal, orientações e benefícios para a gestante; e a Gestão de Doentes Crônicos, com grupos de atuação com orientações médicas, nutricionais e de saúde física, além dos programas Saúde do Viajante, Reviver (que trata de dependência química), Saúde da Mulher e a Saúde do Homem.

Acidentes de trabalho

(GRI 403-9)

A Volkswagen do Brasil está comprometida com a evolução da cultura de segurança por meio de iniciativas que fortalecem o comportamento preventivo e a conscientização dos colaboradores. Para disseminar boas práticas, a Volkswagen realiza anualmente a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT) e conta com a campanha Guardiões da Segurança, que incentiva os próprios colaboradores a relatarem situações que necessitam de atenção no dia a dia. As sugestões são avaliadas por um comitê responsável, que implementa melhorias e ações corretivas, promovendo a meta de zero acidentes.

A empresa também investe na capacitação da liderança, oferecendo treinamentos de percepção de riscos e técnicas de avaliação comportamental. Além disso, foram



reforçadas as 10 Regras do Jogo e as Regras de Ouro da Segurança no Trabalho, que orientam boas práticas e comportamentos seguros dentro da organização. Como destaque, a planta de São Carlos completou um ano sem acidentes com afastamento e a de Curitiba registrou 500 dias, um marco histórico na companhia.

Em 2024, a Volkswagen iniciou o processo de implementação da certificação ISO 45.001 em todas as suas unidades. Essa certificação trará oportunidades de melhoria contínua para o sistema de gestão de segurança, elevando ainda mais os padrões de proteção e prevenção de acidentes na empresa.

Acidentes de trabalho

(GRI 403-9)

Indicadores	2022		2023		2024	
	Número	Índice	Número	Índice	Número	Índice
Óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	-	0	-	0	-
Acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	3	0,3	0	0	1	0,05
Acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	124	12,1	165	8,4	161	7,34
Taxa de dias perdidos	1.375	134,3	809	41,0	1.853	84,43
O número de horas trabalhadas	10.238.551	-	19.742.072	-	21.946.776	-

Em 2024, a empresa registrou uma redução no índice de acidentes com afastamentos em relação aos últimos anos. Os principais acidentes registrados foram: corte nas mãos e dedos, entorses e traumas leves (sem perdas de membros). A caracterização, registro e controle de acidentes do trabalho seguem os critérios estabelecidos na lei 8213/1991 e NBR 14280. Para fortalecer a cultura de segurança no trabalho, a montadora deu continuidade à campanha “10 Regras do Jogo da Segurança”, incentivando práticas seguras de forma interativa. Iniciativas como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (Sipat) e a campanha “Guardiões da Segurança” foram destaques. A empresa também promoveu o Safety Walking nas unidades, Mega Diálogo em segurança e continuação na Implantação ISO 45001, que define os requisitos para um sistema de gestão de saúde e segurança no trabalho (SST).



Diálogo com os sindicatos

(GRI 2-29, 2-30)

As negociações com os sindicatos em 2024 foram direcionadas à implementação dos compromissos estabelecidos no Acordo Coletivo firmado em novembro de 2023, que abrange o ciclo de investimentos até 2028. Durante o ano, os debates abordaram ajustes e melhorias dentro do que já havia sido pactuado.

Entre os temas discutidos estiveram o aumento de produtividade, contratações, expansão da produção e otimização das operações industriais. Exemplos dessas iniciativas incluem o aumento do *output* diário da fábrica Anchieta para 819 veículos, com ajuste na jornada, e a ampliação da produção em Curitiba para 525 unidades por dia. Além disso, foram realizados estudos para compartilhamento de modelos entre unidades, terceirizações estratégicas e a implementação de novos programas no SENAI.

Diante de desafios operacionais, a Volkswagen do Brasil trabalhou em conjunto com as representações sindicais para garantir a continuidade das atividades após a crise no Rio Grande do Sul. Foram adotadas medidas como a recuperação de veículos, retomada de volumes e aprimoramento do fluxo de comunicação, permitindo a resolução ágil de questões operacionais. Para otimizar a ocupação das fábricas e garantir a manutenção de dois turnos de trabalho, foram realizados ajustes em ferramentais e confirmada a produção do modelo Virtus na unidade de Curitiba.



Impactos socioambientais

A crise no Rio Grande do Sul, causada por fortes enchentes que afetaram a infraestrutura, transporte e diversas cadeias produtivas no Estado, impactou diretamente o fornecimento de peças para a indústria automotiva. Como consequência, a Volkswagen do Brasil precisou paralisar temporariamente algumas operações para adequar seu ritmo de produção.

Para mitigar os impactos sobre os colaboradores, a empresa, em conjunto com os sindicatos e utilizando ferramentas de flexibilidade previstas no Acordo Coletivo, implementou férias coletivas de 10 dias em três unidades, garantindo a manutenção dos salários. Em São José dos Pinhais, o aumento da produção permitiu o encerramento do período de *layoff* e da redução de jornada, trazendo mais estabilidade para os trabalhadores.

A comunicação interna teve um papel fundamental nesse processo. A empresa produziu e divulgou um vídeo explicativo, que tirou dúvidas e proporcionou mais compreensão sobre as medidas adotadas. A transparência e a organização conjunta com os sindicatos garantiram uma implementação eficaz das ações, sem conflitos e com alinhamento entre todas as partes envolvidas.

Política de remuneração

(GRI 202-1)

A Volkswagen adota uma política de remuneração alinhada às práticas do mercado, que visa atrair e reter talentos, além de valorizar o comprometimento e o desempenho de seus profissionais. Os salários são ajustados conforme os Acordos Coletivos negociados para cada unidade, considerando as particularidades regionais. Em 2024, a relação percentual entre o salário mínimo vigente no Brasil no período e o menor salário pago pela montadora, considerando todas as fábricas, era de 41%.

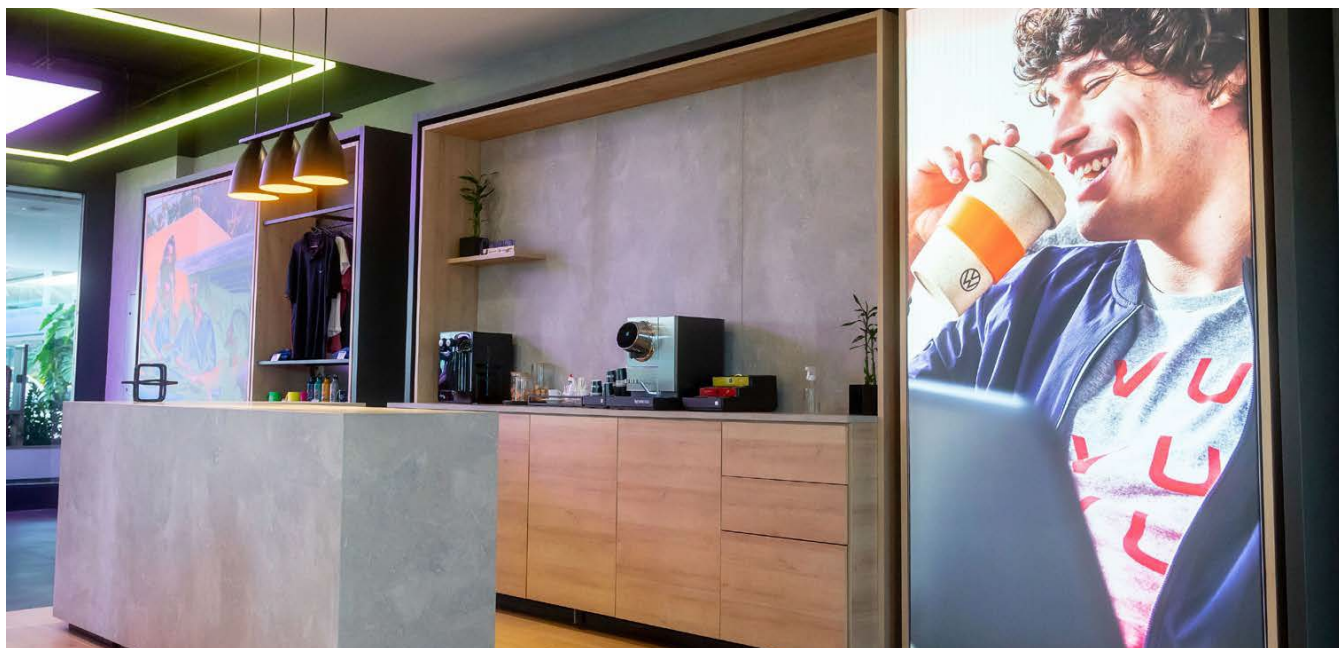
Além da remuneração, a empresa oferece um pacote de benefícios, que inclui plano de saúde, previdência privada, refeição, transporte fretado, auxílio-creche, entre outros. Para ampliar a transparência e o acesso às informações, os colaboradores contam com o Portal de Benefícios, reunindo todas as vantagens e auxílios disponíveis.



Satisfação dos clientes

(GRI 3-3)

(Clientes + Centrada no Cliente)



Ser “mais centrada no cliente” é um dos pilares da estratégia corporativa ACELERA VW. Nos últimos anos, a empresa expandiu os canais de atendimento e investiu na digitalização da jornada do cliente, reforçando seu compromisso com um serviço ágil e personalizado.

A ampliação da comunicação digital tem sido um dos principais focos da Volkswagen do Brasil, permitindo que clientes interajam com a Marca por meio de aplicativos, redes sociais e plataformas *on-line*. Esse movimento visa facilitar o contato direto e oferecer respostas mais rápidas às demandas dos consumidores.

No contexto da digitalização, a Volkswagen implementou soluções que tornam o processo de vendas e pós-vendas mais intuitivo e acessível. Hoje, é possível configurar veículos, simular financiamentos e agendar serviços diretamente pelo aplicativo. Essas inovações buscam otimizar a experiência do cliente e aproximá-lo ainda mais da empresa.

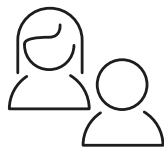
A personalização também tem sido um pilar importante da estratégia da VW. Com o uso de inteligência artificial, a empresa consegue analisar o perfil e as preferências dos consumidores, oferecendo produtos e serviços mais alinhados às suas expectativas. Um exemplo dessa evolução é o VW Play Conectado, sistema multimídia *on-line* que proporciona mais conectividade, acompanhando a crescente demanda dos consumidores por soluções tecnológicas integradas.



No pós-vendas, a empresa estabeleceu programas de satisfação voltados para a melhoria contínua do atendimento. Pesquisas regulares permitem identificar pontos de aprimoramento e garantir um alto nível de qualidade nos serviços prestados.

Além dessas iniciativas, a Volkswagen investe na adaptação de seus produtos ao mercado brasileiro, desenvolvendo versões e opções de customização que atendam às preferências do consumidor local. Essa estratégia busca garantir que os veículos ofereçam características alinhadas às necessidades específicas dos clientes no país.

3 perfis dos clientes



Colaboradores
(clientes internos)



Cliente final
(tanto pessoa física
quanto jurídica)



Parceiros
Rede de
concessionárias

Metas	Progresso em 2024
Fazer um atendimento melhor e mais rápido.	Atualmente, 99% dos atendimentos são feitos em até 24h.
Resolver o problema do cliente em até 7 dias.	Mais de 70% dos problemas são resolvidos em até 7 dias.
Aumentar a satisfação do cliente dentro da central de atendimento.	A empresa mantém o índice de reputação “Ótimo” no portal Reclame Aqui e o selo RA1000.
Na academia, há metas de certificação dos profissionais e qualificação da rede.	Mais de 170 mil treinamentos a 15 mil profissionais.
Ser Top 1 na pesquisa CSI - Customer Satisfaction Index	A VWB manteve o TOP 1 nos processos de vendas e pós-vendas em razão das boas práticas corporativas e modelos de escalação.





Prêmio ABT

A Volkswagen conquistou o Troféu de Bronze na categoria “Inovação em Produtos e Serviços ao Cliente” do XXIV Prêmio ABT com o case “Assistência 24h VW: Transformando a Experiência Digital”. No ranking geral, a VWB foi Top3, à frente de outras 69 empresas classificadas entre as mais de 260 inscritas.

Jornada do cliente aprimorada

Para a Volkswagen do Brasil, colocar o cliente no centro de tudo significa garantir que as necessidades, expectativas e percepções dos consumidores sejam não apenas compreendidas, mas também integradas nas decisões de negócio e nos processos de desenvolvimento de novos produtos.

A área de Experiência do Cliente, criada em 2022, promove um diálogo constante e colaborativo com setores de Vendas, Pós-Vendas, Imprensa, RH, Jurídico, Relações Governamentais, Compras, Logística, Engenharia, Produção, Qualidade e Marketing. Reuniões regulares e canais de *feedback* estruturados permitem que as expectativas dos clientes sejam apresentadas de maneira detalhada, possibilitando ajustes e melhorias nos processos internos. Quando identificado um padrão de reclamações sobre determinado aspecto técnico de um modelo, as equipes competentes analisam as informações e avaliam possíveis melhorias no produto ou serviço. Esse processo dinâmico e contínuo permite que a Volkswagen mantenha seus produtos alinhados com as demandas do mercado.



Experiência personalizada e preferências individuais

Com base na análise de *insights* coletados, a Volkswagen do Brasil desenvolve a personalização da experiência do cliente por meio de quatro frentes estratégicas:

- **Atendimento:** a Volkswagen busca um relacionamento humanizado, respeitando as necessidades e preferências dos clientes. As concessionárias recebem treinamentos específicos para aprimorar as interações e identificar demandas individuais, permitindo a recomendação de produtos e serviços adequados ao estilo de vida de cada consumidor.
- **Produtos e projetos especiais:** a inovação desempenha um papel central na personalização da experiência do cliente. A empresa promove *insights* e recomendações estratégicas a partir da perspectiva do consumidor, possibilitando que diferentes áreas da companhia tomem decisões alinhadas às expectativas do público.
- **Eventos:** A participação em eventos é outra estratégia utilizada para fortalecer a conexão com os clientes. A Volkswagen foi patrocinadora do Rock in Rio e do Circuito Sertanejo, com interações que proporcionaram vivências exclusivas com a marca, além de promover o Volks Festival, ação gratuita e aberta ao público, que percorre as capitais do País com diversas atrações e condições especiais de vendas.
- **VW Collection & Acessórios:** A personalização também se reflete na linha VW Collection & Acessórios, que oferece produtos voltados ao *lifestyle* dos clientes. As coleções atendem diferentes perfis de consumidores, como itens com temática de aventura *off-road* para proprietários de Amarok e opções urbanas para quem possui um T-Cross. Além disso, uma ampla gama de acessórios permite que os veículos sejam configurados de acordo com as necessidades individuais de cada proprietário.



Rede de concessionárias

(GRI 2-6)



Região 1

(Grande São Paulo)

41 concessionários



Região 4

(Rio de Janeiro, Espírito Santo e Minas Gerais)

92 concessionários



Região 2

(Estado de São Paulo)

80 concessionários



Região 5

(Nordeste, exceto Maranhão)

74 concessionários



Região 3

(Sul)

115 concessionários



Região 6

(Norte, Centro-Oeste e Maranhão)

71 concessionários



A Rede de Concessionárias Volkswagen conta com 473 pontos de venda no Brasil (em janeiro de 2025).



goTOzero RETAIL: selo ambiental para concessionárias



A Volkswagen do Brasil lançou em 2024 o selo goTOzero RETAIL, iniciativa do Grupo Volkswagen que reconhece concessionárias comprometidas com a redução de impactos ambientais. A ação faz parte da estratégia global Way to Zero, que tem como meta alcançar a neutralidade de carbono até 2050.

Na estreia do goTOzero RETAIL na América do Sul, seis concessionárias brasileiras participaram e foram aprovadas: Carbel Prado (Belo Horizonte/MG) e Importadora Veículos (Maceió AL), com o selo *platinum*; Belcar Veículos Portal (Goiânia/GO), Caraigá Morumbi (São Paulo/SP) e Luson Tarumã (Curitiba/PR), com o selo *gold*; e a Germânica Volkswagen (São João da Boa Vista/SP) com o selo *silver*. O Brasil foi o primeiro mercado a conquistar a certificação máxima, nível *platinum*, na Rede de Concessionárias do Grupo Volkswagen.

A iniciativa reforça o trabalho que a Volkswagen tem desenvolvido para levar sua responsabilidade ambiental para toda a cadeia de valor, envolvendo os parceiros de negócios em um ecossistema sustentável. O selo goTOzero RETAIL possui quatro níveis: Platinum (padrões ambientais excepcionais), Gold (excelentes padrões ambientais), Silver (elevados padrões ambientais) e Bronze (padrões ambientais adequados). A auditoria abrange quatro temas, por meio de um *checklist* com 70 perguntas que pontuam da seguinte maneira: Mudanças Climáticas, Recursos, Conformidade Ambiental e Ecossistemas. O selo tem validade por loja certificada.



New Brand Design

(Clientes + Centrada no Cliente)

Em parceria com os concessionários, a Volkswagen do Brasil está modernizando todas as 473 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 83% da Rede. A empresa tem a meta de concluir a revitalização em 100% das lojas.

City Store

Em 2024, a Volkswagen do Brasil inaugurou a primeira City Store da marca em São Paulo, em parceria com o Grupo Caraigá. A City Store é um conceito inovador e uma evolução importante na modernização e digitalização da rede de concessionárias, atenta a uma tendência de mercado de lojas mais compactas, que podem ser instaladas em locais onde o espaço físico é menor, priorizando o uso da tecnologia para apresentar os atributos dos modelos Volkswagen.

Com o DDX (Digital Dealer eXperience), o cliente conhece todo o portfólio Volkswagen e configura os modelos em uma TV touchscreen. Essa experiência pode ser espelhada no *tablet* do vendedor, que guia o cliente nessa jornada digital. A City Store de São Paulo é a segunda da rede no Brasil, que já possui uma loja no Rio de Janeiro.



VEX 2024

O Vendas Experience Volkswagen 2024 (VEX) reuniu quase 900 representantes da rede de concessionárias da marca em um evento estratégico. O encontro reforçou a parceria entre a Volkswagen e sua rede, proporcionando 78 horas de conteúdo intensivo em apenas dois dias, com *workshops*, feiras e reuniões de negócios. Uma iniciativa que serviu para debater o futuro da Marca e suas próximas movimentações em 2025.

45 anos da Fundação Grupo Volkswagen



A Fundação Grupo Volkswagen (FGVW) anunciou em 2024 a mobilidade social como sua causa prioritária, marcando um novo capítulo em seus 45 anos de história. Fundada em 1979, a FGVW realiza e apoia ações sociais e educacionais com recursos de um fundo constituído pela Volkswagen. Ao longo destas quatro décadas e meia, mais de 3 milhões de brasileiras e brasileiros foram beneficiados pelo trabalho da fundação.

Mobilidade Social é o processo em que indivíduos ou grupos transitam entre diferentes posições socioeconômicas, podendo subir ou descer na escala social. A Fundação Grupo Volkswagen escolheu essa causa única como resposta ao desafiador cenário brasileiro relacionado a esse tema. Isso porque, a desigualdade social e a concentração de renda dificultam a ascensão social da maioria da população do Brasil: estima-se que são necessárias nove gerações para o brasileiro mais pobre atingir a classe média. O acesso desigual à educação de qualidade e as barreiras no mercado de trabalho são obstáculos importantes.



Neste cenário de reposicionamento estratégico, a instituição redefiniu seu portfólio de programas e projetos em um processo que concentrou seus esforços em iniciativas que promovem a inclusão produtiva, com foco na empregabilidade, geração de renda e no fortalecimento das capacidades para o desenvolvimento de indivíduos e organizações sociais. Além disso, a Fundação criou uma frente de Relações Institucionais e Advocacy para fortalecer seu relacionamento e parcerias com o poder público, empresas do Grupo Volkswagen, outras empresas e organizações do terceiro setor e demais atores necessários para efetivar uma mobilidade social de longo prazo. Projetos como Costurando o Futuro e CO.DE School, focados na inclusão produtiva, foram mantidos e passaram por reformulações. Além disso, novos programas estão sendo criados, incluindo iniciativas para o empreendedorismo comunitário, qualificação profissional de jovens em situação de vulnerabilidade, desenvolvimento institucional de organizações da sociedade civil, entre outras.

Para maximizar o impacto de suas ações, a Fundação definiu três territórios prioritários com base em critérios de vulnerabilidade social e proximidade com as fábricas e unidades de negócio do Grupo Volkswagen no Brasil: São Bernardo do Campo/SP (região do Montanhão), Jabaquara (Favela Alba) em São Paulo/SP, e Resende/RJ (região das Barras). Em São Bernardo, além do Montanhão, a área do chamado Pós-Balsa, que inclui propriedades rurais, comunidades de pescadores e indígenas, também receberá atenção especial.

Paralelamente, a Fundação continuará a realizar ações em outras regiões onde o Grupo Volkswagen possui presença: Salvador/BA, São Carlos/SP, São José dos Pinhais/PR, Taubaté/SP e Vinhedo/SP, com iniciativas de mobilização e apoio social, incluindo voluntariado, suporte técnico a organizações e poder público e financiamento a projetos comunitários.

Em relação ao público-alvo, a instituição definiu como prioridade mulheres de todas as idades, especialmente mulheres pretas e jovens negros de 15 a 29 anos. Em seguida, serão priorizados outros públicos minorizados, como a comunidade LGBTI+, homens negros de outras faixas etárias, comunidades indígenas e pessoas com deficiência. Renda será critério prioritário com foco em pessoas em situação de pobreza ou extrema pobreza.

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	2022	2023	2024
Cultura			R\$ 2.222.222,22
Educação	R\$ 2.128.588,57	R\$ 2.220.114,51	R\$ 2.286.172,18
Esporte	R\$ 200.000,00	R\$ 200.000,00	R\$ 1.088.888,88
Ações sociais	R\$ 265.195,27	R\$ 156.501,71	R\$ 1.201.795,44
Saúde	R\$ 3.192.882,86	R\$ 4.830.171,77	R\$ 9.053.510,42
Outros		R\$ 1.000.000,00	
Total	R\$ 5.786.666,70	R\$ 8.406.787,99	R\$ 15.852.589,14

Nota de rodapé:

1. Esses valores não consideram o investimento social feito com recursos próprios da Fundação Grupo Volkswagen, que ultrapassou R\$ 11 milhões em 2024.

Investimentos sociais da empresa por fonte

Setor	2022	2023	2024
Recursos próprios / investimento direto	R\$ 304.666,00	R\$ 200.000,00	R\$ 800.000,00
Incentivos fiscais	R\$ 5.321.471,43	R\$ 8.050.286,28	R\$ 14.895.238,14
Doações de empregados para entidades filantrópicas	R\$ 160.529,27	R\$ 156.501,71	R\$157.351,00
Total	R\$ 5.786.666,70	R\$ 8.406.787,99	R\$ 15.852.589,14



Investimentos sociais promovidos pela Volkswagen do Brasil em 2023

Descrição	Projetos	CNPJ beneficiado	Valores 2023
Incentivos fiscais	Orquestra Master	28.343.494/0001-26	R\$ 444.444,44
	Plano bienal de atividades Brasil Solidário 2024/2025	07.456.934/0001-81	R\$ 1.777.777,78
	Em busca de uma estrela	20.816.608/0001-04	R\$ 888.888,88
	Quixote Jovem Mundo do Trabalho	97.537.776/0001-87	R\$ 444.444,44
	Apoio para Atualização de Equipamentos de Hospitais Vinculados à Rede Estadual de Saúde	76.562.198/0005-92	R\$ 2.110.000,00
	Apoio para Atualização de Equipamentos de Hospitais Vinculados à Rede Estadual de Saúde	76.591.569/0001-30	R\$ 3.323.510,42
	Apoio para Atualização de Equipamentos de Hospitais Vinculados à Rede Estadual de Saúde	75.403.287/0001-08	R\$ 1.820.000,00
	Apoio para Atualização de Equipamentos de Hospitais Vinculados à Rede Estadual de Saúde	78.209.558/0001-79	R\$ 1.800.000,00
	Carretas do Conhecimento PR	03.776.284/0001-09	R\$ 2.286.172,18
Recursos próprios	Meia Maratona de SBC	17.853.047/0001-09	R\$ 200.000,00
	Auxílio às vítimas das enchentes no RS	01.704.771/0001-22	R\$ 550.000,00
	Auxílio às vítimas das enchentes no RS	20.541.528/0001-85	R\$ 50.000,00
Doações de empregados para entidades filantrópicas	Projeto 1 Hora para o Futuro	Centro Cultural Afro Brasileiro Francisco Solano Trindade CNPJ: 03.409.038/0001-00	R\$ 157.351,00
		Entidade Filantrópica Projeto Esperança São Pedro Apóstolo CNPJ: 04.960.194/0001-28	
		TOTAL	R\$ 15.852.589,14



Apoio à comunidade LGBTQIA+

A Volkswagen do Brasil e a Fundação Grupo Volkswagen se uniram em apoio à ONG Casa Neon Cunha, em São Bernardo do Campo (SP), cidade onde está localizada a fábrica Anchieta, da VW. A iniciativa incluiu a doação de R\$ 70 mil à Casa Neon Cunha, realizada pela Fundação Grupo Volkswagen para a manutenção de suas atividades de acolhimento, abrigo e apoio psicossocial e jurídico junto à população LGBTI+ em situação de vulnerabilidade na região do Grande ABC.

A Volkswagen do Brasil também ofereceu à Casa Neon Cunha um programa de mentoria coordenado pela organização social Parceiros Voluntários. Essa consultoria de governança e fortalecimento institucional ofereceu estrutura para promover melhorias na gestão da Casa Neon Cunha, incluindo governança, planejamento financeiro e captação de recursos. Na Volkswagen, esse projeto foi idealizado pela área de Diversidade & Inclusão da empresa, em parceria com o grupo de diálogo Colorindo, formado por pessoas colaboradoras voluntárias para atuar em prol da causa LGBTI+. Pela iniciativa, a Volkswagen foi reconhecida na categoria ESG do Prêmio Ser Humano, promovido pela ABRH-SP (Associação Brasileira de Recursos Humanos), em São Paulo.





Fábricas





Fábricas

Volkswagen **investe R\$ 16 bilhões** no Brasil



A Volkswagen do Brasil destinará R\$ 16 bilhões até 2028 para projetos voltados à inovação e descarbonização em suas quatro fábricas no país.



Na unidade **Anchieta** (SP), serão lançados dois novos veículos, além da produção do Novo Nivus e da versão esportiva Nivus GTS, prevista para o primeiro semestre de 2025. Anchieta também fabricará volumes adicionais do Polo Track, além do Virtus e Saveiro, que já são produzidos na unidade. Em **Taubaté** (SP), a empresa fabricará o SUVW Tera, modelo 100% desenvolvido no Brasil, com lançamento em 2025, e seguirá com a produção do Polo.

Em **São José dos Pinhais** (PR), será produzida em breve uma nova picape, enquanto a Amarok seguirá na Argentina. A unidade, responsável pela produção do T-Cross, também fabricará volumes adicionais do Novo Virtus a partir de 2025. Já a fábrica de motores de **São Carlos** (SP) desenvolverá um novo motor para veículos híbridos.

Os investimentos no Brasil incluem a introdução da plataforma MQB Hybrid, que combina motores a combustão e eletrificação com alta voltagem. Essa tecnologia permitirá mais conectividade, segurança com sistemas ADAS (Advanced Driver Assistance System) e otimização do espaço interno.

Do montante total, R\$ 13 bilhões serão destinados às unidades paulistas: Anchieta, Taubaté, São Carlos, além do PAC de Vinhedo e do Centro de Design e Engenharia, localizado na Anchieta e um dos mais avançados do Grupo VW no mundo. Outros R\$ 3 bilhões serão investidos na fábrica de São José dos Pinhais (PR).





A missão ambiental da VW do Brasil

Por meio da Declaração de Missão Ambiental “goTOzero”, a Volkswagen do Brasil se compromete com a visão de consumo consciente, neutra em CO₂, com impactos ambientais mínimos. O documento orienta as metas, políticas internas, programas, indicadores e medidas de desempenho do Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e Energia (SGCAE) em todas as empresas do Grupo Volkswagen.

A declaração é continuamente revisada e adaptada aos novos requisitos legais ou internos e contém quatro grandes objetivos que são monitorados nas auditorias de ISO 14001: proteger o clima, preservar recursos, preservar ecossistemas e assegurar a conformidade ambiental.





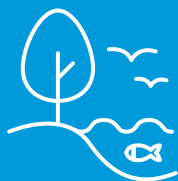
Proteger o clima

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 padrões e metas ambientais para as fábricas da Volkswagen, a fim de reduzir em 50,4% as emissões absolutas de CO₂ até 2030, tomando como base 2018, e alcançar a neutralidade de carbono (NetZero) até 2050 em todas as operações do Grupo.



O programa avalia 11 critérios ambientais, desde eficiência energética até mobilidade sustentável, com auditorias regulares conduzidas por organismos independentes. O monitoramento *on-line* e a supervisão da Matriz garantem que as fábricas operem de acordo com padrões globais de sustentabilidade.

Em 2024, a Volkswagen do Brasil ampliou sua abordagem de gestão ambiental com a adoção de novas ferramentas e indicadores, como o **Site Checklist** e o **Impact Points**. O Impact Points é um sistema quantitativo que mede o desempenho ambiental das fábricas a partir de métricas detalhadas, enquanto o Site Checklist consiste em uma avaliação qualitativa. A metodologia foi implementada ao longo do ano e está em acompanhamento pela Volkswagen na Alemanha para refinar as metas de acordo com as plantas brasileiras.

Com essas mudanças, a Volkswagen substitui os indicadores tradicionais de consumo de água, geração de resíduos e uso de energia por métricas mais abrangentes, que passam a incluir aspectos como controle de fauna e impacto no ambiente externo. Essa transição marca uma nova fase do programa, preparando o caminho para a implementação completa dos novos parâmetros a partir de 2025.

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

Indicadores ambientais	Meta por veículo 2024	Resultado por veículo produzido	Números absolutos
Consumo de energia (kWh)	1.343	1.343	620.261.498
Emissões de CO ₂ (kgCO ₂)	100,3	100,3	46.325
Resíduos para eliminação térmica ou aterro (kg)	0	0	0
Emissões de VOC – compostos orgânicos voláteis (kg)	3,77	4,65	2.145.732
Água (m ³)	3,06	3,08	1.422.237



Declaração de Política Ambiental e de Energia atualizada

A Volkswagen do Brasil revisou a Declaração de Política Ambiental e de Energia em 2024, aproximando suas diretrizes do compromisso com a descarbonização, a sustentabilidade e em sintonia com o Acordo de Paris. A nova versão reforça a meta minimizar a emissão de gases de efeito estufa e reduzir impactos ambientais ao longo do ciclo de vida dos produtos.

Entre as principais atualizações nos objetivos, destaca-se a antecipação para 2040 da meta de tornar as fábricas da empresa com emissões neutras de CO₂ (Zero Impact Factory). Além disso, foi incluído o um checklist, com target para 2030, visando aprimorar as condições das unidades produtivas. A planta de São Carlos (fábrica de motores) passa a contar também com objetivos específicos, conforme diretrizes da Marca.

Treinamento obrigatório

A nova versão da Política Ambiental e de Energia contou com um treinamento obrigatório para todos os colaboradores. Disponível no Hello Success, o curso foi concluído em dezembro com 70% de participação.





Diminuir emissões na operação logística

A Volkswagen do Brasil possui dois programas alinhados com as diretrizes globais do Grupo para a redução de emissões na logística: o Zero Impact Logistics, focado no recebimento de componentes e insumos de produção, e Go to Zero Impact Logistics, relativo à distribuição de veículos, que visam reduzir em 30% as emissões de CO₂ até 2030 (comparado a 2018) e atingir a neutralidade até 2050.

Os programas estimulam ações nas fábricas para eficiência dos processos, como a introdução de novos conceitos de embalagem, simulações de rotas buscando melhores alternativas, seleção de modais e veículos de transporte mais adequados a cada tipo de produto e destino, e a migração energética da frota logística a serviço da Volkswagen, viabilizando a utilização de combustíveis renováveis.

Em 2024, a Volkswagen ampliou o transporte com bitrens para a redução de emissão de CO₂ e promoveu um *workshop* com os parceiros de transporte *inbound* (que traz os insumos para as fábricas) e *outbound* (que transporta o carro pronto para as concessionárias) para a conscientização de ações sustentáveis, como a substituição do diesel pelo gás natural.

Ações implementadas em 2024

Projeto	Redução t CO ₂ e
Ampliação de rotas atendidas por caminhões Bitrem + GNV	991,30
Mudança modal rodoviário para férreo Aço CSN	228,59
Mudança modal rodoviário para férreo Aço Usiminas	567,40
Mudança modal aéreo para cabotagem Visteon Manaus	4.456,97
TOTAL	6.304,50



Gestão da qualidade recertificada

(Processos + Ágil)

A Volkswagen do Brasil passou pela auditoria anual de manutenção e recertificação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), conduzida pelo organismo certificador IQA (TÜV), conforme as diretrizes da empresa e normas vigentes. O processo assegurou a renovação da certificação NBR ISO 9001. Esse certificado, exigido pela Portaria 990 do Senatran, possibilita vender e homologar novos veículos no país.



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

(GRI 3-3, 2-27)

A Volkswagen do Brasil reforçou a proximidade nas fábricas durante as auditorias externas para manutenção das certificações ISO 14001 (Gestão Ambiental) e ISO 50001 (Gestão de Energia). A retomada dos treinamentos presenciais nas plantas em 2024, substituindo o formato *on-line*, permitiu mais interação e aprimoramento dos processos. Essa abordagem prática e integrada contribuiu para a recertificação da unidade de Vinhedo e a manutenção das certificações em todas as fábricas, garantindo resultados positivos na avaliação dos auditores externos.





O monitoramento da legislação ambiental é realizado com o suporte de uma empresa terceirizada, que fornece atualizações mensais. Paralelamente, o Comitê de Gerenciamento de Riscos Ambientais se reúne a cada quatro meses para avaliar e prevenir possíveis impactos. O Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e de Energia (SGCAE) também passa por análises críticas semestrais para revisar ações e aprimorar sua eficácia. Nos três níveis de controle (entrada da fábrica, processos produtivos e processos específicos), a Volkswagen avançou no refinamento das ações, com atuações pontuais para conseguir reduzir o consumo de pequenas energias (operações com consumos menores) e gerar resultado no consumo total.

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

Challenge of Brands: fábricas brasileiras premiadas pelo Grupo

As fábricas brasileiras da VW foram destaque na premiação Challenge of Brands (antigo The Race), realizada pelo Grupo VW para reconhecer a performance das suas unidades ao redor do mundo. A planta da Anchieta conquistou o prêmio "Fit for Finish" (F4F), que avalia a redução de horas de retrabalho por veículo, enquanto a unidade de Taubaté garantiu a segunda colocação na mesma categoria.



Já a planta de Curitiba foi premiada no "Performer of the Year", que mede o desempenho global das fábricas nos principais indicadores de Processos, Qualidade e Produção. A unidade ficou em primeiro lugar entre as fábricas de veículos da Volkswagen (PKW) e em terceiro no *ranking* geral.



Emissões

(GRI 3-3, 305)

A Volkswagen do Brasil utiliza o inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para monitorar suas emissões atmosféricas e direcionar a gestão ambiental. A empresa adota o modelo GHG Protocol e participa voluntariamente do registro e compartilhamento público das emissões de GEE no Brasil.

Os indicadores são acompanhados pelo Sistema Corporativo 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 2024, incluído neste relatório, foi auditado externamente em abril de 2025 para validação dos dados.



Selo Ouro GHG Protocol

A Volkswagen do Brasil manteve o Selo Ouro emitido pelo GHG Protocol. A certificação é concedida a empresas que atendem a todos os critérios de transparência na publicação do inventário de emissões atmosférica, com os dados checados por um organismo verificador independente. Desde 2021, a empresa tornou público os relatórios, em consonância com a estratégia global de descarbonização Way to Zero. Há 15 anos a companhia elabora o relatório GHG Protocol.

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

(GRI 305-1)

	2022	2023	2024
Geração de eletricidade, calor ou vapor	50.510,6	50.809,1	57.407
Emissões fugitivas	1.601,4	3.409,5	6.851
Total de emissões brutas de CO ₂	52.112	54.219	50.556

	2022	2023	2024
Emissões biogênicas de CO ₂ (t CO ₂ equivalente)	6.192,15	7.668,73	10.589

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).

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.



	2022	2023	2024
Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia (t CO ₂ equivalente)	14.403,9	13.681,9	15.036,2

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)

	2022	2023	2024
Bens e serviços adquiridos	127,8	201,3	220,4
Transporte e distribuição de materiais e peças	18.786,5	6.324,1	8.853,74
Viagens a negócios	1.398,7	5.945,9	8.324,26
Transporte de colaboradores	4.820	55.692,28	61.261,2
Transporte e distribuição de veículos	231.608,1	202.198,2	283.077,2
Total	256.741,4	270.361,8	361.736,8

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)

	2022	2023	2024
Reduções provenientes de emissões indiretas da aquisição de energia (Escopo 2) – Projeto I-REC Total	14.404	13.681,9	15.036,2

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)

	2022	2023	2024
NOx	141,6	145,2	151,5
SOx	0,1	1,4	10,7
Compostos orgânicos voláteis (COV)	1.514,3	1.580,6	2.091,3

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)



A Volkswagen do Brasil está comprometida com a redução do consumo de água, alinhada à iniciativa global Zero Impact Factory, com a meta de diminuir em 30% o uso desse recurso até 2030 (comparado a 2010).

A água utilizada na produção vem de diferentes fontes – fornecimento externo, captação subterrânea e da chuva – e é aplicada tanto nos processos industriais quanto em atividades auxiliares, como cozinha e jardinagem. Para otimizar o consumo e reduzir impactos ambientais, a água usada na pintura é tratada por osmose reversa e



reaproveitada. Após o uso, ela passa por um rigoroso processo de tratamento antes do descarte, garantindo conformidade com a legislação vigente.

Em 2024, a Volkswagen ampliou o tanque de osmose na planta de Taubaté, aumentando a capacidade de reuso de efluentes líquidos. Essa iniciativa resultou em uma economia significativa de água potável, reduzindo aproximadamente 96.000 litros de água consumida pela planta de Taubaté (redução que equivale ao consumo médio de 600 habitantes em um dia), reforçando o compromisso da empresa com a gestão eficiente dos recursos hídricos.

O monitoramento do consumo é realizado mensalmente por meio de um sistema digital de gestão, que acompanha ações implementadas, ganhos esperados e prazos de execução. Além disso, a plataforma permite gerar relatórios, realizar *benchmarking* e consultar práticas adotadas em outras fábricas do Grupo VW. Todos os anos, os indicadores ambientais são reportados à matriz na Alemanha e submetidos a auditorias externas, reforçando o compromisso da Volkswagen com a sustentabilidade.

Captação de água (m³)

(GRI 303-3)

	2022	2023	2024
Água de superfície (total)*	271,1	2.750,0	2.201,0
Água subterrânea (total)	71.945	80.518,3	81.504,7
Água de terceiros	1.177.315,8	1.275.195	1.422.327,0
Captação total	1.249.531,9	1.358.463,3	1.506.032,7

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 e 303-5)

	2022*	2023	2024
Descarte total de água	929.695,9	831.616	872.649,5
Consumo total de água (= captação total de água - descarte total de água)	319.564,9	526.847,3	633.383,14

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.

* Em 2022, a Volkswagen do Brasil descartou mais água do que consumiu devido ao grande volume de água armazenada nas fábricas.



Energia

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

Todas as unidades da Volkswagen do Brasil utilizam energia elétrica 100% proveniente de fontes renováveis com o Certificado Internacional de Energia Renovável (I-REC) ou declarações reconhecidas pelo GHG Protocol.



VW Taubaté



VW Anchieta

Biometano nas fábricas Anchieta e Taubaté

(Batalha 5: Sustentabilidade + Neutra em Carbono)

As fábricas Anchieta e Taubaté são as pioneiras no setor automotivo a ter biometano (gás natural renovável) em sua matriz energética. A ação inovadora é parte da estratégia global de descarbonização da Volkswagen, Way to Zero, que tem como meta a neutralidade de carbono até 2050 no mundo.

Em outubro, primeiro mês de operação, foram injetados 620 mil m³ de biometano nessas unidades, resultando em uma redução aproximada de 1.300 toneladas de CO₂, o equivalente ao plantio de 9.100 árvores ou à cobertura de sete campos do Maracanã com vegetação. Em um ano, a expectativa é atingir 6 milhões de m³ fornecidos, reduzindo 12.400 toneladas de CO₂, o que corresponderia a 86,8 mil árvores plantadas. Enfileiradas, cobririam a distância entre as fábricas de Anchieta e Taubaté.

A partir de 2027, a Volkswagen chegará ao pico de fornecimento de 8,1 milhões de m³ por ano, sendo 6,5 milhões para a Anchieta e 1,6 milhão para Taubaté. O volume de biometano é destinado principalmente ao processo produtivo da pintura de carrocerias das duas fábricas, permitindo redução de até 99% nas emissões de CO₂ nesse processo, se comparado à alternativa fóssil.



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).

	2022	2023	2024
Consumo de energia dentro da organização (em GJ)	2.161.809,8	2.241.294,8	2.423.052,03
Consumo de energia fora da organização (em GJ)	17.680,9	11.228,8	11.545,7
Consumo de energia total da organização (em GJ)	2.179.490,6	2.252.523,6	2.434.597,73
Intensidade energética (dentro da organização)	6,23	6,19	5,24
Intensidade energética (fora da organização)	0,05	0,03	0,02
Intensidade energética (total da organização)	6,28	6,23	5,27

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)

	2022	2023	2024
Combustível de fontes não renováveis (diesel e gás natural)	881.451,6	879.062,1	968.931,7
Consumo de combustíveis de fontes renováveis (biometano)	-	-	48.487,9
Energia consumida (eletricidade)	1.208.793,1	1.208.793,1	1.264.698,7
Energia vendida (eletricidade)	71.564,9	97.053,04	38.196,00
Total de energia consumida	2.161.809,7	2.241.294,8	2.461.248,0

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 2}

(GRI 302-2)

2022	2023	2024
17.680,9	11.228,8	11.545,7

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.
2. O valor reportado em 2022 se manteve próximo ao valor de 2021 devido à continuidade do trabalho híbrido instalado em 2021.



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

	2022	2023	2024
Redução da temperatura da água quente (Curitiba)	8.693,3	1.871,6	29.174,29
Troca dos equipamentos de ar-condicionado (Anchieta)	19.470,2	1.722,2	11.480,40
Otimização do consumo de energia elétrica na Subestação 04 (São Carlos)	7.229,2	556,6	1.465,92
Substituição da válvula da torre DZ na estamparia. (Taubaté)	7.920	1.892,2	1.289,16
Total	43.312,6	6.042,6	43.409,7

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.

Volkswagen mantém Certificado Lixo Zero multisites



A Volkswagen do Brasil foi a primeira montadora do país a conquistar o Certificado Lixo Zero multisites. A certificação, concedida pelo Instituto Lixo Zero Brasil e reconhecida pela Zero Waste International Alliance (ZWIA), obtida em 2023, foi mantido em 2024 pelas ações sustentáveis na gestão de resíduos. Entre as iniciativas que contribuíram para esse reconhecimento estão a adoção do conceito Aterro Zero, o uso de madeira triturada como biomassa para fornos siderúrgicos e o projeto social Costurando o Futuro, que reaproveita sobras de tecidos automotivos.



Resíduos gerados (t)

(GRI 306-3)

	2022	2023	2024
Peso total dos resíduos gerados (toneladas métricas)	74.593,8	75.905,8	78.374
Resíduos perigosos	4.012,9	3.733,9	4.491,6
Resíduos não perigosos	70.580,9	72.171,9	73.882,4

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	2022	2023	2024
Reutilização	318,6	153,3	70,5
Reciclagem	754,1	655,8	708
TOTAL	1.072,7	809,1	778,5

Resíduos não perigosos	2022	2023	2024
Reutilização	1.620,9	12.426,4	566,7
Reciclagem	66.912	57.994,4	70.933
Compostagem	251,1	0,00	0,00
TOTAL	68.784	70.420,8	71.499,7



Resíduos destinados para disposição final (t)

(GRI 306-5)

Resíduos perigosos	2022	2023	2024
Incineração (com recuperação de energia)	2.937,8	2.921,8	3.711,6
Incineração (sem recuperação de energia)	2,4	3,04	1,6
Confinamento em aterro	0,0	0,00	0,00
TOTAL	2.940,2	2.924,8	3.713,2

Resíduos não perigosos	2022	2023	2024
Incineração (com recuperação de energia)	1.734,8	1.659	2.294
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00	0,00	0,00
Confinamento em aterro	62,2	92,1	88,7
TOTAL	1.796,9	1.751,14	2.382,7

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 avança na implementação de iniciativas de economia circular por meio de novas ações para reduzir o desperdício e reaproveitar materiais em seus processos produtivos. Um dos destaques é a reutilização de insertos e brocas na planta de São Carlos, onde as ferramentas de usinagem são devolvidas ao fornecedor após o uso, fechando um ciclo sustentável.

Outra iniciativa em andamento é o reaproveitamento de borras de tinta, que são destinadas à produção de cimento, evitando o descarte inadequado e promovendo a reutilização de materiais. Além disso, a empresa já adota a reciclagem de cola para a fabricação de tintas de segunda mão, utilizadas para pintura de paredes.

A Volkswagen também implementou ações para a redução do uso de plástico, especialmente na logística de peças. Essa estratégia está integrada ao desenvolvimento de novos projetos, garantindo processos mais sustentáveis desde a concepção dos produtos. Entre 2023 e 2024, houve uma diminuição de 175 toneladas de plástico, eliminando materiais descartáveis no transporte de componentes e na proteção interna dos veículos.



Do passado ao futuro: 65 anos da Anchieta, 25 anos de São José dos Pinhais e 20 do PAC de Vinhedo



Inaugurada em 1959, a Anchieta foi a primeira fábrica da Volkswagen fora da Alemanha, iniciando a expansão global da Marca. A unidade, que completou 65 anos em 2024, já produziu mais de 14,7 milhões de veículos, ou seja, 57% dos 25,7 milhões de veículos fabricados pela Volkswagen no Brasil em 71 anos. Além de ser um complexo industrial completo, a Anchieta também se destaca como um centro de pesquisa, planejamento e desenvolvimento de novos produtos com alta tecnologia e inovação.

Em outubro, a fábrica iniciou a produção do Novo Nivus, modelo que inaugura uma nova era de conectividade para a Volkswagen do Brasil com o novo VW Play Connect de 10,1 polegadas e o novo aplicativo Meu VW 2.0, um dos 16 lançamentos previstos pela marca até 2028, reforçando a ofensiva em veículos híbridos, elétricos e Total Flex. A unidade será responsável também pela fabricação do Nivus GTS, previsto para chegar ao mercado brasileiro no primeiro semestre de 2025.

Historicamente, a fábrica Anchieta, localizada em São Bernardo do Campo (SP), foi responsável pela produção de diversos modelos que marcaram presença nas ruas e garagens brasileiras, como o Fusca, a Kombi, Variant, Brasília, Passat, Gol, Voyage, Saveiro, Parati, Santana e Polo, entre outros. A unidade abriga também o Centro de Formação Profissional SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) Volkswagen, que completou 51 anos em 2024 com mais de 7 mil alunos formados.



Referência em sustentabilidade ambiental

Inaugurada em janeiro de 1999, a fábrica da Volkswagen em São José dos Pinhais (PR) completou 25 anos em 2024. Referência em eficiência e sustentabilidade nos processos produtivos, a unidade tem uma área total de 1.300.000 m², sendo 273.000 m² de área construída, e já produziu mais de 3 milhões de veículos.

Atualmente, a fábrica produz o Novo T-Cross, o SUV mais vendido do Brasil. No seu portfólio passaram também o Golf, Fox, CrossFox, SpaceFox e Saveiro. Comprometida com a sustentabilidade, a fábrica se destaca por práticas ambientais inovadoras, como o uso pioneiro de tinta à base de água, que reduz a emissão de solventes, e um avançado sistema de tratamento de efluentes. A unidade adota iluminação natural em larga escala e possui uma estação meteorológica, que monitora as condições climáticas para otimizar o uso de energia e gás natural.

Além das inovações produtivas, a fábrica mantém um espaço de 300 mil m² de reflorestamento, com mais de 85 mil árvores plantadas, incluindo 10 mil araucárias. Nessa área, encontram-se cerca de 20 espécies de mamíferos e 200 espécies de aves, algumas ameaçadas de extinção.





Maior centro de distribuição de peças e acessórios da América Latina

Com 25 milhões de peças armazenadas e faturamento anual superior a R\$ 2 bilhões, o PAC de Vinhedo é responsável por abastecer as 472 concessionárias da Rede Volkswagen no Brasil. Anualmente, são exportados a partir do PAC de Vinhedo mais de 1.200 containers de 40 pés com peças destinadas a 22 países. O centro, que completou 20 anos em 2024, recebe 11.000 linhas de pedidos por dia, sendo 3.000 urgentes, com 90% faturados no mesmo dia.

O PAC de Vinhedo foi a primeira unidade da empresa a operar com energia elétrica 100% renovável e obteve o Certificado Lixo Zero multisites com a nota mais alta já concedida pelo Instituto Lixo Zero Brasil (99,9%). O centro tem o máximo reúso de caixas no fluxo produtivo, reduzindo de forma significativa o consumo de papelão e madeira. Em breve, a unidade iniciará a distribuição por cabotagem marítima para o Nordeste e fluvial para a cidade de Manaus (AM). A navegação pela costa permitirá economia de combustível e redução anual de emissões de CO₂ com ganhos ambientais que equivalem a 19 mil árvores plantadas.



Produto

Nova Ofensiva de Produtos

(Produtos + Digital)

A Volkswagen do Brasil anunciou em 2024 uma ofensiva de 16 novos veículos até 2028, incluindo modelos híbridos, elétricos e Total Flex. No primeiro momento, o aporte contempla o desenvolvimento e a produção de projetos inovadores e com foco em descarbonização para as quatro fábricas: são quatro novos veículos, sendo uma pick-up, um novo motor mais eficiente para veículos híbridos e uma plataforma tecnológica, flexível e sustentável (MQB Hybrid).

Os investimentos estão alinhados à estratégia global Way to Zero, que busca a neutralidade de carbono até 2050 em todas as operações da Volkswagen. Os novos projetos também marcam a chegada de uma nova plataforma no Brasil: o projeto MQB Hybrid. Inovadora, tecnológica, flexível e sustentável, a nova plataforma comporta uma combinação dos mais avançados sistemas de combustão e eletrificação, utilizando sistema de alta voltagem. O novo projeto MQB Hybrid da Volkswagen conta com uma nova arquitetura eletrônica que permite mais conectividade e oferece ainda mais segurança por meio da tecnologia de ADAS (Advanced Driver Assistance System). Além disso, oferece ainda mais conforto e aumento do espaço interno.

Desenvolvida com a participação da Engenharia da Volkswagen do Brasil especialmente para a Região SAM (South America – América do Sul), a nova plataforma está sendo desenvolvida com avançados recursos de tecnologia de simulação da virtualidade. Os investimentos no projeto envolvem a ampliação da capacitação de equipes e uma produção altamente tecnológica.

Em 2024, a Volkswagen já fez 3 dos 16 lançamentos: Novo T-Cross, a Nova Amarok e o Novo Nivus.



Ofensiva de produtos em 2024



Segurança Veicular

(GRI 416-1 e 416-2)

A segurança veicular é um dos pilares no desenvolvimento de novos produtos da Volkswagen do Brasil, que investe constantemente em tecnologia e no aprimoramento de seus processos. Desde a criação do Laboratório de Segurança Veicular, em 1971, a empresa tem desempenhado um papel pioneiro na introdução de inovações no mercado brasileiro, como *airbags* frontais, freios ABS e crash tests. Atualmente, o laboratório avalia sistemas de segurança ativa e assistências à condução e investe na digitalização para aprimorar a proteção de motoristas, passageiros e pedestres.

Todos os veículos desenvolvidos pela Volkswagen do Brasil seguem rigorosos critérios de segurança, alinhados à legislação nacional e internacional e aos padrões internos da empresa. A segurança dos modelos também é avaliada por instituições independentes, como o LatinNCAP.

A empresa mantém um comitê responsável pela análise de impactos e pela implementação de ações corretivas. Além disso, promove continuamente a capacitação de sua equipe de engenharia e a parceria com fornecedores especializados no desenvolvimento de componentes de segurança. A estrutura de testes também foi aprimorada, com o Laboratório de Segurança Veicular conquistando a Acreditação ISO 17025 para alguns de seus processos.

Em 2024, não foram identificadas não-conformidades relacionadas à segurança dos produtos ou impactos à saúde dos clientes. O descarte de veículos e componentes testados segue os padrões ambientais da empresa, garantindo a destinação correta dos materiais. Com a instalação de novos componentes de segurança ativa, como assistência de mudança de faixas e monitoramento do ponto cego, a expectativa é reduzir a incidência de acidentes e, consequentemente, os impactos sociais e econômicos associados.

Cinco estrelas em segurança

(GRI 3-3 e 416-1)

A Volkswagen detém o maior número de automóveis à venda no Brasil com a nota máxima em segurança do Latin NCAP (New Car Assessment Program), programa independente de avaliação de carros novos para a América Latina e Caribe. De acordo com a avaliação, os modelos Novo Virtus, Nivus, Novo T-Cross e Taos foram classificados com cinco estrelas na proteção para os ocupantes.



Em 2024, o Novo T-Cross repetiu o feito de 2019 e está qualificado com nota máxima em todos os quesitos de segurança do Latin NCAP. O modelo recebeu aprimoramentos na linha 2025, incluindo o sistema de frenagem autônomo de emergência com reconhecimento de pedestres, sensor de fadiga e alerta de uso do cinto de segurança em todas as versões. A versão Highline oferece pacote ADAS opcional, com assistente de estacionamento, detector de ponto cego e assistente ativo de mudança de faixa. O SUV conta com controle adaptativo de velocidade, seis airbags, fixação ISOFIX® para assento infantil, controle eletrônico de estabilidade e tração, freios ABS com distribuição eletrônica e assistente para partida em subidas.

O protocolo do Latin NCAP (2020-2024) é dividido em quatro grupos de avaliação: Proteção aos Ocupantes Adultos, Proteção aos Ocupantes Crianças, Proteção aos Pedestres e Sistemas de Assistência ao Condutor. A nota geral é definida pelo menor índice entre os grupos. Os testes seguem protocolos rigorosos para fornecer informações imparciais aos consumidores sobre o nível de proteção oferecido pelos modelos avaliados.



Emissões de produtos regulamentadas: MOVER, PL7 e Rota 2030

(GRI 302, 302-5)

A Volkswagen do Brasil desempenhou um papel ativo na formulação e implementação do Programa MOVER (Mobilidade Verde e Inovação), iniciativa governamental voltada para a transição sustentável do setor automotivo. Desde as fases iniciais do projeto, a empresa esteve presente nas discussões com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e participou ativamente de mais de 100 reuniões conduzidas pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) para estruturar a política.

O programa impõe desafios significativos, incluindo metas rigorosas de eficiência energética, novos requisitos de segurança veicular e compromissos com a descarbonização. Além disso, a reciclagem e a reciclabilidade passam a ser elementos centrais, com objetivos a serem estabelecidos na regulamentação do programa.

A Volkswagen também assume destaque no cumprimento das metas do programa Rota 2030, que define padrões de eficiência energética e segurança para o setor automotivo no Brasil. A empresa não apenas cumpre os requisitos mínimos do programa, como atinge as chamadas “metas de desafio” em diversas categorias. Dentro de seu portfólio de produtos, vários modelos ultrapassam os níveis exigidos, refletindo o compromisso da Marca com a inovação e segurança.

Em 2024, a empresa avançou na incorporação de tecnologias de segurança ativa baseadas em regulamentos europeus, antes mesmo da implementação dessas exigências pelo Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN). Entre as tecnologias implementadas estão sistemas de frenagem automática de emergência (AEB) e assistentes de permanência em faixa (LDW), que garantem mais proteção aos ocupantes e pedestres. Essas iniciativas também permitem que a Volkswagen obtenha bonificações previstas no programa, consolidando sua posição como referência em mobilidade segura e eficiente.



Sustentabilidade no desenvolvimento do produto

(GRI 302-5)

Na Volkswagen do Brasil, a sustentabilidade ambiental está no centro do desenvolvimento de novos produtos, influenciando desde a produção interna até a cadeia de fornecedores e áreas técnicas. Esse compromisso envolve diretrizes de *marketing*, análise do ciclo de vida e rigorosos requisitos ambientais.

Cada novo veículo é projetado com metas claras de eficiência energética, diretamente relacionadas à emissão de CO₂ em motores a combustão. Desde as fases iniciais do desenvolvimento, a Volkswagen define objetivos estratégicos que conciliam inovação, demanda de mercado e conformidade regulatória. Para alcançá-los, são estabelecidos critérios como otimização de peso, aprimoramento aerodinâmico e adoção de tecnologias *off-cycle*, sempre avaliando a melhor combinação entre soluções convencionais e inovações.

A eficiência dos veículos é medida com precisão em laboratório, seguindo a norma NBR7024, e o consumo energético da frota é calculado de acordo com as diretrizes do programa Rota 2030. Esses cálculos são realizados por uma ferramenta interna e os resultados são validados por despacho da Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio e Serviços, garantindo transparência e conformidade com os padrões nacionais.

A Volkswagen também mantém um indicador de consumo energético médio da frota, reportado anualmente, e realiza projeções para os anos seguintes a fim de sustentar sua estratégia de novos produtos e tecnologias (saiba mais no tópico Zero Impact Factory). Como parte do compromisso contínuo com a descarbonização, está em desenvolvimento uma metodologia para calcular um índice médio de descarbonização da frota, considerando o CO₂ e emitido ao longo de todo o ciclo de vida dos produtos. Esse índice será fundamental para orientar as estratégias futuras da empresa na redução do impacto ambiental.

Complexo industrial completo

(GRI 302-5)

O Centro de Design e Engenharia, localizado na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), é um dos principais polos de desenvolvimento da empresa na América Latina. Desde sua fundação em 1965, foi o primeiro centro da Volkswagen fora da Alemanha a abranger todas as etapas do desenvolvimento de veículos, do design à produção.

A área de engenharia da Volkswagen do Brasil conta com mais de 1.000 profissionais distribuídos entre as fábricas de Anchieta, Taubaté e Pacheco (Argentina). Em 2024, foram contratados mais de 120 engenheiros e engenheiras para reforçar as equipes de Inovação





e Tecnologia. O centro possui 85% de competências locais para o desenvolvimento de produtos globais e é o único da Volkswagen com *expertise* em motores Total Flex.

A infraestrutura do Centro de Design e Engenharia inclui laboratórios equipados com tecnologia avançada, como dinamômetros, *crash-test*, oficinas de protótipos, laboratório de realidade virtual e aumentada, câmara de intemperismo, hidropulsadores, simuladores e ambiente dedicado à experiência do usuário (UX). A fábrica Anchieta se destaca como um complexo industrial completo, abrangendo pesquisa, planejamento, desenvolvimento de novos produtos, produção e testes.

Além das instalações em São Bernardo do Campo, a Volkswagen do Brasil conta com um Campo de Provas localizado em Taubaté, onde são realizados testes de desempenho e segurança. Essas iniciativas reforçam a atuação da empresa na busca por soluções inovadoras e sustentáveis para a mobilidade.



SoLiSi: inovação em simulação solar

Em 2024, a Engenharia da Volkswagen do Brasil inaugurou o SoLiSi (Sonnenlichtsimulation – Sala de Simulação de Luz Solar), o mais avançado equipamento de simulação de radiação solar do Grupo Volkswagen nas Américas. Instalado no centro de testes de intemperismo da Anchieta, o simulador foi projetado para recriar as condições de radiação solar ao longo do dia, com temperatura e umidade controladas.

O SoLiSi permite a realização de dois tipos de testes fundamentais: intemperismo e envelhecimento de peças. Com essa tecnologia, avaliações que antes poderiam levar até um ano agora são concluídas em 25 dias, garantindo mais qualidade, agilidade e segurança nos produtos da marca.



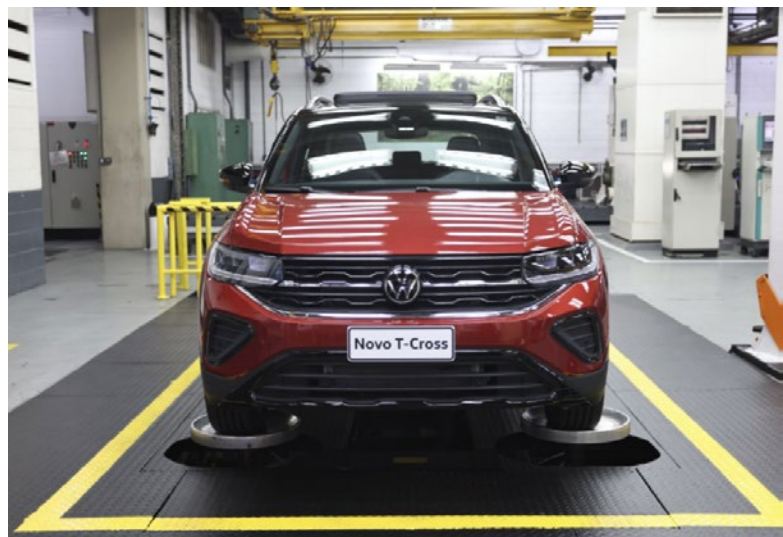
Laboratórios e processos digitais

Pioneira em segurança veicular no Brasil, a Volkswagen implantou seu **Laboratório de Segurança Veicular** em 1971 e realizou o primeiro *crash-test* na América Latina. O laboratório é localizado na fábrica Anchieta, sendo referência no Grupo Volkswagen. Na Anchieta também está o **Laboratório de Emissões Veiculares** da Volkswagen do Brasil, que foi o primeiro do gênero a ser inaugurado no País, em 1977.

A **Ferramentaria** da Volkswagen do Brasil, na fábrica Anchieta, é referência em qualidade, produtividade e alta capacidade técnica há mais de 65 anos no País. Com vocação empreendedora, a área forneceu ferramentas para a produção do SUVW Taos na Argentina e México. Também produziu ferramentas para a Alemanha – incluindo os 100% elétricos VW ID.4 e ID.3 –, México, Argentina, China e Hungria e dispositivos de solda para países como México e Argentina.



A Volkswagen do Brasil conta também com **Laboratórios de Realidade Virtual e Aumentada** para apoio, de forma inovadora e totalmente digital, no desenvolvimento de novos veículos, criação de protótipos virtuais, avaliações funcionais e visuais combinando elementos físicos e virtuais e de postos de trabalho ergonômicos para o processo produtivo. Nos laboratórios são feitas simulações em ambiente digital, otimizando processos, reduzindo custos e alcançando a excelência. Dessa forma, quando são construídos fisicamente, os veículos de desenvolvimento ou postos de trabalho já foram validados anteriormente no ambiente digital, garantindo assertividade.



Digitalização, novos modelos de negócio e conectividade do veículo

(GRI 3-3)

O lançamento do Novo Nivus marcou um novo momento de conectividade para a Volkswagen, com a introdução do VW Play Connect, sistema de *infotainment* desenvolvido integralmente no Brasil. A nova tecnologia permite a conexão direta entre o veículo e o proprietário, sem a necessidade de pareamento com um celular ou de uma rede Wi-Fi. Além disso, o VW Play Connect compartilha dados do veículo diretamente com o aplicativo Meu VW, que chegou à versão 2.0 em 2024.

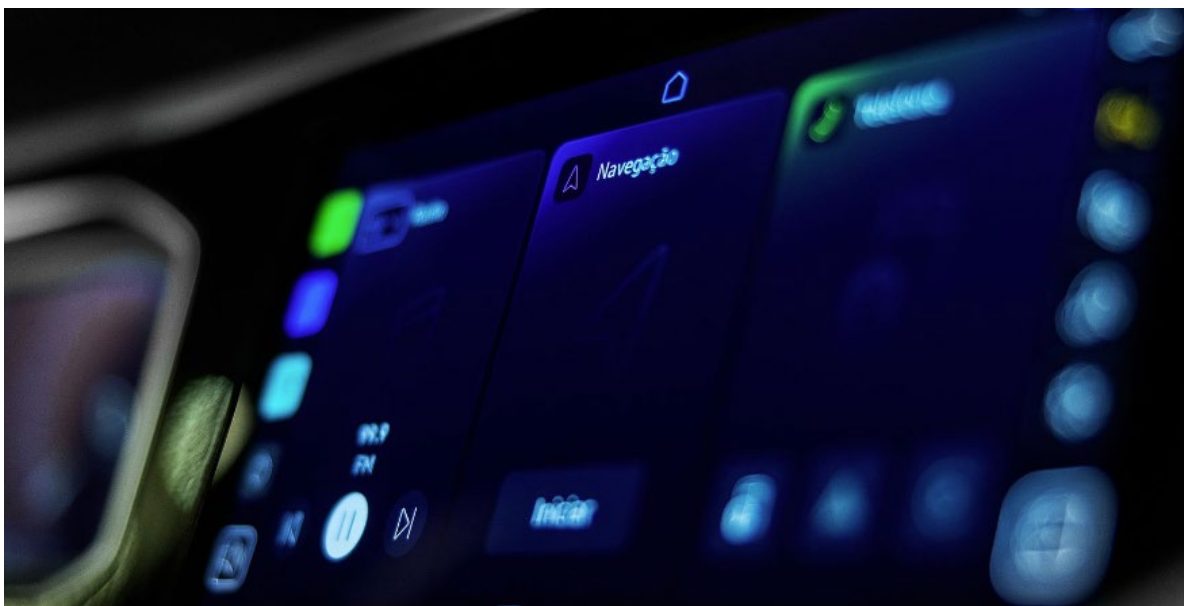
A plataforma oferece 15 funcionalidades voltadas para aprimorar a experiência do usuário, entre eles o travamento e destravamento remoto do veículo, localização em tempo real, acionamento da buzina e dos piscas, modo manobrista, controle de perímetro e restrição de horário. O sistema também permite a gestão da saúde do carro, emitindo mais de 90 alertas sobre o funcionamento dos componentes.





Além do VW Play Connect, a Volkswagen segue ampliando sua interação digital com os consumidores por meio do aplicativo Abasteça Consciente. O app foi desenvolvido para auxiliar os motoristas a adotarem hábitos mais eficientes no consumo de combustível, fornecendo informações sobre abastecimento e dirigibilidade. A plataforma oferece dicas personalizadas para otimizar o consumo e sugestões para melhorar a eficiência energética do veículo, contribuindo para uma condução mais sustentável.

Todas essas ferramentas digitais seguem protocolos rigorosos de validação, incluindo testes internos, prototipagem e análises contínuas. Após o lançamento, a Volkswagen realiza monitoramento constante para implementação de correções e melhorias, utilizando dados analíticos, *feedbacks* de clientes e inteligência de mercado. As métricas de desempenho incluem a quantidade de *downloads*, registros, interações e tempo de uso das plataformas digitais, assegurando a eficiência das inovações.



Detalhes em cada etapa

(GRI 3-3 e 416-1)



Pré-desenvolvimento do produto

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



Desenvolvimento

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



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.



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.



Marketing e comunicação

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



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.



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)

(Clientes + Centrada no Cliente)

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





Fornecedores

Sustentabilidade em toda a cadeia de suprimentos

A Volkswagen do Brasil tem desenvolvido uma série de iniciativas para tornar sua cadeia de suprimentos mais sustentável, reduzindo emissões e otimizando processos logísticos. Em 2024, a empresa buscou implementar medidas que diminuam tempo, custo e impacto ambiental no transporte e entrega de peças e componentes.

Entre as principais ações, destacam-se a utilização de cabotagem para fornecedores da Zona Franca de Manaus, a mudança de modal para o transporte de aço e a adoção de caminhões bitrens movidos a gás natural veicular (GNV). Essas iniciativas foram conduzidas pela Volkswagen do Brasil em parceria com seus fornecedores e demais *stakeholders* da cadeia logística.

Além das mudanças no transporte, a empresa tem como foco a redução de emissões no Escopo 3 (emissões indiretas, como a de fornecedores). A partir desse trabalho, as iniciativas mapeadas pelo programa Sustainable Chain são encaminhadas para equipes internas que analisam e viabilizam sua implementação. Em 2024, foram realizadas ações focadas na circularidade, destacando-se a reciclabilidade de materiais e a recircularização de peças e matérias-primas, uma tendência que deve se intensificar nos próximos anos.



Volkswagen Sustainable Chain

O projeto Volkswagen Sustainable Chain, conduzido pela área de Sustentabilidade em Suprimentos, visa aprofundar o conhecimento sobre práticas sustentáveis na cadeia de fornecimento automotiva na região e fomentar a implementação de projetos ESG. Em 2024, reuniões individuais com aproximadamente 40 parceiros estratégicos foram realizadas em formatos virtuais e presenciais, como *tech days* e encontros específicos. Essas interações permitiram identificar iniciativas inovadoras em sustentabilidade e mapear oportunidades de cooperação.



Os principais temas levantados durante os encontros incluem descarbonização, economia circular e engajamento da cadeia de suprimentos. Além disso, a Volkswagen do Brasil conseguiu avançar na coleta de dados do Escopo 3, fundamentais para sua meta de descarbonização, e identificar sinergias para possíveis parcerias estratégicas.



Medidas ESG para a cadeia de valor

1. Políticas internas

3. S-Rating

5. Grievance Mechanism

2. Treinamentos

4. Media Screening



Políticas internas

Os processos de compras da Volkswagen do Brasil são orientados pelos princípios éticos do Código de Conduta e da nova Política de Sustentabilidade, documentos que apresentam as normas de suprimentos vigentes na empresa, bem como a forma de conduzir a negociação e eventual contratação direta de um fornecedor, levando em consideração os aspectos ESG (ambiental, social e de governança), bem como as questões econômicas do negócio, utilizados como critérios de nomeação de novos fornecedores. Em 2024, a empresa publicou a 2ª edição da Cartilha de Diversidade e Inclusão para Parceiros de Negócios VW, ferramenta criada para ampliar a consciência e fomentar a melhoria contínua de práticas inclusivas com os parceiros de negócios da Volkswagen do Brasil.

Treinamentos

Em 2024, a empresa realizou treinamentos internos e externos com o objetivo de disseminar conhecimentos sobre sustentabilidade, S-Rating e direitos humanos.

No âmbito interno, 100% dos compradores entrantes participaram de treinamentos sobre sustentabilidade. Para os fornecedores, foram promovidos quatro *workshops* específicos sobre S-Rating e sustentabilidade, envolvendo mais de 700 empresas parceiras. Além disso, foram realizados treinamentos focados em direitos humanos para fornecedores que atuam em setores de maior risco social, definidos em conjunto com a Volkswagen AG. Essas capacitações, conduzidas pela Volkswagen do Brasil em nome de todas as empresas do Grupo no País, englobaram 400 fornecedores em quatro rodadas de treinamentos.

A empresa garantiu ao longo do ano que 100% dos fornecedores críticos fossem convidados para os treinamentos sobre direitos humanos. No total, foram contabilizadas mais de 300 horas individuais de treinamento.



S-Rating

A Volkswagen do Brasil possui, desde 2019, um sistema para avaliar fornecedores (S-Rating) com critérios de sustentabilidade e dar *feedbacks* para que os parceiros possam progredir e melhorar seu desempenho ESG. Uma nota S-Rating positiva (A ou B) é obrigatória para a nomeação de fornecedores.

A empresa tem como meta obter 85% de fornecedores com nota A até 2025. Em 2024, esse índice já alcançou 84%, demonstrando um avanço significativo e uma perspectiva favorável para atingir esse objetivo, considerando a evolução contínua das avaliações e o dinamismo do *rating* dos fornecedores.

Atualmente, 808 fornecedores da base de compras da Volkswagen do Brasil possuem notas A ou B no S-Rating, critério essencial para a nomeação. Em dezembro de 2023, esse número era de 687, representando um crescimento de 18% no número de fornecedores qualificados. Esse avanço foi impulsionado pelos treinamentos constantes realizados tanto com o público interno quanto externo.

O S-Rating é um questionário dinâmico, composto por 22 questões que acompanham as atualizações relacionadas à sustentabilidade. Toda vez que um novo critério entra para o escopo e passa a ser cobrado dos fornecedores, a empresa já se antecipa e faz um treinamento com os parceiros que serão impactados pela atualização. Em 2024, a certificação ISO 14001 passou a ser obrigatória (uma exigência que vem desde outubro de 2023) e a avaliação da cadeia de suprimentos pelos fornecedores diretos ganhou mais peso na classificação. Além disso, ao longo do ano, foram discutidas adaptações para a implementação do S-Rating 2.0, que prevê mudanças significativas na visibilidade e avaliação dos fornecedores. A nova versão está programada para ser implementada ao longo do ano de 2025.

Media Screening

É um sistema que rastreia mídias sociais e conteúdos globais para identificar possíveis infrações aos princípios da empresa. Quando um fornecedor é sinalizado, a empresa do Grupo com maior volume de negócios com ele conduz uma investigação para verificar a ocorrência de irregularidades e definir ações corretivas. O objetivo principal é educar e orientar os parceiros para ajustes necessários, podendo, em casos extremos, resultar no encerramento da parceria comercial.



Grievance Mechanism

O Grupo Volkswagen possui uma metodologia específica para tratar desvios. O Grievance Mechanism funciona a partir do recebimento de comunicação em um dos canais de denúncias e tem como objetivo verificar possíveis violações aos direitos humanos e ao meio ambiente por parte de fornecedores diretos e indiretos.

O sistema, implementado conforme determinação do Grupo e adaptado à realidade nacional, vem se mostrando robusto, ágil e eficiente, possibilitando a tratativa de denúncias com rapidez e sempre em colaboração com o parceiro de negócios. Essa agilidade levou também à conscientização e aprimoramento dos sistemas de tratamento de denúncia pelos maiores parceiros da Volkswagen do Brasil, que, envolvidos em denúncias de fornecedores indiretos, acompanharam os trabalhos do time de grievance da VWB e replicaram o método em seus próprios processos. Em 2024, foram acompanhados 18 casos, sendo nove avaliados pelo time de Grievance do Brasil.



As cinco etapas do programa de desenvolvimento de fornecedores

Para integrar a rede de parceiros VW, todos os fornecedores passam por uma avaliação – *Sustainability Rating* (Avaliação de Sustentabilidade) – em cinco etapas que verifica padrões de condutas ambientais, sociais e de *compliance* da empresa.

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.





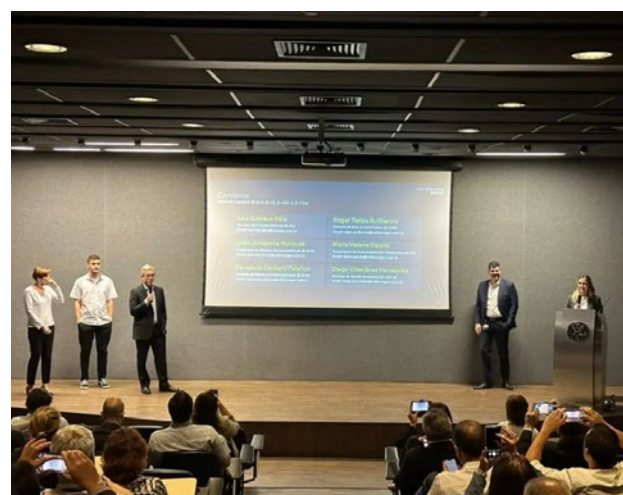
The One

Em maio de 2024, a Volkswagen do Brasil reuniu cerca de 120 fornecedores para reconhecer as melhores práticas e projetos sustentáveis da cadeia de valor. O evento foi realizado na mesma estrutura do lançamento do Novo T-Cross e proporcionou aos participantes o contato em primeira mão com o modelo, além do alinhamento de estratégias.

O evento destacou as melhores práticas em 12 categorias: Supply Security, Technical Development & Innovation, Quality, Social & Diversity, Aftersales, Partnership Volkswagen Argentina, Partnership Serviços & Investimentos, Partnership Commodity Conectividade, Partnership Commodity Powertrain, Partnership Commodity Químico Interno, Partnership Commodity Químico Externo, Partnership Commodity Metálico.

Conferência de sustentabilidade – Sustainable Chain

Como parte da Semana da Sustentabilidade, a Volkswagen do Brasil promoveu um *workshop* virtual com mais de 200 empresas parceiras para compartilhar as conquistas do projeto “VW Sustainable Chain 2024”, celebrar boas práticas em sustentabilidade no mercado automotivo e incentivar a cooperação em projetos ESG no *supply chain*. Durante o encontro, foi apresentado um panorama sobre regulamentações em ESG e compartilhadas as principais iniciativas de sustentabilidade da companhia. O evento também marcou o lançamento da segunda edição da Cartilha de Diversidade e Inclusão para Parceiros de Negócios VW.





Perfil de fornecedores

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

Com um volume anual de compras que atingiu R\$ 28,1 bilhões em 2024, considerando compras diretas (peças) e compras gerais, a Volkswagen do Brasil mantém um impacto econômico significativo no setor automotivo e em diversas regiões do país. Comparado a 2023, foram R\$ 7,1 bilhões a mais investidos em fornecedores. Isso se reflete na economia local, com abrangência nas comunidades próximas às unidades de negócio, estados e outras regiões.

A nacionalização de componentes e a busca por fornecedores locais é uma constante nos últimos anos da Volkswagen do Brasil, a fim de aprimorar a indústria nacional e reduzir os riscos de fornecimento atrelados a questões geopolíticas externas ao Brasil. Outro fator-chave no desenvolvimento da região é a compra de itens e serviços de micro, pequenas e médias empresas sempre que possível.

A estratégia de compras da Volkswagen do Brasil prioriza o desenvolvimento da cadeia de fornecedores, incentivando a participação de pequenas e médias empresas no processo de seleção, desde que estejam devidamente cadastradas na base de dados LDB (Liferant Date Base). Em 2024, o número de fornecedores cadastrados cresceu, reforçando o compromisso da empresa com a ampliação de oportunidades e o desenvolvimento social. No último ano, os fornecedores localizados no Brasil representaram 85% dos custos com compras da montadora.

Para garantir que seus fornecedores atendam a padrões globais de sustentabilidade, a Volkswagen do Brasil mantém a avaliação contínua por meio do questionário SAQ 5.0 (Self-Assessment Questionnaire), que analisa critérios ambientais, sociais e de *compliance*. Atualmente, 70% dos fornecedores estão aptos para nomeação e, entre os fornecedores já habilitados, 84% (base de faturamento) possui Rating A.

Além disso, como parte do processo de melhoria contínua e adequação às legislações vigentes, a Volkswagen do Brasil implementou treinamentos e eventos educativos direcionados à sua cadeia de fornecedores e compradores. Essas iniciativas têm o objetivo de disseminar informações sobre exigências legais e promover as melhores práticas dentro da organização e entre seus parceiros comerciais.



Gastos com fornecedores locais¹

(GRI 204-1)

	2022	2023	2024
Orçamento para fornecedores (R\$ bilhões)	13,82	R\$ 17,88	R\$ 25,00
Valor investido em fornecedores locais (R\$ bilhões)	11,53	R\$ 15,27	R\$ 21,25
% do orçamento investido em fornecedores locais	83,4%	85,40%	85,00%

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 uma avaliação ambiental criteriosa em sua cadeia de fornecedores. Alinhada à Política Ambiental e de Energia do Grupo VW, essa iniciativa busca garantir conformidade com normas, fortalecer o Sistema de Gestão de Compliance Ambiental e de Energia (SGCAE) e impulsionar a melhoria contínua no desempenho ambiental e energético dos parceiros.

O processo de avaliação combina auditorias documentais e/ou presenciais, priorizando fornecedores com riscos ambientais críticos. Quando identificados impactos negativos, os parceiros recebem orientações para implementar ações corretivas dentro de um prazo estipulado. Já os fornecedores com melhor desempenho são convidados a compartilhar suas práticas sustentáveis em *workshops* exclusivos. Além disso, a Volkswagen do Brasil adota uma abordagem consultiva, auxiliando os fornecedores na evolução de seus *ratings* ambientais.



A auditoria abrange fornecedores “Tier 01” e “Não Produtivos Críticos”, como os responsáveis pelo transporte e tratamento de resíduos e efluentes. A periodicidade das avaliações é definida conforme o grau de risco, levando em conta fatores como potencial poluidor e relevância estratégica.

Como parte de um esforço global, a Volkswagen do Brasil também mantém diálogos contínuos com fornecedores de maior emissão para mapear processos produtivos e desenvolver estratégias de redução de emissões.

A empresa avançou no processo de avaliação em 2024, garantindo mais precisão na gestão de riscos. Para isso, alinhou com a equipe de gestão ambiental uma revisão da base de fornecedores para aprimorar a análise de critérios ambientais específicos. Essa iniciativa permitiu um processo assertivo e um alcance mais amplo na identificação e mitigação de riscos ambientais.

Apesar da complexidade e do tamanho da cadeia de fornecimento, a Volkswagen tem avançado na disseminação da mentalidade sustentável entre seus parceiros. Em 2024, esse progresso se refletiu em melhorias tanto na quantidade quanto na qualidade dos fornecedores comprometidos com práticas ambientais responsáveis.

Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais
(GRI 308-1)

	2022	2023 ¹	2024
Novos fornecedores considerados para contratação	919	769	713
Novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais	412	376	496
Percentual de novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais (%)	44,8%	48,9%	69,6%

Nota de rodapé:

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

Houve um crescimento no número de fornecedores aptos à nomeação nas plataformas da Volkswagen do Brasil em 2024. Isso se deve ao aumento de treinamentos em requisitos de sustentabilidade, além da aproximação com o projeto VW Sustainable Chain. Para os fornecedores produtivos efetivamente contratados (fornecedores com *turnover* ativo), a totalidade foi avaliada ambiental e socialmente, contudo essa avaliação somente é aplicada no momento do *sourcing* para nomeação, o que reduz o percentual de fornecedores contratados em relação aos fornecedores considerados.



Fornecedores com impactos ambientais negativos potenciais e reais

(GRI 308-2)

	2022	2023	2024
Fornecedores avaliados ¹	116	73	63
Fornecedores identificados	52	37	35
Impactos ambientais negativos significativos identificados ²	12	6	233
Fornecedores com melhorias acordadas como resultado da avaliação	16	6	11
Porcentagem de fornecedores com melhorias acordadas como resultado da avaliação	30,8%	16,2%	31,4%
Fornecedores identificados com os quais as relações foram encerradas como resultado da avaliação	1	0	0
Porcentagem de fornecedores identificados com os quais as relações foram encerradas como resultado da avaliação	1,9%	0%	0%
Motivos pelos quais as relações foram encerradas com os fornecedores	N.A.		

Nota de rodapé:

1. 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.

2. 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.

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. Contratos como Condições Especiais de Compra para Fornecimento Sustentável e Condições de Sustentabilidade estabelecem obrigações formais para a erradicação do trabalho infantil e escravo, assegurando que os parceiros atendam aos padrões exigidos.

A empresa segue diretrizes internacionais que reforçam a ética, o respeito aos direitos humanos e a transparência empresarial, incluindo a Declaração da OIT sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho e a LKSG, legislação alemã de due diligence aplicada à cadeia de fornecedores.

A Volkswagen do Brasil orienta seus fornecedores sobre práticas ESG por meio da Cartilha de Sustentabilidade nas Relações com Fornecedores. A Política de Compliance



da companhia estabelece auditorias regulares para garantir conformidade com esses princípios. Em 2024, critérios sociais foram determinantes para a seleção de todos os novos fornecedores. No período, 496 parceiros passaram por avaliação, dos quais cinco apresentaram impactos sociais negativos significativos, reais ou potenciais. Nessas situações, foram implementadas medidas corretivas acordadas entre as partes.

Além das auditorias que abrangem qualidade, gestão ambiental e sustentabilidade, a Volkswagen do Brasil verifica a existência de práticas de trabalho infantil. A empresa também mantém canais de comunicação externos para recebimento de denúncias sobre eventuais irregularidades. Caso violações sejam identificadas, o Grievance Mechanism é acionado.

Em 2024, foi realizado um *workshop* voltado exclusivamente para empresas do setor de transporte, segmento crítico em relação ao risco de trabalho análogo à escravidão devido à alta carga horária exigida. A iniciativa, conduzida em parceria com a área de Logística da Volkswagen do Brasil, teve como objetivo conscientizar e estreitar a relação com esses parceiros estratégicos.

Também em 2024, foi implementado um treinamento específico sobre direitos humanos para fornecedores selecionados conforme a criticidade do setor e da atividade desempenhada. O conteúdo abordou temas ESG com foco em questões sociais, como jornada de trabalho, saúde e segurança, não discriminação e assédio, além da proibição do trabalho infantil e escravo. Também foram discutidos impactos ambientais que podem representar riscos à saúde de trabalhadores e comunidades do entorno.

Ao longo de 2024, não foram registrados pela Volkswagen do Brasil riscos significativos relacionados a trabalho infantil, trabalho análogo à escravidão ou descumprimento da legislação trabalhista em suas operações.





Sumário GRI



Sumário de conteúdo GRI

(GRI 102-55)

GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2023
	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 2022
	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
202-1		Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	Pessoas	1, 5, 8	



GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2022
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
302-1		Consumo de energia dentro da organização	Fábricas	7, 8, 11, 12, 13	



GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2022
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
305-6		Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	Fábricas	3, 12, 13, 15	



GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2022
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		
403-1		Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Pessoas	3, 8	



GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2022
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
416-1		Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Fábricas	3, 16	Segurança e qualidade dos veículos



GRI Standard	GRI 2021	Divulgação	Onde encontrar	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	Tema Material em 2022
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		





Créditos

Coordenação geral do projeto – Volkswagen do Brasil

Maria Helena Zucchi Calado

Marcos Alexandre Martins

Fotografia

Acervo Volkswagen do Brasil

Consultoria GRI, coordenação editorial e design

Star7

Supervisão, edição e redação: Rafael Barbosa

Atendimento: João Vargas

Criação: Laura Silveira Fahel





Relatório de Sustentabilidade da Volkswagen do Brasil 2024