

RELATÓRIO SOCIOAMBIENTAL 2007

EXERCÍCIO 2006



VOLVO



ÍNDICE

02 MENSAGEM DO PRESIDENTE

06 O GRUPO VOLVO

06 No mundo

07 No Brasil

14 VISÃO, MISSÃO E VALORES DO GRUPO VOLVO

18 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

19 Principais temas da sociedade com relevância para o Grupo Volvo

20 Compromissos públicos assumidos pela Volvo

22 Reconhecimentos socioambientais

26 ESTRATÉGIA DE GESTÃO E GOVERNANÇA CORPORATIVA

28 DIÁLOGO COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

30 Clientes

37 Poder público e instituições empresariais

38 Fornecedores

40 Rede de concessionárias e importadores

44 COMUNIDADE INTERNA

45 Diálogo e participação

48 Respeito ao indivíduo

50 Política de Remuneração e Carreira

52 Plano de benefícios Volvo

66 COMUNIDADE EXTERNA

66 Programa Volvo de Segurança no Trânsito

76 Incentivo ao voluntariado interno

83 Investimentos culturais e sociais

90 MEIO AMBIENTE

91 Desafio ambiental do Grupo Volvo

94 Indicadores ambientais

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Muito mais do que desenvolver soluções tecnológicas em transporte, o Grupo Volvo trabalha com o foco nas pessoas, buscando tornar suas vidas mais seguras, confortáveis e dinâmicas. Nesse sentido, todas as nossas ações estão alicerçadas pelo **“The Volvo Way”**, que consolida nossa filosofia empresarial baseada na energia, paixão e respeito pelas pessoas.

Como uma empresa cidadã, estamos conscientes de que precisamos integrar a criação de valor para os clientes com a geração de riquezas de modo sustentável para a sociedade. Muito antes da disseminação de termos como “responsabilidade socioambiental” e “desenvolvimento sustentável”, o Grupo Volvo já incorporava iniciativas alinhadas a tais conceitos, como a política ambiental adotada no início da década de 70, as práticas pioneiras em gestão de pessoas trazidas para o Brasil nos anos

80 e o Programa Volvo de Segurança no Trânsito criado em 1987. Em 2006, a Volvo foi destaque nacional no Guia Exame / Você S/A, que elegeu as 150 melhores empresas para se trabalhar, em razão das práticas adotadas na área de saúde e que beneficiam diretamente todos os empregados e dependentes.

Essa gestão integrada e sustentável vem rendendo bons frutos. No último ano, a Volvo do Brasil obteve expressivos resultados, registrando um faturamento de R\$ 3 bilhões e dando seqüência ao desempenho positivo dos exercícios anteriores. Conquistamos a liderança no mercado brasileiro de caminhões pesados, registramos significativo crescimento na área de ônibus, equipamentos de construção, motores industriais e marítimos e atingimos uma marca histórica em ativos na Volvo Serviços Financeiros. Além da performance econômica,

aprimoramos nossas práticas socioambientais, sempre em sintonia com os valores essenciais da marca Volvo:

qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente.

No Brasil, elas estão consolidadas no Programa Volvo Cidadania, que incorpora um amplo leque de iniciativas educacionais, culturais, sociais e ambientais destinadas tanto aos funcionários da empresa como aos clientes, parceiros de negócios e à comunidade em geral. Em 2007, ano em que o Grupo Volvo celebra 80 anos de história e 30 anos de atividades no Brasil, gostaríamos de reafirmar nosso compromisso com o desenvolvimento do país e também com a gestão sustentável, ética e transparente expressa neste Relatório Socioambiental. Esperamos que ele contribua para abrir contínuas frentes de diálogo e integração com nossos públicos estratégicos. Boa leitura!

Tommy Svensson

Presidente da Volvo do Brasil







O GRUPO VOLVO

No mundo. Compromisso com a qualidade, a segurança e o meio ambiente.

O Grupo Volvo é uma das maiores organizações mundiais na área de soluções para o transporte comercial com 80 anos de tradição no mercado. Sediado na Suécia, o Grupo atua em 180 países e conta com cerca de 83.000 funcionários.

Por meio de suas unidades industriais - localizadas em 18 países da América do Norte, América do Sul, Europa e Ásia - o Grupo Volvo produz caminhões, ônibus, equipamentos de construção, motores marítimos e industriais, turbinas e propulsores para aeronaves comerciais e foguetes espaciais. Além disso, o Grupo atua também na área de serviços financeiros oferecendo linhas de financiamento,

arrendamento mercantil, consórcio e seguros.

Com faturamento global de US\$ 34 bilhões em 2006, o Grupo Volvo é uma organização de capital aberto com ações cotadas nos mercados norte-americano (NASDAQ) e sueco.

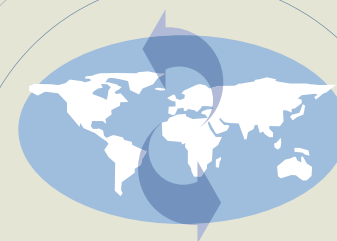
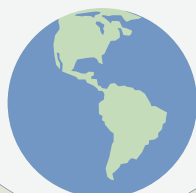
Ao longo de sua história, a marca Volvo tornou-se respeitada mundialmente e reconhecida por seus valores essenciais: qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente. Estes valores, que compõem a cultura corporativa do Grupo, norteiam a estratégia global da organização, o desenvolvimento de seus produtos e serviços e o dia-a-dia dos seus milhares de funcionários.

Áreas de atuação:
caminhões, ônibus,
equipamentos de construção,
motores marítimos e
industriais, turbinas e
propulsores para aeronaves
comerciais e foguetes e
serviços financeiros.



83.000
empregados

Fábricas em
18 países



Operações comerciais
em mais de
180 países

Faturamento
em 2006
US\$ 34 bilhões



No Brasil. Transportando soluções inovadoras em produtos, serviços, gestão de pessoas e responsabilidade socioambiental

Para o Grupo Volvo, o Brasil é um mercado com crescente importância estratégica. Os produtos Volvo são comercializados no Brasil desde a década de 30. Entretanto, foi em 1977 que a organização decidiu instalar a sua primeira fábrica na cidade de Curitiba, no Paraná, dando início à criação do segundo pólo automotivo do país.

A empresa orgulha-se de estar ajudando a construir a história

recente da nação brasileira tanto com soluções inovadoras nos segmentos de transporte de cargas e passageiros quanto nas áreas de gestão de pessoas e responsabilidade socioambiental. A unidade brasileira da Volvo é responsável pelos negócios de caminhões, ônibus, equipamentos de construção, motores marítimos e industriais, e serviços financeiros para toda a América do Sul.



UNIDADES DE NEGÓCIOS DA VOLVO NO BRASIL



Caminhões e ônibus

- Fábrica localizada em Curitiba (PR).
- Produz caminhões, motores, cabines e chassis de ônibus.
- Exporta componentes para outras unidades do Grupo Volvo e atende toda a América do Sul, além de países da África, Oriente Médio e Ásia.
- É a única fábrica de motores da marca Volvo fora da Europa e uma das três unidades de produção de cabines de caminhão do Grupo Volvo mundial.

Volvo Serviços Financeiros

- Unidade de negócios sediada em Curitiba (PR).
- Responsável pelos financiamentos Volvo (Brasil), o Consórcio Volvo, a Volvo Leasing e os seguros Volvo.
- A Volvo Serviços Financeiros trabalha em sintonia com as demais unidades de negócios para oferecer soluções integradas aos clientes.



Equipamentos de construção

- Fábrica localizada em Pederneiras (SP).
- Produz a mais diversificada linha de equipamentos de construção entre as unidades industriais da *Volvo Construction Equipment*: caminhões articulados, pás carregadeiras, motoniveladoras e minicarregadeiras, além da montagem de escavadeiras sobre esteiras.
- A produção mundial de minicarregadeiras está concentrada em Pederneiras (SP), de onde são exportadas para o mercado mundial. A unidade industrial fabrica também componentes para utilização interna, assim como cabines, chassis e eixos para outras fábricas da Volvo CE no mundo.
- A unidade de negócios da *Volvo Construction Equipment* situada em Curitiba (PR) tem como foco de atuação o mercado da América Latina, contando ainda com outros três centros (*hubs*) no México, no Chile e no Peru. Essa unidade é responsável por comercializar a linha mundial de equipamentos de construção da Volvo em toda a região.

Volvo Penta

- Unidade de negócios sediada no Rio de Janeiro (RJ).
- Responsável pela importação e comercialização de motores marítimos e industriais.
- A Volvo Penta é líder mundial na produção de motores a diesel para barcos de lazer.





OS PRINCIPAIS NÚMEROS DA VOLVO DO BRASIL EM 2006

2.600 empregados.

Faturamento de **R\$ 3 bilhões**.

Mais de **140.000** veículos produzidos e comercializados no Brasil desde 1977.

Ampla rede de concessionárias no Brasil, com mais de **70 pontos de atendimento** para caminhões e ônibus, **7** para equipamentos de construção e **37** oficinas autorizadas para a Volvo Penta.

Em 2006, a Volvo atingiu a marca de
100.000 *caminhões produzidos no Brasil.*

Dos 100 mil caminhões produzidos, desde 1980,
83.213 *destinaram-se ao mercado brasileiro,*
enquanto 16.787 foram exportados. Ao todo foram
produzidos **69.270 caminhões** *da Família*
N, 26.379 da Família F e 4.351 da Família VM.

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO BRASILEIRA

CURITIBA | PR

Produto	2004	2005	2006
Caminhões pesados (CBU)	6.776	6.488	6.013
Caminhões pesados (CKD)*	300	1.800	0
Caminhões semipesados	1.606	1.842	2.258
Chassis de ônibus (CBU)	681	2.006	1.003
Chassis de ônibus (CKD)	117	81	135
Cabines pintadas	8.985	9.492	9.378
Motores	7.322	8.864	6.583
Blocos de motores	16.742	19.520	9.967

CBU: veículo completo | **CKD:** envio de partes do veículo para ser montado no destino
*A redução da produção de unidades CKD de caminhões pesados, em 2006, foi em razão da variação cambial, que inviabilizou as exportações de caminhões para o Irã. Esse mercado passou a ser atendido por outras unidades do Grupo Volvo.



PEDERNEIRAS | SP

Produto	2004	2005	2006
Pá carregadeira	692	851	840
Caminhão articulado	345	624	770
Motoniveladora	47	80	97
Skid Steer Loaders*	-	-	20
Escavadeiras**	-	-	137
Chassis de pá carregadeira - exportação	1256	1484	1637
Eixos	-	306	4654

*Início da produção em dezembro de 2006 | ** Início em agosto de 2006





VISÃO, MISSÃO E VALORES DO GRUPO VOLVO

NOSSA MISSÃO

Ao criar valor para nossos clientes, nós criamos também valor para nossos acionistas. Nós utilizamos nosso conhecimento para desenvolver soluções de transportes para clientes exigentes em setores selecionados com níveis superiores de qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente. Nós trabalhamos com energia, paixão e respeito pelas pessoas.

NOSSA VISÃO

Ser reconhecido como o fornecedor líder mundial em soluções para o transporte comercial.

NOSSOS VALORES

O Grupo Volvo tem três valores corporativos fundamentais: qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente, que se refletem de forma concreta nas estratégias e práticas organizacionais da Volvo do Brasil.

Qualidade

- Qualidade em produtos, serviços e relações humanas.
- Programa de Gestão para Excelência.
- Certificação ISO 9001 para caminhões, ônibus e equipamentos.
- Programa Volvo Qualidade de Vida para todos os empregados.
- Constantes pesquisas de satisfação junto aos clientes. Em 2006, o índice de satisfação dos clientes foi de 96%.

Segurança

- Investimentos constantes em pesquisas, tecnologia e testes de segurança nos veículos produzidos.
- Política interna de segurança no trabalho.
- Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST).

Respeito ao Meio Ambiente

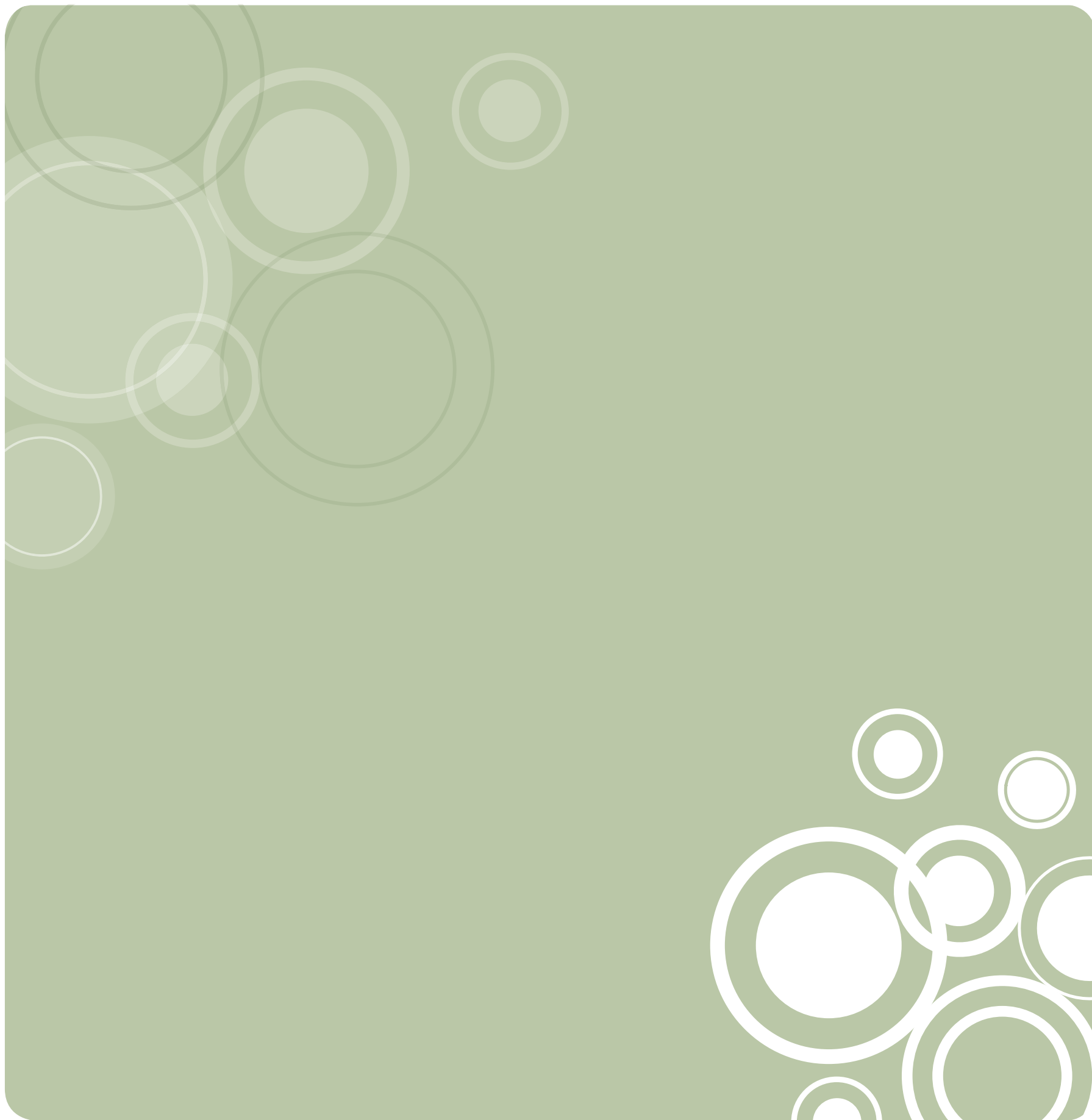
- Plantas certificadas ISO 14001.
- O cuidado ambiental está presente em todas as etapas do ciclo de vida dos produtos.
- Política interna com campanhas de conscientização envolvendo os empregados.
- Programa de automonitoramento de emissões atmosféricas - PAM.
- Programa de gerenciamento de resíduos sólidos - PGRS.
- Desafio ambiental do Grupo Volvo: redução do consumo de energia, aumento das fontes livres de emissão de CO₂.
- Desenvolvimento de produtos com menor índice de emissão de gases poluentes e com níveis crescentes de componentes recicláveis. Os caminhões da Linha F são formados por 96% de componentes recicláveis.



“The Volvo Way”.

O caminho para as ações práticas.

O “The Volvo Way”, criado em 1998, traduzido em 11 idiomas e distribuído a todos os funcionários do Grupo Volvo, sintetiza a filosofia empresarial da organização, descrevendo seus valores, a cultura corporativa, a forma de trabalho e os objetivos que a empresa pretende conquistar. O “The Volvo Way” sinaliza o caminho para se passar do discurso às ações práticas e está baseado em três pilares: energia, paixão e respeito pelas pessoas.





DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Para o Grupo Volvo, as três dimensões do desenvolvimento sustentável - desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e gestão ambiental - são igualmente importantes e vitais para agregar valor presente e, principalmente, futuro à organização.

Em um sentido mais amplo, o conceito de sustentabilidade no Grupo Volvo está relacionado com o modo pelo qual a empresa se integra com a sociedade em um contexto global. Nesse sentido, a organização está consciente de seu impacto nas comunidades onde possui operações e concentra esforços para promover prosperidade e sustentabilidade

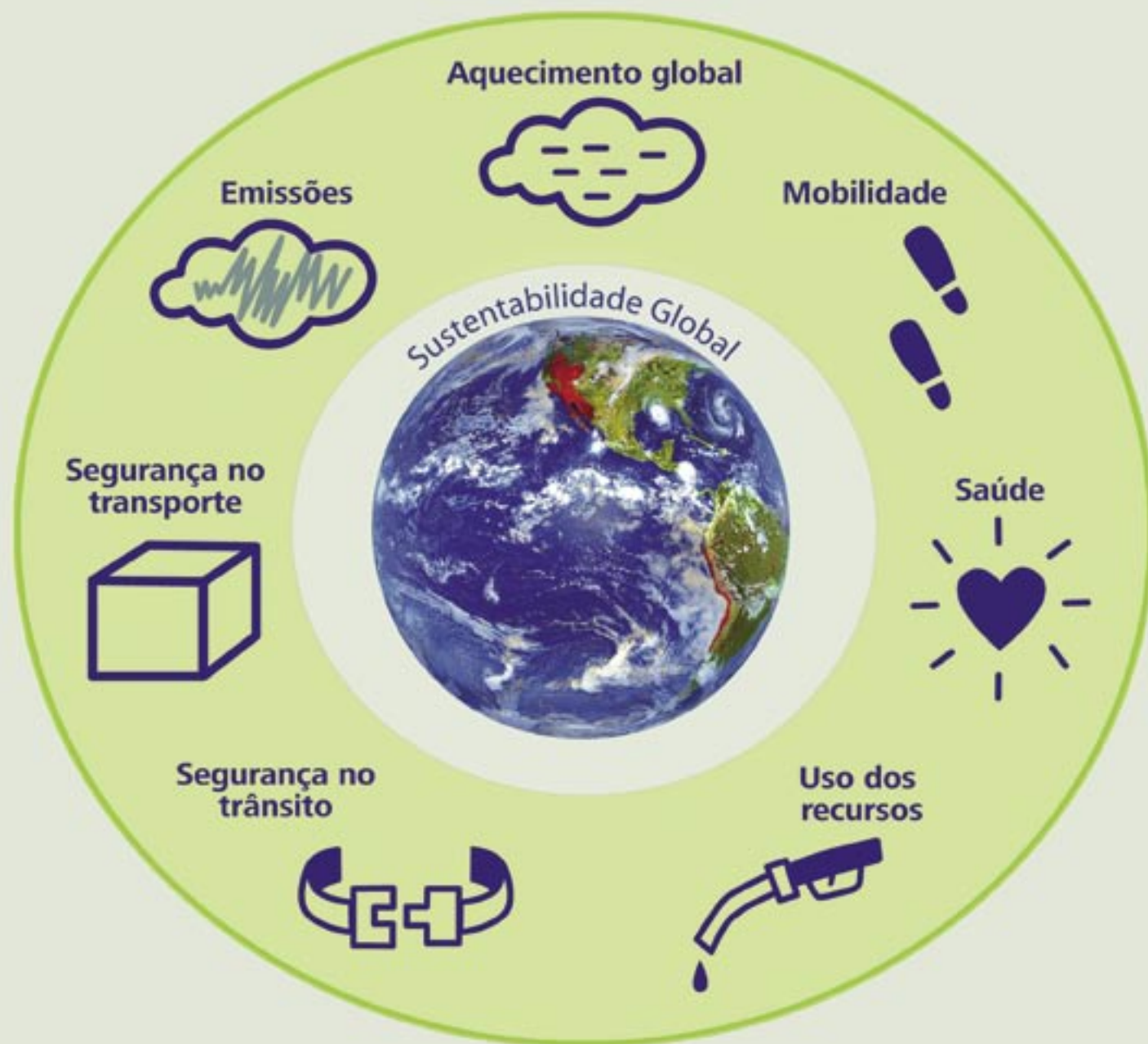
no relacionamento com todos os seus públicos de interesse: funcionários, fornecedores, clientes, concessionários e distribuidores, comunidade, governo e associações empresariais.

Em 2003, o Grupo Volvo lançou o seu Código de Conduta, traduzido em vários idiomas e disponível a todos os empregados, que estabelece os princípios éticos pelos quais a empresa norteia as suas relações internas e externas.

O Código de Conduta e os Valores Corporativos (Qualidade, Segurança e Meio Ambiente) constituem os pilares da Política de Sustentabilidade da Volvo.



PRINCIPAIS TEMAS DA SOCIEDADE COM RELEVÂNCIA PARA O GRUPO VOLVO

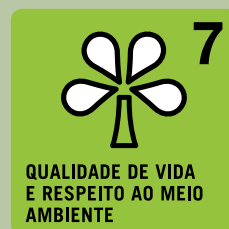
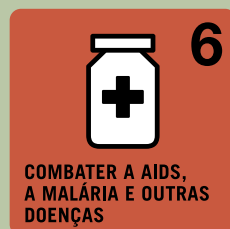
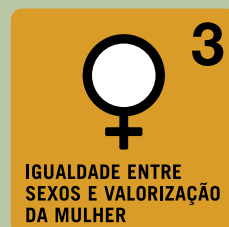
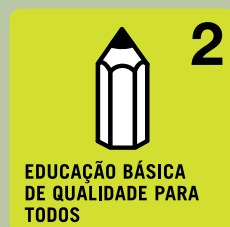


COMPROMISSOS PÚBLICOS ASSUMIDOS PELA VOLVO

Pacto Global

Desde 2001, o Grupo Volvo é signatário do **Pacto Global (Global Compact)** da Organização das Nações Unidas, que apresenta um compromisso com dez princípios universais de direitos humanos e do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção.

A *Declaração das Metas do Milênio*, um compromisso complementar ao Pacto Global, definiu o papel e as responsabilidades de governos, rede de organizações internacionais, sociedade civil e setor privado em relação aos desafios traçados pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. A Declaração estabelece os Oito Jeitos de Mudar o Mundo, ou seja, objetivos que devem ser perseguidos pelos 191 países integrantes da ONU, entre eles o Brasil, até 2015.



Práticas alinhadas com o Pacto Global e com a Declaração das Metas do Milênio

1

Respeitar e proteger os direitos humanos

- Políticas de Recursos Humanos
     
- Política de relacionamento com fornecedores
  
- Programa Volvo de Segurança no Trânsito

- Fundação Solidariedade
   
- Apoio e desenvolvimento de projetos sociais
  

2

Impedir violações de direitos humanos

- Políticas de Recursos Humanos
     
- Política de relacionamento com fornecedores
  
- Apoio ao Programa Na Mão Certa


3

Apoiar a liberdade de associação no trabalho

- Políticas de Recursos Humanos
     
- Código de Conduta
 
- Comitê de Ética
 
- Comissão de Fábrica
 

4

Abolir o trabalho forçado

- Políticas de Recursos Humanos
     
- Política de relacionamento com fornecedores.
  

5

Abolir o trabalho infantil

- Políticas de Recursos Humanos
     
- Política de relacionamento com fornecedores.
  

Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho

- Código de Conduta
 
- Comitê de Ética
 
- Políticas de Recursos Humanos
     
- Programa de Diversidade


6

Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais

- Sistema de Gestão Ambiental

- Certificação ISO 14000


7

Promover a responsabilidade ambiental

- Centro Volvo Ambiental

- Projeto Caravana Ecológica
 
- Campanhas Educacionais Internas


8

Encorajar tecnologias que não agredam o meio ambiente

- Infra-estrutura industrial com sistemas de produção energeticamente eficientes

- Desenvolvimento de produtos com alta eficiência de combustíveis e baixas emissões
 

9

Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina

- Código de Conduta
 
- Comitê de Ética
 
- Políticas de Recursos Humanos
     
- Política de Relacionamento com fornecedores
  

10

RECONHECIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS

As práticas socioambientais adotadas pelo Grupo Volvo no mundo e no Brasil vêm sendo reconhecidas como referência por renomadas instituições e publicações.

Internacionais

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE DOW JONES

Em 2006, pelo quinto ano consecutivo, a Volvo se qualificou entre as melhores empresas no Índice de Sustentabilidade Dow Jones (DJSI World), que classifica as organizações líderes em desenvolvimento sustentável de longo prazo. A Volvo conquistou pontuação destacada em dois importantes quesitos: gestão ambiental e governança corporativa.

Além disso, pelo terceiro ano consecutivo, a Volvo ocupou também posição de destaque entre as corporações européias, listadas no índice que avalia o continente: o *Dow Jones STOXX Sustainability Index* (DJSI STOXX).

GLOBAL 100

De 2004 a 2006, o Grupo Volvo figurou entre as 100 melhores empresas em desenvolvimento sustentável da lista elaborada pelo Fórum Econômico de Davos, na Suíça. O objetivo desta seleção é despertar a atenção das corporações para o desenvolvimento sustentável, reconhecendo o esforço das empresas cujas estratégias estão se direcionando para essa finalidade.

CLIMATE INDEX 2006

O Grupo Volvo ocupa também posição de destaque no mercado sueco em responsabilidade ambiental de acordo com a pesquisa Climate Index 2006, realizada pela seguradora Folksam com 270 companhias suecas de capital aberto.

Nacionais

GUIA EXAME/ VOCÊ S.A.

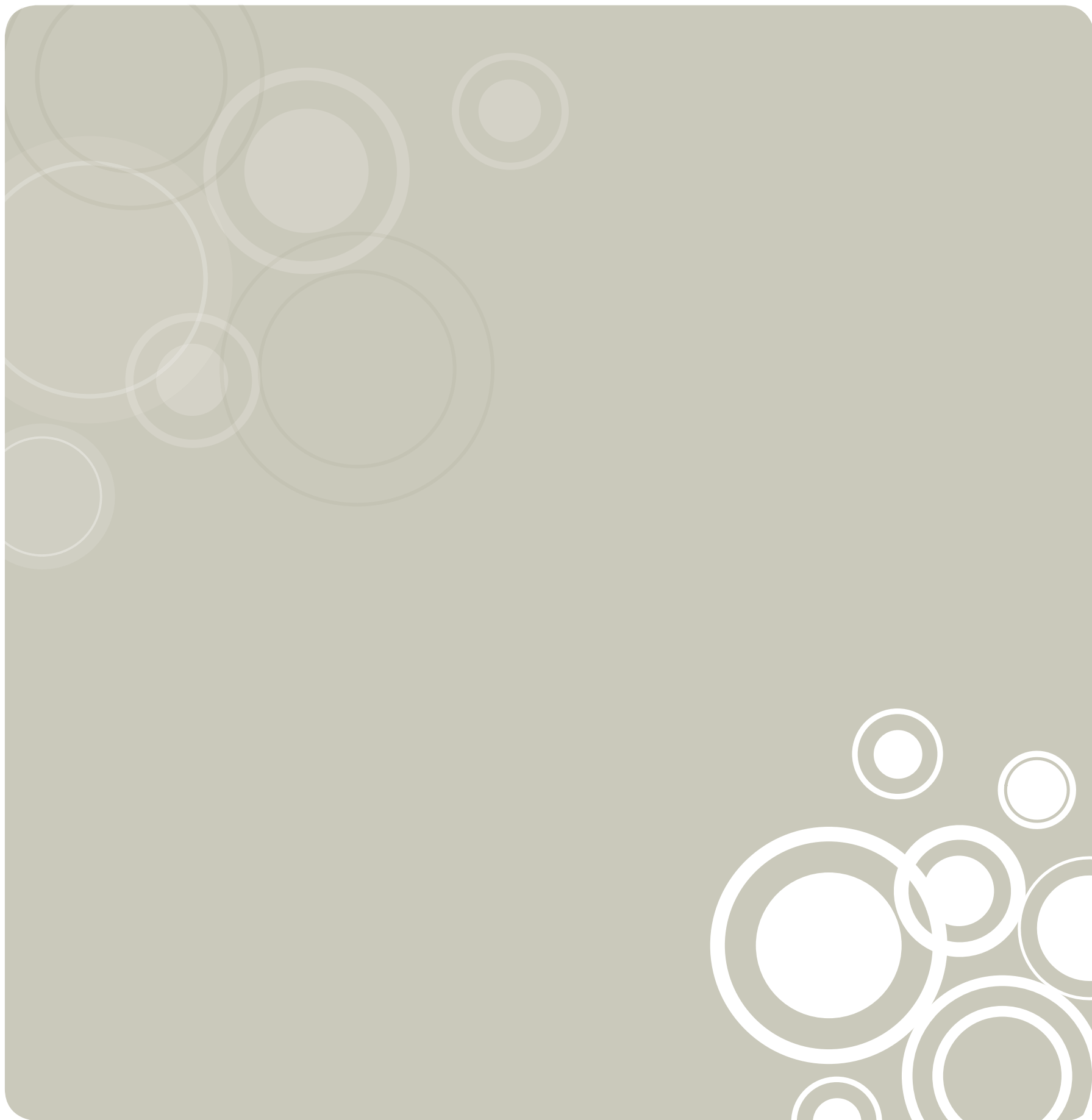
A Volvo do Brasil conquistou em 2006 o primeiro lugar geral no quesito saúde e segundo lugar no índice que mede a felicidade no trabalho, posicionando-se entre as cinco melhores empresas nos índices de qualidade no ambiente de trabalho e de qualidade na gestão de pessoas. Em 2005, a empresa já havia sido destaque no quesito de programas de desenvolvimento profissional.

GUIA EXAME DE BOA CIDADANIA CORPORATIVA:

A Volvo participou pela primeira vez da edição de 2006 e teve sete práticas selecionadas como referência:

- Valores e Transparência (Código de Conduta)
- Relacionamento com Funcionários (Programa Volvo de Qualidade de Vida e Programa Volvo de Educação)
- Meio Ambiente (Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos e Otimização de Consumo de Energia e Água)
- Comunidade (Projeto Transitando)
- Governo e Sociedade (Programa Volvo de Segurança no Trânsito-PVST)







ESTRATÉGIA DE GESTÃO E GOVERNANÇA CORPORATIVA

Em seu esforço de contribuir para a promoção da sustentabilidade, o Grupo Volvo investe continuamente em atitudes positivas e inovadoras, não só no âmbito financeiro e econômico, mas também nos aspectos sociais e ambientais. O Brasil está alinhado com os programas, projetos e diretrizes globais do Grupo no sentido de desenvolver uma liderança social que combine prosperidade econômica, justiça social e conservação ambiental em todas as ações e relações empresariais.

Os valores corporativos do Grupo Volvo traduzem sua visão de sustentabilidade empresarial. Dessa forma, todas as suas unidades possuem gerentes responsáveis pelas áreas de qualidade, segurança e meio ambiente. Esses aspectos estão integrados nas rotinas e processos diários de trabalho, com metas e indicadores de desempenho. Em âmbito global, existe um conselho composto por executivos que representam as três áreas, provenientes de todas as unidades do Grupo Volvo. Esse conselho proporciona suporte consultivo, técnico e estratégico aos diretores mundiais do Grupo. A coordenação geral da política de sustentabilidade da organização é realizada pelo seu Comitê Executivo.





GESTÃO PARA A EXCELÊNCIA

O Grupo Volvo é uma organização movida pela qualidade e tem como objetivo estratégico figurar como líder em qualidade entre os fornecedores mundiais de produtos e serviços relacionados com transportes. Esse forte compromisso requer a utilização das mais modernas metodologias de gestão e melhoria contínua envolvendo todo o ciclo de desenvolvimento e gerenciamento de produtos: do projeto inicial ao serviço de pós-venda.

A Volvo do Brasil adota, desde 2003, o Modelo de Gestão para a Excelência (MEG)[®] desenvolvido pela FNQ – Fundação Nacional da Qualidade, o mais completo referencial sobre gestão empresarial, que se propõe a analisar a organização de uma forma ampla e integrada. Na Volvo, foram criados os Conselhos de Excelência, formados por líderes e representantes de todas as áreas, com a finalidade de refletir, discutir e propor oportunidades para melhorar a gestão da empresa.

Na primeira avaliação, em 2003, a Volvo conquistou aproximadamente 400 pontos, de um total de 1.000. Em 2004, quando a empresa criou os Conselhos de Excelência, a pontuação subiu para 533 pontos. Em 2005, a pontuação chegou a 632 pontos e, em 2006, a 653 pontos, reconhecendo a pertinência das estratégias implantadas pela Volvo com a finalidade de aprimorar continuamente o seu Sistema de Gestão.

DIÁLOGO COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

Em uma sociedade baseada no conhecimento, inserida em uma economia globalizada, o sucesso de uma organização está fortemente relacionado ao modo pelo qual ela interage com seus públicos estratégicos. Consciente de que essas relações são decisivas para a sustentabilidade de seus negócios, a Volvo procura manter um diálogo

aberto e transparente com seus empregados, clientes, fornecedores, concessionários e revendedores, poder público, instituições empresariais e com a comunidade. Ao dialogar com seus públicos estratégicos por meio de diversos canais de comunicação, a Volvo busca seguir cinco premissas básicas:

VERDADE:

as informações divulgadas precisam ser verdadeiras, proporcionando uma visão real sobre a empresa.

CONSISTÊNCIA:

as comunicações precisam ser coerentes, evitando dar margem a erros e interpretações ambíguas.

RELEVÂNCIA:

foco em informações importantes e que agreguem valor ao seu destinatário.

ABERTURA:

a transparência e o incentivo ao diálogo no processo de comunicação inspiram confiança e promovem o entendimento.

PRONTIDÃO:

a informação deve ser fornecida de forma ágil e prestativa.



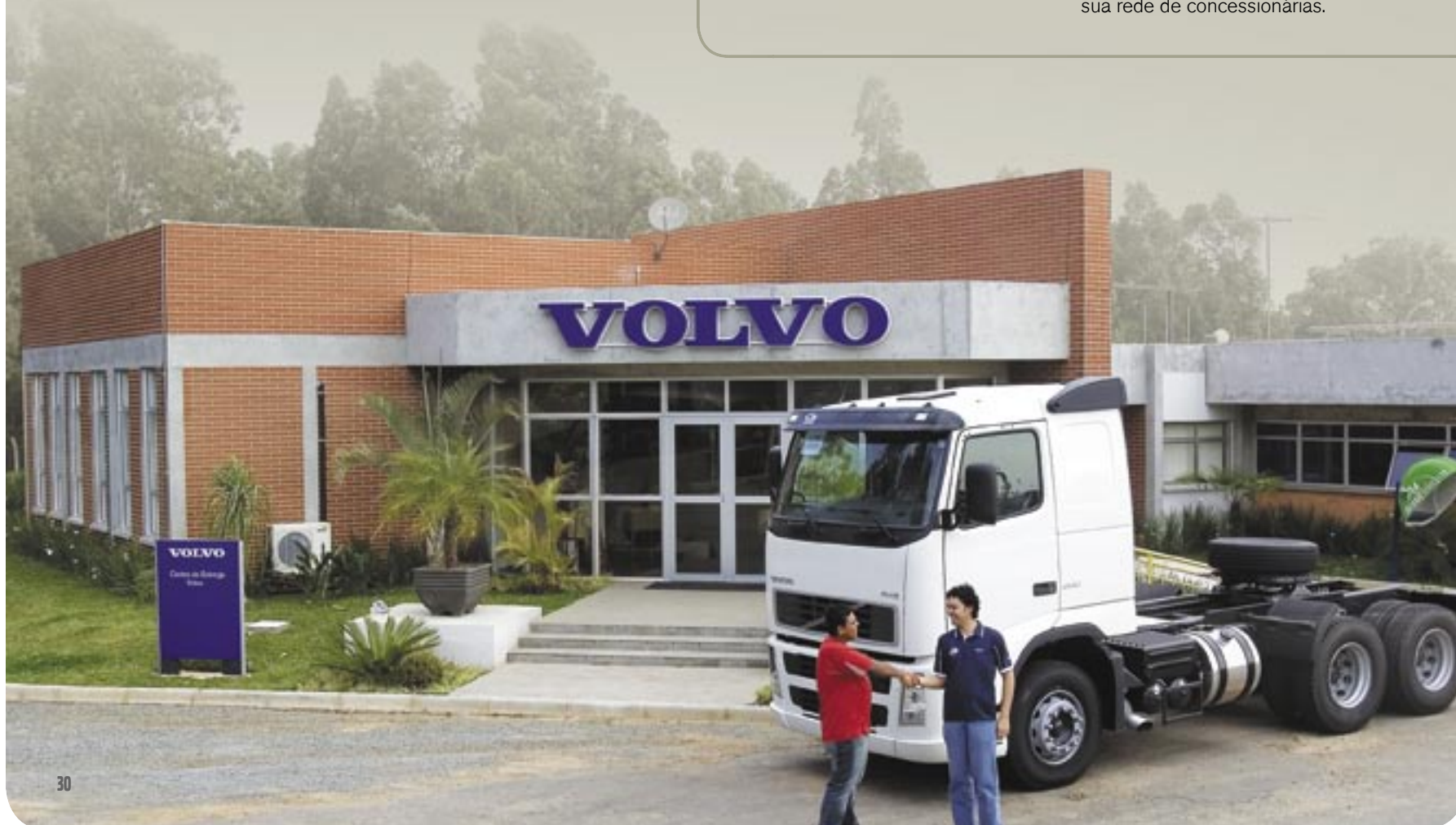
CLIENTES

Além de desenvolver soluções de transporte seguras e inovadoras, a Volvo preocupa-se em ser uma parceira de seus clientes, oferecendo soluções integradas que incluem apoio e serviços antes, durante e após a venda de um produto. A Volvo sabe que seus produtos não atuam como unidades isoladas, mas sim fazem parte de um sistema de transporte que precisa ser administrado convenientemente para que os negócios de seus clientes sejam eficazes.

Entrega Técnica e Personalizada de Caminhões: pioneirismo e inovação no atendimento aos clientes

Desde 2001, a Volvo oferece um serviço de entrega personalizada de veículos por meio do Centro de Entrega Volvo (CEV), localizado em Curitiba (PR). Em uma iniciativa inédita no mercado, os clientes de todo o país são convidados para retirar seu veículo diretamente na fábrica, estreitando seu relacionamento com a Volvo e recebendo treinamento para obter máxima produtividade do seu caminhão, orientações sobre serviços de manutenção e segurança no trânsito, além de visitar as instalações da Volvo.

Em 2006, cerca de 1.200 pessoas, entre frotistas e motoristas, optaram por esse serviço oferecido pela Volvo em conjunto com sua rede de concessionárias.



De forma alinhada com seus valores de segurança e qualidade, a empresa realiza um amplo trabalho de orientação e treinamento junto aos seus clientes, composto de várias iniciativas.

- Consultoria para ajudar o cliente na escolha do veículo mais adequado para cada tipo de operação.
- Demonstrações de equipamentos e veículos.
- Consultoria e ferramentas para gerenciamento de manutenção de frota.
- Amplo leque de serviços financeiros que incluem financiamentos, seguros e leasing.
- Ferramentas de acompanhamento de consumo veicular e da produtividade dos motoristas e operadores de equipamentos.
- Treinamentos técnicos para motoristas e operadores de máquinas.
- No segmento de motores marítimos, a

Volvo Penta conta com quatro Centros de Treinamento próprios: em sua sede no Rio de Janeiro (RJ), em Angra dos Reis (RJ), em Caraguatatuba (SP) e em Curitiba (PR), na fábrica da Volvo do Brasil, além de promover treinamentos *in loco* em estaleiros para seus clientes.

- Treinamentos em direção segura, prevenção de acidentes, valorização da vida e respeito ao meio ambiente.
- Programas estruturados de visitação guiada às instalações das fábricas da Volvo.
- Programa *Customer Day*: para os clientes e *prospects* de máquinas de construção,

existe um programa contínuo e estruturado de eventos de demonstração, *test drive* de máquinas e visitação à fábrica realizados no *Customer Center* da *Volvo Construction Equipment*, localizado em Curitiba (PR).

- Pronto atendimento para a reposição de peças por meio do Centro de Distribuição da Volvo.
- Serviços emergenciais, com atendimento telefônico especializado 24 horas, no Brasil e no Mercosul, por meio do Volvo Atendimento Rápido (VOAR).



Novas soluções em produtos e serviços ampliam o relacionamento com os clientes e o mercado

A Volvo encerrou 2006 na liderança do mercado brasileiro de caminhões pesados. A empresa sabe que a inovação é um fator fundamental para continuar ocupando uma posição de destaque. Dessa forma, lançou no ano passado sua nova linha de caminhões pesados FH e FM. Posicionados com o conceito de *Total Performance*, os novos caminhões trazem inovações como

um avançado motor de 13 litros; uma nova caixa de transmissão eletrônica I-Shift com capacidade para até 60 toneladas; freio motor VEB410 e VEB 500, os mais potentes do mercado; novos bancos e cama para o motorista; melhorias internas na cabine; suspensão a ar e freios a disco com EBS para alguns modelos e, para as versões do FM, uma cabine 15 centímetros

mais longa.

Em 2006, pelo quinto ano consecutivo, a Volvo recebeu o prêmio Lótus, conferido pela Revista Frota & Cia. O reconhecimento foi na categoria de caminhões pesados pelo veículo FH 12 380 que, em 2005, conquistou a liderança do mercado nacional em sua categoria.



SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS DA VOLVO IMPULSIONAM OS SISTEMAS ORGANIZADOS DE TRANSPORTE COLETIVO URBANO NA AMÉRICA LATINA

As grandes metrópoles precisam de soluções inteligentes para vencer o desafio de melhorar os sistemas de trânsito urbano, diminuindo o volume de veículos em circulação, oferecendo conforto e segurança aos usuários e reduzindo as emissões de poluentes. Com ônibus econômicos, avançados e com grande capacidade de transporte, a Volvo é líder em sistemas inteligentes de transporte público. Em 2006, a unidade brasileira fechou importantes contratos de produção para os sistemas de transporte coletivo urbano de Cali, na Colômbia, e de Santiago, no Chile. Esses sistemas de transportes, denominados de BRTs (*Bus Rapid Transit*) mostraram-se eficazes na organização do transporte coletivo urbano, trazendo benefícios concretos de segurança e agilidade e, por isso, têm apresentado ótimos índices de aprovação por parte da população, governos e operadores.

Na área de equipamentos de construção, a **Volvo CE** introduziu no mercado brasileiro novos produtos, como a Carregadeira L150E, um novo modelo de Escavadeira EC700B, além da nova série de Motoniveladoras G900.

A **Volvo Penta** completou, em 2006, o ciclo de renovação de toda a sua linha de produtos, priorizando soluções que atendam às normas

de emissões de poluentes vigentes na Europa e nos Estados Unidos. No setor de motores marítimos, foi lançada a família IPS (*Inboard Propulsion System*), extremamente eficiente para motores de centro, proporcionando considerável economia de combustível, além de ganhos em conforto e performance. A nova linha IPS vem obtendo reconhecimento do mercado e conquistando importantes prêmios internacionais, como o de produto marítimo do ano de 2006 no *London Boat Show*, além de ser considerada uma das 100 inovações do ano pela publicação norte-americana *Popular Science*.





Atendimento especializado 24 horas

No setor de transportes, a Volvo foi uma das empresas pioneiras no Brasil a oferecer serviços emergenciais aos seus clientes em 1981, inaugurando um novo padrão de serviços com a criação do Volvo Atendimento Rápido (VOAR).

VOLVO ATENDIMENTO RÁPIDO (VOAR). 25 ANOS AO LADO DOS MOTORISTAS DE CAMINHÕES E ÔNIBUS

Com o apoio das mais modernas ferramentas tecnológicas, uma equipe de funcionários bilingües com formação em mecatrônica e amplo conhecimento dos produtos Volvo trabalha 24 horas por dia para garantir pronto atendimento para motoristas de ônibus e caminhões no Brasil e países do Mercosul.

Em 2006, foram mais de 82.000 ligações. Cerca de 70% dos casos são resolvidos por telefone a partir de orientações dadas aos motoristas. Dos 30% restantes, metade é resolvida a partir do deslocamento de uma das unidades móveis da rede de concessionárias acionadas pelo VOAR. Já a outra metade costuma receber atendimento nas oficinas credenciadas da rede. Na maioria dos casos, os veículos voltam a operar em até 24 horas após a chamada.

FONES: BRASIL: 0800 416161; CHILE: 123 00209103; URUGUAI: 000 4055125

Além do VOAR, os clientes da Volvo contam com o suporte de mais três canais de atendimento estruturados em um programa denominado *Volvo Action Services* (VAS)

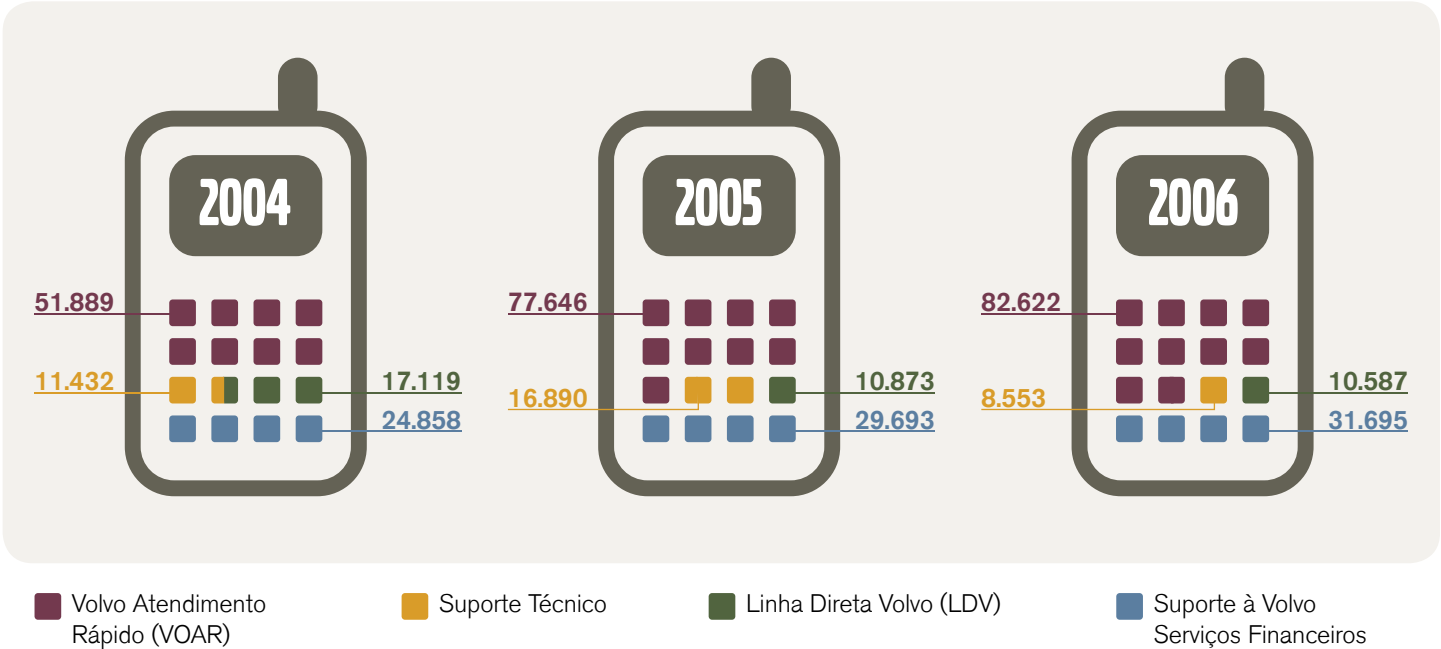
1) SUPORTE TÉCNICO: presta serviço de suporte relativo às ferramentas de pós-venda (IMPACT, VCADS Pro, *Trip Manager*, Volvo Link) para os clientes e mecâtrônicos da Rede Volvo.

2) LINHA DIRETA VOLVO (LDV): habilitada para fornecer informações, receber críticas e sugestões tanto de clientes como da comunidade em geral. **Fone: 0800 411050**

3) VOLVO SERVIÇOS FINANCEIROS: serviço de atendimento e informações relativos a consórcio, seguros e produtos financeiros. Os clientes que possuem seguros com a Volvo podem contar com esse canal para processos de sinistro. Além disso, o serviço está habilitado para o cálculo de seguros para frotas. **Fone: 0800 413033**

PRINCIPAIS NÚMEROS DOS CANAIS DE ATENDIMENTO DA VOLVO

(números de ligações de cada um dos canais)



Comunicação e relacionamento reforçam a parceria com os clientes

Além dos programas estruturados de treinamento e visitação às suas unidades, a Volvo busca estar cada vez mais próxima de seus clientes por meio de publicações próprias, como a **revista Eu Rodo**, que aborda temas ligados ao universo dos clientes de todas as empresas da Volvo no Brasil, e a **Volvo Spirit Magazine** direcionada ao segmento de máquinas de construção.

Em todas as suas áreas de atuação, como caminhões e ônibus, equipamentos para construção, motores marítimos e industriais, serviços financeiros, a Volvo participa das principais feiras e exposições do setor, além de promover encontros e seminários sobre aspectos relevantes do mercado de transporte e temas ligados à segurança e conservação ambiental. A Volvo realiza de forma contínua e estruturada pesquisas de satisfação com seus clientes que atuam como uma importante fonte de informações tanto para criação quanto para o aprimoramento de produtos e serviços.



PRÊMIO VOLVO DE LOGÍSTICA. RECONHECENDO A EXCELÊNCIA DOS OPERADORES ATUANTES NO BRASIL

Reconhecer a excelência dos serviços na área de logística. É esse o objetivo do Prêmio Volvo de Logística, realizado há seis anos em parceria com a revista Tecnológica e o Centro de Estudos em Logística do Instituto Coppead de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

A empresa vencedora do Prêmio em 2006 foi a DHL Exel. A escolha dos premiados é realizada a partir dos resultados de pesquisa coordenada pelo Centro de Estudos em Logística com embarcadores das 1000 maiores empresas do Brasil que usam os serviços dos operadores.

Na edição de 2006, o Prêmio destacou também os melhores prestadores de serviço logístico por segmento: alimentos e bebidas, automotivo, comércio varejista, eletroeletrônico, farmacêutico, higiene, limpeza e cosméticos, papel e celulose, químico e petroquímico e siderurgia e metalurgia.

PODER PÚBLICO E INSTITUIÇÕES EMPRESARIAIS

Para conduzir seus negócios de maneira adequada, a Volvo adota rígidos princípios éticos que devem ser observados nas relações com todos os seus públicos estratégicos. O relacionamento com as autoridades governamentais e instituições empresariais é guiado pelos princípios da neutralidade e da legalidade.

O Grupo Volvo opta pela neutralidade política em relação a partidos e candidatos políticos. Nesse sentido, nem o nome,

nem os recursos de empresas ligadas ao Grupo podem ser utilizados para promover interesses de partidos ou de candidatos políticos. Pelo princípio da legalidade, a Volvo buscará sempre seguir as leis e os regulamentos de cada país onde atua. Em situações em que a lei for omissa, o Grupo aplicará seus próprios padrões, baseados em seus valores corporativos.

A empresa apóia o desenvolvimento de políticas públicas que resultem em ganhos

para toda a sociedade, principalmente as ações envolvendo o desenvolvimento do setor de transportes, com especial ênfase para a segurança, o respeito ao meio ambiente e a qualidade.

Desde o início das suas operações no Brasil, a Volvo procura participar ativamente dos principais projetos e ações envolvendo as entidades de classe ligadas aos setores automotivo, de transporte, bem como de equipamentos para construção.



FORNECEDORES

Em suas operações brasileiras, a Volvo mantém relacionamentos comerciais com mais de 2.500 fornecedores, tanto de bens e produtos automotivos (atendem diretamente à área de produção) como de bens e produtos não-automotivos (atendem a outras demandas da organização, como a aquisição de máquinas e equipamentos, serviços, material de escritório, limpeza, comunicação, entre outras).

Para a Volvo, toda a sua cadeia de fornecimento pode ser vista como uma grande corrente, cujos elos interligados devem operar sinergicamente para fornecer um produto ou serviço que satisfaça o seu cliente imediato. Se um desses elos falhar, toda a cadeia será comprometida.

O relacionamento da Volvo com seus fornecedores é pautado pela ética e pelo profissionalismo, de acordo com os valores corporativos e o Código de Conduta do Grupo. A empresa espera que seus fornecedores exerçam práticas comerciais sintonizadas com a legislação vigente e que adotem práticas de gestão socialmente responsável, visando uma sociedade com

melhores produtos e menores riscos sociais, econômicos e ambientais. A Volvo apóia iniciativas conjuntas com seus fornecedores para desenvolvimento de produtos e serviços e aperfeiçoamento de processos e formas de relacionamento.

Para promover um relacionamento comercial ágil e transparente, a empresa possui um sistema de *e-procurement* por meio do qual os fornecedores recebem pedidos de compra e de cotação e administram suas relações de fornecimento com a Volvo. O desenvolvimento dos fornecedores automotivos é liderado por uma área interna especializada (SQD – *Supplier Quality Development*) que atua tanto na seleção e qualificação quanto no treinamento e auditoria de fornecedores a fim de aprimorar seus processos de produção de bens e produtos para veículos e equipamentos de construção.

A Volvo possui também um Modelo de Avaliação de Fornecedores (SEM - *Supplier Evaluation Model*) que prevê a análise contínua de requisitos como: saúde financeira, gestão de riscos, carteira de

clientes atendidos, certificações ambientais e de qualidade, além do cumprimento à norma ISO/TS 16949:2002, no caso de fornecedores automotivos. A meta da Volvo é ter todos os seus fornecedores automotivos com certificação ISO 14.000 até 2008.

Anualmente, são realizadas reuniões envolvendo as equipes da área de Compras da empresa com a finalidade de alinhar as estratégias globais e demandas da Volvo com seus grupos de fornecedores.

Para promover uma maior integração com seus fornecedores, a Volvo promove anualmente um evento denominado de *Supplier's Day*. Neste dia, os fornecedores são convidados a visitar as fábricas, onde uma programação especial, envolvendo atividades de informação, relacionamento e confraternização, é desenvolvida especialmente para eles. Além disso, a empresa costuma organizar eventos para fornecedores com programação específica voltada para determinada função ou processo, como qualidade, logística, manufatura, entre outros.



REDE DE CONCESSIONÁRIAS E IMPORTADORES

Para a Volvo, o relacionamento dinâmico e transparente com sua rede de concessionárias, distribuidores e importadores é de vital importância. Afinal, como parceiros de negócios, eles atuam como embaixadores da sua marca e dos seus valores perante os clientes.

Dessa forma, a Volvo desenvolve ações contínuas e estruturadas visando proporcionar aos seus parceiros de negócios as mais modernas ferramentas técnicas e de gestão. Em 2006, a empresa deu continuidade ao Programa “Sou 100% Volvo”, uma iniciativa que visa aprimorar a qualidade, os processos e os serviços oferecidos pelas concessionárias de ônibus e caminhões. O programa já abrange 28 das 74 concessionárias no Brasil, além de uma unidade no Chile, e é composto de três etapas que propõem uma evolução gradual da concessionária rumo à excelência na gestão e no atendimento aos clientes.

Também foram oferecidos módulos de treinamentos comerciais e técnicos às concessionárias, além de *workshops* que trataram de temas para aprimorar a gestão, como finanças e recursos humanos, entre outros. Em parceria com suas concessionárias, a Volvo ampliou o seu atendimento aos transportadores com os

Viking Centers, espaços exclusivos para a comercialização de caminhões seminovos e usados, peças DEX, pneus e óleos Volvo.

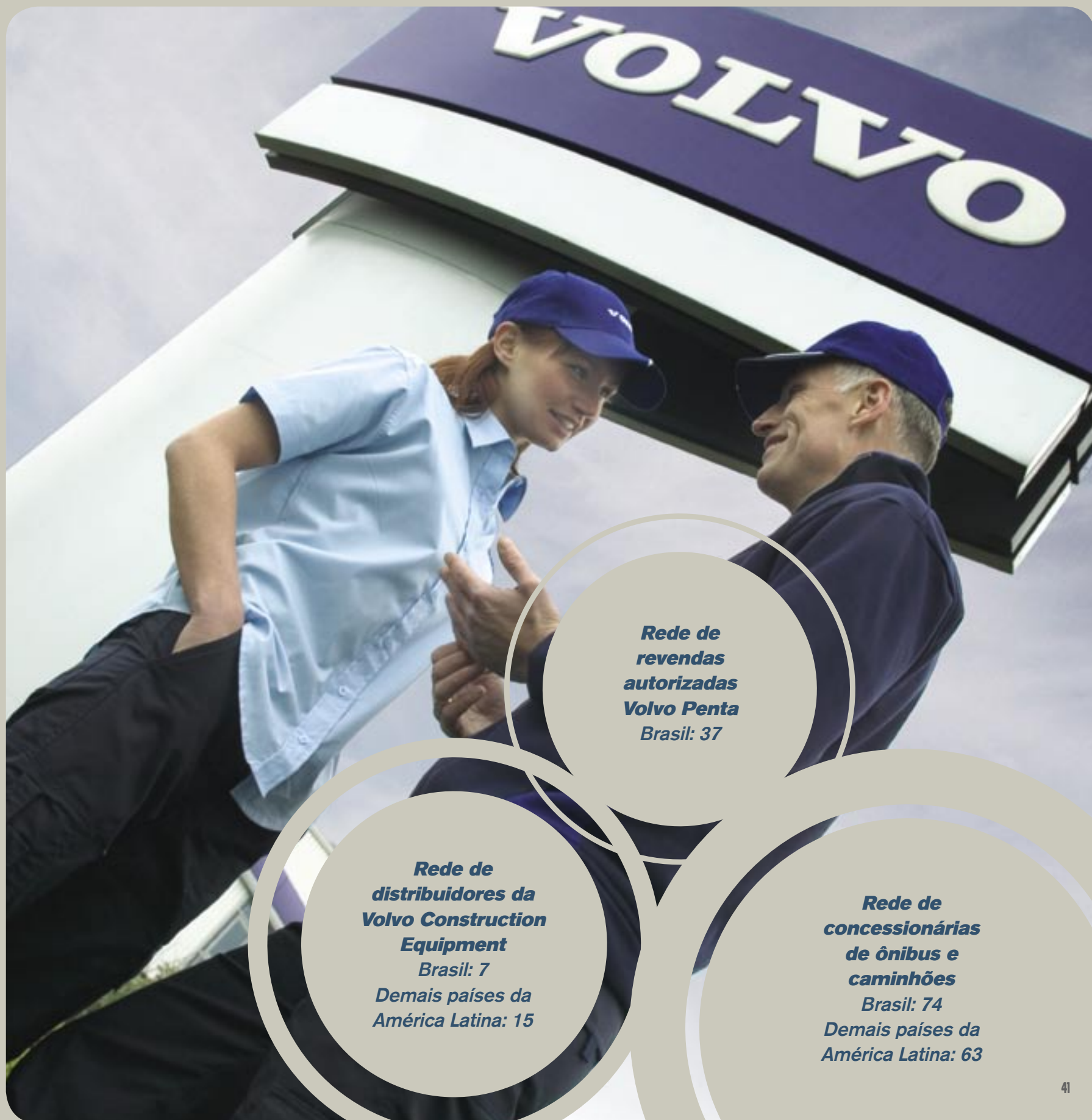
Na área de caminhões e ônibus, foram inauguradas mais quatro concessionárias nas cidades de Araçatuba (SP), Barreiras (BA), Marabá (PA) e Lages (SC), ampliando a capilaridade e a cobertura oferecida aos transportadores.

A fim de promover o alinhamento estratégico e tático com seus distribuidores, a *Volvo Construction Equipment* costuma realizar eventos como o *Brushup – Sales & Marketing* e a *Dealer Conference* para discutir estratégias de negócios anuais, além de estratégias de marketing, comunicação e desenvolvimento de produtos. Também são realizados anualmente os treinamentos técnicos da rede, através dos *Brushups* técnicos. Já o *Volvo Days*, evento anual de relacionamento, reúne distribuidores, clientes e prospects da Volvo CE para uma viagem à Suécia, terra natal da Volvo. Aliando cultura, lazer e negócios, esse evento, que serviu de modelo para a realização do *Customer Day* no Brasil, possibilita aos participantes conhecer cidades suecas e também as instalações de fábricas da Volvo CE, além do *Demo Center*, o principal centro

de atividades da empresa. Em 2006, o distribuidor da Volvo CE contou com amplo suporte em treinamento e também com novos sistemas de inventário e solicitação de peças nos depósitos Volvo, a fim de aprimorar e agilizar a prestação de serviços aos clientes.

A *Volvo Construction Equipment* ampliou sua presença no mercado uruguaio por meio de seu distribuidor Escandinávia del Plata. No México, o distribuidor Convento Dixel inaugurou novas instalações consideradas referência por sua estrutura e identificação visual. No Brasil, o distribuidor Tracbel, após assumir o mercado de São Paulo, inaugurou nova filial na cidade de Sumaré (SP).

Além de promover a atualização técnica dos seus revendedores, a Volvo Penta busca também aprimorar o desenvolvimento gerencial e administrativo da sua rede. Em parceria com os revendedores, são realizados também treinamentos para os clientes a fim de que eles possam utilizar todos os recursos de seus equipamentos e zelar pela sua adequada manutenção. A Volvo Penta possui ampla rede de vendas autorizadas nas principais cidades brasileiras.



**Rede de
revendas
autorizadas
Volvo Penta**
Brasil: 37

**Rede de
distribuidores da
Volvo Construction
Equipment**
Brasil: 7
Demais países da
América Latina: 15

**Rede de
concessionárias
de ônibus e
caminhões**
Brasil: 74
Demais países da
América Latina: 63





COMUNIDADE INTERNA

Energia, Paixão e Respeito pelas Pessoas. São esses os pilares da cultura corporativa do Grupo Volvo, sintetizados no "The Volvo Way" e que norteiam o relacionamento da empresa com seus 83.000 empregados nos 180 países onde atua.

Consciente de que uma organização é feita essencialmente por pessoas, a Volvo concentra esforços e investimentos para ter em seu quadro funcional indivíduos capacitados, motivados, comprometidos e valorizados. Nesse sentido, a Volvo conduz sua política de recursos humanos para garantir um ambiente que promova o tratamento justo, o respeito à diversidade, que estimule a comunicação e o envolvimento e, ao mesmo tempo, proporcione recompensa e reconhecimento por

realizações individuais ou em equipe.

No Brasil, a Volvo abriu novas frentes no relacionamento com seus empregados, adotando práticas de gestão de pessoas inovadoras, abrangentes e reconhecidas pelo mercado. Em 2006, a Volvo participou pela segunda vez da pesquisa realizada pelo Guia EXAME / VOCÊ S/A, que elege as melhores empresas para se trabalhar, e figurou novamente entre as 150 melhores, obtendo ótimas classificações no quesito saúde (1º lugar geral), no índice que mede a felicidade no trabalho (2º lugar geral) e se posicionando entre as cinco melhores empresas nos índices de qualidade no ambiente de trabalho e de qualidade na gestão de pessoas.



Diálogo e participação

A cultura corporativa da Volvo privilegia a descentralização, a gestão participativa e o diálogo aberto no ambiente de trabalho. Na linha de produção, a organização do trabalho é realizada por meio de equipes autogerenciáveis formadas por grupos de empregados que atuam, com mínima supervisão direta, comprometidos com o compartilhamento de responsabilidades e com a melhoria contínua dos seus processos de trabalho. As equipes são organizadas por atividades que compõem um mesmo processo. Elas têm responsabilidades por sua parte nesses processos e também têm autonomia para tomar algumas decisões sobre questões relativas a eles. O número de componentes das equipes varia conforme o porte e o nível de complexidade dos processos. Um empregado é escolhido para representar a equipe, como seu porta-voz, sem ocupar uma posição hierárquica. Semanalmente, os grupos de trabalho se reúnem para avaliar os objetivos alcançados e traçar novas metas. Em 2006, a Volvo tinha 94 equipes autogerenciáveis, formadas por cerca de 1.100 empregados.

O Sistema Industrial da Volvo do Brasil (SIV) tornou-se referência na eliminação do desperdício e na aplicação de conceitos de melhoria contínua para o mercado e para outras unidades do Grupo Volvo onde está sendo gradualmente implantado, a partir de 2007, com o nome de *Volvo Truck Production System* (VTPS).

Criado em 2004 para viabilizar o lançamento da linha de caminhões VM, o VTPS está baseado no conceito de Produção Enxuta e é composto por oito ferramentas: Casa Limpa

(5S), Programa de Melhorias (i9), Kaizen, Kanban, Poka-Yoke, MFV (Mapeamento de Fluxo de Valor), TP (Trabalho Padrão) e as Equipes Autogerenciáveis. Em 2006, a Volvo iniciou um intenso programa de treinamento para reforçar os conceitos do SIV, que foi estendido para todos os empregados da área operacional. Em 2007, a meta é intensificar a participação dos empregados das áreas administrativas. Além disso, o Programa de Sugestões de Melhorias do SIV (i9) registrou uma ótima receptividade interna, atingindo a marca de 1000 sugestões recebidas em 2006. Para estimular um ambiente de inovação e aprendizado contínuo, a empresa realiza mensalmente o “Dia da Melhoria”, em que as equipes são reunidas para apresentar novas idéias e analisar as iniciativas já implantadas.

Para estimular o diálogo aberto e transparente entre empresa e empregados, desde 1988 a Volvo conta com uma Comissão de Fábrica que atua como facilitadora nas negociações entre os empregados e a diretoria da empresa. Ela é formada por representantes de todas as áreas da Volvo, eleitos por períodos pré-estabelecidos. O coordenador da Comissão tem assegurado pela empresa seu expediente integral para exercer atividades de representação.

Por meio de um consistente processo de comunicação, a Volvo promove o envolvimento de todos nas decisões sobre os rumos a serem tomados pela organização. Mais do que informar, a comunicação interna estimula a reflexão e o entendimento das estratégias de negócio. Isso se traduz em comprometimento e pró-atividade, pois cada funcionário percebe

sua real capacidade de influenciar o destino da companhia.

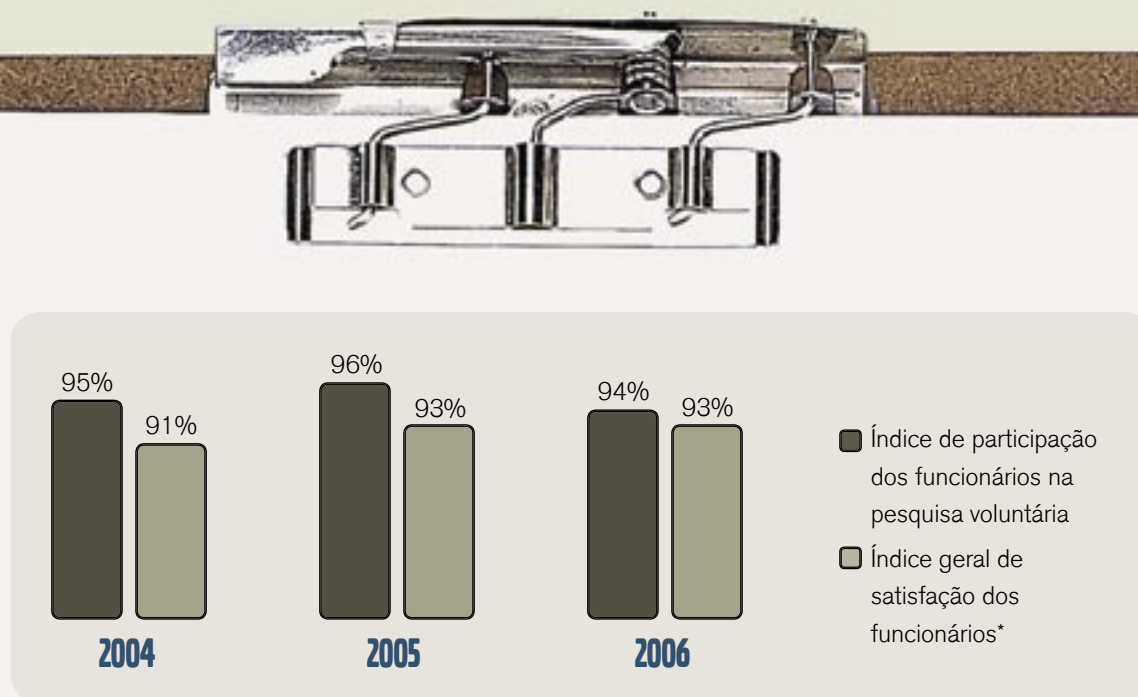
A revista impressa “O Viking”, de circulação mensal, traz informações sobre as notícias mais recentes da empresa, desafios, conquistas, além de vários outros assuntos. Os funcionários contam também com o “Viking Mural” para informações diárias e pontuais e com o informativo “Viking On-Line” que divulga de forma resumida as principais notícias da semana. O “Viking Família” atinge um público mais amplo, abordando temas sobre qualidade de vida para as famílias dos empregados, sendo enviado bimestralmente às suas residências. Para divulgar informações extraordinárias, foi criado “O Viking Especial”, um informativo distribuído nas portarias da empresa.

Outra forma eficaz de comunicação é a intranet onde o funcionário encontra informações corporativas e de caráter particular de cada área específica. Além disso, por esse canal, toda a equipe tem acesso aos programas “O Viking Repórter”, uma TV Corporativa que aborda, bimestralmente, temas estratégicos sobre os valores e negócios da marca Volvo. Os funcionários brasileiros também recebem as publicações internas do Grupo Volvo, editadas em português - as revistas: “Global” (distribuída a todos os empregados), “Globetrotter” (distribuída a equipe da área de caminhões), e “Volvo CE News” (distribuída a equipe da área de equipamentos de construção).

A *Volvo Construction Equipment* oferece ainda para seus funcionários o jornal-mural “Construtivo”, uma publicação mensal com notícias, informações e resumo dos principais acontecimentos na unidade de Pederneiras.

VOLVO GROUP ATTITUDE SURVEY

Mundialmente, por meio da Volvo Attitude Survey, a empresa adota a prática de ouvir sistematicamente os funcionários de todos os níveis hierárquicos, avaliar o clima organizacional e trabalhar as questões diagnosticadas, tendo como objetivo o melhoramento contínuo da gestão de pessoas. Os resultados da pesquisa abrem uma intensa pauta de discussões.



* O índice geral de satisfação dos funcionários é obtido por meio da avaliação de 11 itens, entre eles: respeito, cooperação, fluxo de informações, desenvolvimento pessoal, liderança e ambiente de trabalho.

PONTOS FORTES

- Respeito
- Motivação
- Influência
- Compreensão geral
- Orgulho

OPORTUNIDADES DE MELHORIAS

- Cooperação interdepartamental
- Planejamento/acompanhamento
- Facilidade de implementação
- Desenvolvimento pessoal

Em 2006, a partir dos resultados da pesquisa, foram realizados 183 workshops com os empregados, totalizando 732 horas de atividade a fim de priorizar melhorias e definir planos de ação para a manutenção de pontos fortes.

Comitê de Ética

Em 2006, a Volvo do Brasil criou o Comitê de Ética, um canal que pode ser utilizado por todos os empregados que queiram registrar reclamações, denúncias, dúvidas ou sugestões relacionadas à ética dentro da companhia. O Comitê está formado por um grupo de cinco pessoas, representando a presidência e as áreas de recursos humanos, jurídico, auditoria interna e comissão de fábrica.

A criação do Comitê surgiu com o intuito de atender a uma das exigências da Lei Sarbanes Oxley (SOX), voltadas para as companhias de capital aberto com ações negociadas na Bolsa de Valores de Nova Iorque, como o

Grupo Volvo. Cada unidade do Grupo Volvo definiu a melhor maneira para atender à necessidade de criação de um canal formal para os funcionários registrarem denúncias de transgressões à ética, com seu anonimato garantido dentro dos limites da lei.

Os empregados da Volvo do Brasil podem contatar o Comitê de Ética por meio de um formulário específico encontrando no Espaço Cultural, tendo a garantia da sua identidade preservada. Para 2007, a empresa prevê a criação de uma linha telefônica exclusiva para o acesso ao Comitê.



RESPEITO AO INDIVÍDUO

Dentro de sua esfera de influência, o Grupo Volvo suporta e respeita a Proclamação Internacional de Proteção dos Direitos Humanos, assegurando, assim, não ser

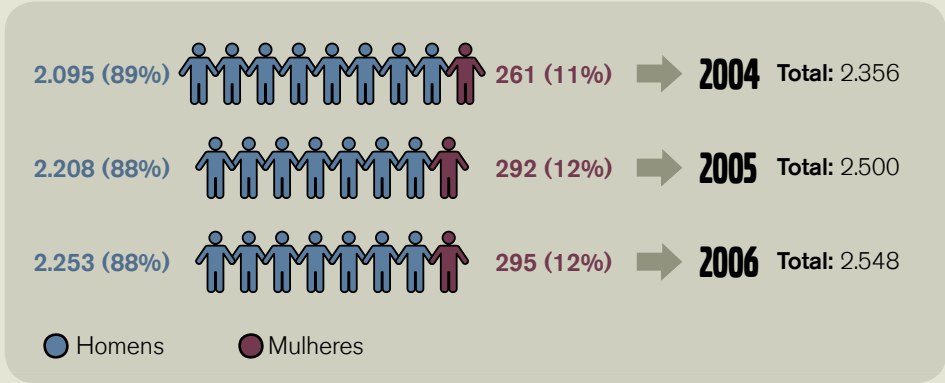
cúmplice em caso de abusos de direitos humanos. O Grupo Volvo emprega e trata seus empregados de maneira não-discriminatória no que diz respeito a gênero,

raça, religião, idade, deficiências, orientação sexual, nacionalidade, opinião política, afiliação sindical, social ou étnica.

PERFIL DOS EMPREGADOS DA VOLVO NO BRASIL

Os dados a seguir incluem as empresas Volvo do Brasil e Volvo Serviços Financeiros.

FUNCIONÁRIOS



Mulheres e homens negros (pretos e pardos)

29 (2004) 30 (2005) 35 (2006)

Portadores de necessidades especiais

28 (2004) 56 (2005) 56 (2006)

Pessoas acima de 50 anos

131 (2004) 159 (2005) 169 (2006)

ESCOLARIDADE	2004	2005	2006
Ensino fundamental incompleto	52	59	66
Ensino fundamental	78	79	82
Ensino médio incompleto	182	222	208
Ensino médio	940	1058	1095
Ensino superior incompleto	250	233	244
Ensino superior	516	525	539
Pós-graduação, mestrado ou doutorado	338	324	314

FAIXA ETÁRIA	2004	2005	2006
18 a 25 anos	318	382	277
25 a 30 anos	466	493	504
30 a 40 anos	939	940	1012
40 a 50 anos	502	526	573
50 a 60 anos	121	147	169
Acima de 60 anos	10	12	13

Promovendo a diversidade no ambiente de trabalho

O Grupo Volvo reconhece a importância da diversidade como um fator essencial para criar um ambiente inclusivo e de respeito aos indivíduos e que pode também contribuir para aprimorar a inovação, a competitividade internacional e a lucratividade da organização. O valor “respeito pelas pessoas” é um dos pilares do **The Volvo Way**, a filosofia empresarial da organização.

Dessa forma, foram estabelecidas políticas e estratégias para formar um quadro de empregados com indivíduos de diferentes idades, gênero, formações acadêmicas, etnias, culturas, nacionalidades e naturalidades, além de promover a inclusão de pessoas com deficiência. No Brasil, a Volvo busca aumentar o número de mulheres no seu quadro funcional, além de proporcionar oportunidades de carreira para pessoas com deficiência e menores aprendizes. Em relação às mulheres, a empresa está trabalhando em conjunto com as empresas terceirizadas de recrutamento e seleção para que, sempre que possível,

participem dos processos seletivos. Além disso, procura-se incentivar a representação feminina nos comitês seletivos.

A inclusão de profissionais com deficiência tem sido realizada de forma mais intensiva nos últimos dois anos por meio de parcerias com entidades como SENAI e UNILEHU (Universidade Livre para a Eficiência Humana). Além de investir na qualificação profissional, a Volvo preocupa-se em adaptar o ambiente e os processos internos, bem como sensibilizar os funcionários para promover a inclusão eficaz dos portadores de necessidades especiais.

A Volvo participa dos esforços de formação de jovens talentos por meio do Programa de Estágio, realizado em parceria com universidades, e Menor Aprendiz, em cooperação com instituições sociais como a guarda mirim de Curitiba, o SENAI do Paraná e o SENAI de Bauru (SP). Em 2006, a empresa ampliou as vagas para menores aprendizes, passando a incluir jovens estudantes da escola José Fressato,

localizada no entorno da fábrica de Curitiba (PR). A Volvo não tolera nenhuma forma de trabalho forçado, compulsório ou que desrespeite os direitos das crianças. A idade mínima de emprego é a idade da conclusão escolar em nível obrigatório ou conforme a legislação vigente.

Os estagiários e aprendizes recebem, além da bolsa-auxílio, um amplo pacote de benefícios incluindo assistência médica, odontológica, transporte, seguro de vida, auxílio-farmácia, auxílio-lentes e armações de óculos, cesta de Natal e acesso à Associação Viking.

	2004	2005	2006
Estagiários	130	105	106
Menores aprendizes	58	48	58



POLÍTICA DE REMUNERAÇÃO E CARREIRA

A Volvo acredita que uma política salarial consistente estimula e reconhece os esforços pessoais e incentiva a melhoria contínua. Desde 1999, a empresa adota o Modelo de Gestão por Competências como base do desenvolvimento de seus empregados no tocante à evolução de carreira, salários, treinamento, entre outros.

Em 2005, o Modelo foi revisado a fim de reforçar o conceito de conhecimento alinhado aos objetivos da organização. Dessa forma, o enfoque da carreira saiu do cargo para uma visão mais abrangente, focando as oportunidades gerais de desenvolvimento dentro da empresa. As lideranças também passaram a contar com uma ferramenta estruturada para a avaliação de suas equipes, realizando um diagnóstico mais preciso, incluindo oportunidades de melhoria, desenvolvimento e planejamento de carreira, entre outras. A Volvo apresenta aos seus empregados os referenciais de todos os cargos existentes a fim de que eles possam planejar e realizar ações voltadas para o seu autodesenvolvimento.

Anualmente, a Volvo compartilha o Plano de Negócios com todos os funcionários, consolidando objetivos anuais e estabelecendo conjuntamente diretrizes e metas estratégicas para o próximo exercício fiscal. Esse documento norteia também o Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PL&R), que inclui desafios globais, de processos e de equipes e indivíduos, estabelecendo regras claras de remuneração e incentivo. A Volvo do Brasil foi uma das empresas pioneiras no Paraná a oferecer aos seus empregados uma política de participação nos resultados, em 1984, antes mesmo da aprovação da legislação específica ao tema. Todos os empregados têm acesso ao PL&R, com exceção da equipe de vendas, que também possui uma remuneração variável diferenciada, baseada em parâmetros específicos.

Em 2006, a Volvo concluiu um importante trabalho de revisão de níveis de cargos da organização. A empresa oferece um dos salários mais agressivos do segmento automotivo paranaense, posicionando-se em uma faixa 20% superior às demais indústrias.

REFERÊNCIAS DE REMUNERAÇÃO



Média salarial da Volvo do Brasil

GERAÇÃO DE EMPREGO*

	2004	2005	2006
Admissões	521	426	284
Demissões	211	176	214
Turnover (%)	6,33	9,50	7,78
Tempo médio de casa** (anos)	6,80	6,87	5,12

** Estes dados excluem a Volvo Penta

* Incluindo estagiários e menores aprendizes

PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS E RESULTADOS - PLR

2004: 2,49 salários + R\$ 1.488,75 parcela fixa | **2005:** 1,7 salários + R\$ 1.900,00 | **2006:** 1,7 salários + R\$ 2.000,00

Valor médio para cada empregado

Política de recolocação de profissionais

A Volvo apresenta um baixo índice de *turnover*, comparativamente às demais empresas do setor automotivo que atuam na região de Curitiba (PR), e possui uma política de recolocação de profissionais que privilegia o respeito e a dignidade, buscando apoiar os profissionais na busca de novas oportunidades internas ou externas.





Plano de benefícios Volvo

Para atrair e reter talentos, além do plano de desenvolvimento pessoal e remuneração, a Volvo oferece a todos os seus empregados benefícios que superam a obrigatoriedade legal, alinhados com as melhores práticas de mercado nas áreas de saúde, educação, alimentação e social.

1 SAÚDE

Consciente da importância de investir na saúde dos seus empregados, ampliando os benefícios para seus dependentes diretos, a Volvo oferece um amplo programa de benefícios que inclui iniciativas que vão desde os serviços essenciais de assistência médica e odontológica aos benefícios especiais de auxílio-farmácia, armações para óculos, lentes e vacinas.

INVESTIMENTOS EM SAÚDE

2004: R\$ 7.527.040,00 | **2005:** R\$ 9.945.352,85 | **2006:** R\$ 8.912.516,00

ASSISTÊNCIA MÉDICA

Um completo e abrangente plano de assistência médica incluindo as seguintes modalidades:

- Serviços de assistência médica e ambulatorial
- Serviços de diagnose e terapia
- Serviços de assistência hospitalar

A empresa possui um ambulatório com uma equipe médica à disposição dos funcionários, que podem fazer desde uma simples medição de pressão arterial até receber o atendimento emergencial em casos mais graves. Em 2006, foi contratado um serviço de eletrocardiografia à distância (telemedicina) que possibilita que os dados de um exame realizado na própria empresa sejam transmitidos e avaliados por um cardiologista em um prazo de minutos. Todos os funcionários passam por um check-up anual.

ASSISTÊNCIA ODONTOLÓGICA

O plano conta com uma rede de profissionais qualificada para realizar diversos tipos de tratamento, desde os preventivos até procedimentos de próteses, ortodontia e implantes. É extensivo aos dependentes diretos dos funcionários.

Os custos do tratamento odontológico são partilhados entre a empresa e o funcionário por meio da co-participação, apenas quando algum serviço do plano for utilizado. O plano subsidia 80% do valor das consultas e procedimentos clínicos e 60% das próteses e tratamentos ortodônticos.

AUXÍLIO-FARMÁCIA

Atuando de forma complementar ao plano de assistência médica, esse benefício reembolsa 70% do valor dos medicamentos prescritos por receita médica aos empregados e seus dependentes diretos.

Além disso, a Volvo mantém um posto para atendimento dentro das suas dependências, com preços mais atrativos do que o mercado.

AUXÍLIO-LENTE E ARMAÇÕES PARA ÓCULOS

A Volvo reembolsa até 70% do valor de compra para a aquisição de óculos (lentes e armação) e lentes de contato com grau, limitado ao teto de R\$ 200,00 por usuário (12 meses). O benefício se estende aos empregados e dependentes. Outro benefício é a cirurgia para a correção a laser de miopia, astigmatismo e hipermetropia para beneficiários maiores de 21 anos, com grau igual ou superior a 4.

VACINAS

Além do programa de vacinação recomendado pela legislação brasileira, a Volvo oferece aos seus funcionários e dependentes vacinas para a prevenção de gripe.

2

TREINAMENTO, EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

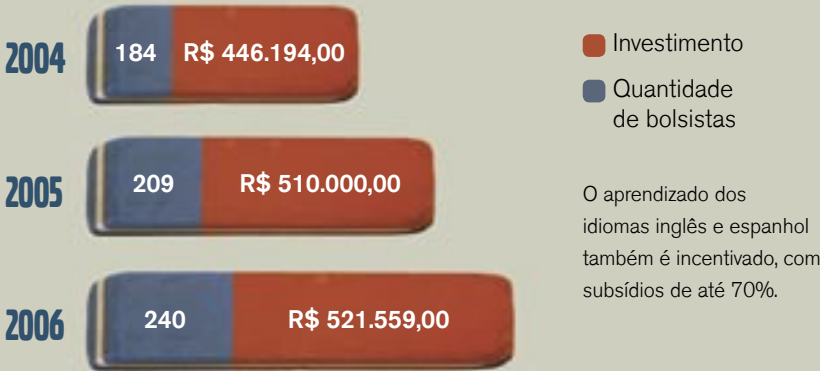
O Programa de Educação Corporativa tem como objetivo incentivar o desenvolvimento profissional e pessoal do funcionário, estimulando a educação formal e ofertando cursos e programas próprios para desenvolver as competências de seus colaboradores. Em 2006, a Volvo investiu mais de R\$ 2 milhões no seu plano de Treinamento, Educação e Desenvolvimento, que envolve tanto a formação acadêmica, quanto a formação técnica, específica para o exercício de determinadas funções. Em média, cada empregado recebeu mais de 100 horas de treinamento e educação.

DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL, TREINAMENTO E EDUCAÇÃO

	2004	2005	2006
Horas de treinamento por funcionário/ano	99	101	108
Investimento em treinamento, educação e desenvolvimento	R\$ 1.844.095	R\$ 2.121.309	R\$ 2.118.935
Sendo técnico-administrativo, técnico auto-instrucional, desenvolvimento de lideranças, programa educação, programa de idiomas			

BOLSAS EDUCACIONAIS

A empresa oferece, por meio do Programa de Educação Volvo (PEV), subsídios de 50% no ensino fundamental, médio, pós-médio, graduação, superior e pós-graduação (especialização, MBA, mestrado e doutorado). A Volvo incentiva a formação diferenciada e o pensamento crítico de seus empregados, oferecendo bolsas específicas para o estudo de filosofia, metafísica e literatura clássica.



DESENVOLVIMENTO DE LIDERANÇAS

Para a Volvo, o processo de liderança acontece por meio do binômio reflexão / ação . Dessa forma, considera fundamental investir na formação contínua de seus líderes atuais e futuros. Nesse sentido, a organização desenvolve vários programas tanto com foco multidisciplinar e abrangente como com foco específico e customizado.

PROGRAMA VOLVO DE DESENVOLVIMENTO DE LIDERANÇAS (PVDL)

De acordo com a necessidade de cada executivo, oferece soluções sistematizadas e integradas voltadas ao seu desenvolvimento profissional e pessoal em quatro áreas essenciais: gestão de pessoas, gestão empresarial, gestão do negócio Volvo e gestão pessoal.

PROGRAMA DE EFICIÊNCIA PESSOAL (PEP)

Oferece um treinamento individualizado, no qual o líder é acompanhando por um consultor (*coach*) que observa a sua rotina e o orienta no sentido de aprimorar a sua performance em quesitos como gerenciamento de tempo e informática, entre outros.

COACHING EM INFORMÁTICA

O líder tem aulas particulares de informática, no local e horário de sua conveniência, com foco em suas necessidades e também no processo de gestão.

COACHING EXECUTIVE

Apoio especializado e customizado para as lideranças, visando a melhoria do processo de gestão de pessoas e equipes.

PALESTRAS COM PERSONALIDADES NACIONAIS EM GESTÃO

Parcerias com as principais instituições de ensino do país viabilizaram palestras com doutores e mestres nas dependências da empresa, tais como: Gustavo Loyola, Sigmar Malvezzi, Renato Follador, Rubem Alves, Ricardo Barbosa, Regina Michelon, Robson Gonçalves, Wander Mendes e Mário Cortela.

MBA VOLVO EM LIDERANÇA E GESTÃO DE PESSOAS

Desenvolvido em parceria com o UnicenP (Universidade do Grupo Positivo), universidade sediada em Curitiba, este programa tem a duração de um ano e contempla disciplinas como comportamento organizacional, empreendedorismo, liderança, gestão por competências, gestão de carreira, tendências de remuneração, responsabilidade social, legislação, comunicação corporativa, entre várias outras. A Volvo oferece subsídios para a participação de seus funcionários e abre uma parte das vagas à comunidade.

3

ALIMENTAÇÃO

A Volvo concentra esforços para garantir uma alimentação de qualidade, com cardápios atrativos e balanceados para todos os seus empregados. Nas unidades de Curitiba (PR) e Pederneiras (SP), são mantidos restaurantes terceirizados que fornecem milhares de refeições diárias. No final de cada ano, os empregados também recebem cestas de Natal.

Os empregados da unidade de Curitiba (PR) recebem ainda vale-alimentação mensalmente, conforme acordo coletivo de trabalho e limitado a determinadas faixas salariais.

INVESTIMENTOS EM ALIMENTAÇÃO

2004: R\$ 3.130.205,00

2005: R\$ 3.548.402,00

2006: R\$ 4.915.705,00

4

SOCIAL

Na área social, as principais iniciativas da Volvo envolvem a Associação Viking e os benefícios de auxílio-creche, transporte, seguro de vida, Programa de Preparação para a Aposentadoria e o Plano de Previdência Privada Complementar Vikingprev.

INVESTIMENTOS NA ÁREA SOCIAL (*)

2004: R\$ 8.164.465,00 | **2005:** R\$ 9.545.519,00 | **2006:** R\$10.811.535,00

(*) com inclusão da Vikingprev

AUXÍLIO-CRECHE

A partir do retorno da licença-maternidade, as funcionárias têm direito a esse benefício até que seus filhos atinjam a idade de 6 anos e 11 meses.

AUXÍLIO-ESCOLA ESPECIAL

A Volvo oferece esse benefício para os funcionários que tenham filhos menores de 18 anos com algum tipo de necessidade especial (física, auditiva, visual e/ou mental) e que estejam matriculados em escolas especiais.

SEGURO DE VIDA

Todos os funcionários da Volvo contam com um pacote de seguro de vida completo, incluindo coberturas para o caso de morte natural, acidental ou invalidez.

AUXÍLIO-FUNERAL

O serviço de Auxílio Funeral garante a cobertura de despesas envolvendo sepultamentos, encaminhando todos os trâmites legais e administrativos.

TRANSPORTE

A Volvo oferece diariamente mais de 27 linhas de ônibus próprias que, em 2006, atenderam à demanda de cerca de 1.100 funcionários de Curitiba e Região Metropolitana, além de vans no caso de horários e turnos diferenciados.

FACILIDADES AOS FUNCIONÁRIOS

Na planta de Curitiba, a empresa tem várias facilidades que tornam mais prático o dia-a-dia dos funcionários: agência de viagens particulares, assessoria jurídica, espaço cultural, biblioteca, cafeteria, postos bancários, convênios com escolas de idiomas e universidades.

Plano de Previdência Privada e Programa de Preparação para a Aposentadoria

A Volvo preocupa-se em promover a qualidade de vida do empregado após sua aposentadoria, colaborando com a estabilidade econômica e social em reconhecimento à sua dedicação à empresa. Pensando no futuro dos funcionários, a Volvo criou, em 1994, o **Vikingprev**, um plano de previdência privada complementar fechado, totalmente custeado pela empresa, que amplia os benefícios de aposentadoria

e pensão pagos pela previdência oficial. Mesmo sendo desligado da empresa antes da aposentadoria, o participante do Plano Vikingprev poderá ainda continuar ligado ao plano como participante externo, exercendo o direito ao autopatrocínio. Para garantir esse benefício, a Volvo investe anualmente mais de 4 milhões de reais no Vikingprev.

O Programa de Preparação para a

Aposentadoria - "**De Olho No Futuro**", que teve seu início em 2003, prepara os empregados para que tenham qualidade de vida em sua aposentadoria. A adesão ao programa é voluntária e os cônjuges também são estimulados a participar. A iniciativa está estruturada em cinco pilares, de forma a abranger as principais demandas e dúvidas envolvendo a aposentadoria:

1. Aconselhamento psicológico:

o funcionário conta com o apoio de uma psicóloga em sessões individuais onde são avaliados seus valores pessoais, escolhas, atitudes, desejos futuros, perdas, fantasias e a realidade.

2. Consultoria

***financeira:** planejadores financeiros orientam o participante de forma individualizada, analisando sua situação atual e projetos futuros.*

3. Planejamento sucessório:

este aspecto envolve a sucessão no ambiente de trabalho. O participante é estimulado a indicar seu sucessor e a contribuir com o seu desenvolvimento.

4. Orientações médicas:

o participante e seu cônjuge passam por um amplo check-up clínico e também recebem orientações nutricionais e sobre atividades físicas. O trabalho é desenvolvido de forma a identificar e prevenir possíveis riscos para a saúde dos envolvidos, bem como estimular a adoção de uma vida mais saudável.

5. Consultoria previdenciária:

neste módulo, o participante recebe orientações sobre o processo formal de aposentadoria do INSS e o seu plano de previdência privada.

Programa Volvo de Qualidade de Vida

Para a Volvo, incentivar e fomentar a qualidade de vida entre seus funcionários não só garante um ambiente de trabalho equilibrado e saudável, como também otimiza os índices de satisfação e a produtividade. Uma vez que a qualidade de vida resulta do equilíbrio entre todos os papéis exercidos pelo indivíduo em sua rotina profissional, familiar e social, as iniciativas do **Programa Volvo de Qualidade de Vida** são estendidas para além dos locais e horários de trabalho.

Uma das principais iniciativas do Programa Volvo de Qualidade de Vida é o projeto **Viva Sem Riscos**, voltado a ações educativas e preventivas na área de saúde. A iniciativa já abordou temas como tabagismo, diabetes, hipertensão e colesterol. Em 2006, o programa atuou em duas grandes frentes: orientando os funcionários sobre a importância de se manter ativo física e emocionalmente abrangendo, inclusive, atividades como ioga e massagens (Semana do Bem-estar) e a Campanha Peso Saudável,

de cunho educativo, difundindo a importância desse fator e como atingi-lo. A Volvo também promoveu palestra interativa sobre saúde mental aberta a todos os funcionários.

Para os funcionários que enfrentam problemas nas áreas de tabagismo, dependência química ou obesidade, a Volvo oferece programas estruturados e individualizados, com acompanhamento clínico multidisciplinar.

- **Programa de controle do tabagismo:** elaborado de acordo com a metodologia do Instituto Nacional de Câncer (Inca), vinculado ao Ministério da Saúde. Encontros semanais dão suporte aos participantes, incluindo o acompanhamento da abstinência em relação à nicotina.
- **Programa para tratamento de dependência química:** profissionais capacitados atendem os funcionários em situação de risco, que são encaminhados para clínicas especializadas. A empresa acompanha o tratamento, coberto integralmente pelo seguro-saúde, além de assegurar que o funcionário tenha um retorno adequado ao ambiente de trabalho.
- **Programa de reeducação alimentar:** além de palestras e orientações contínuas sobre os benefícios do peso saudável, os funcionários contam com uma nutricionista para um atendimento personalizado, incluindo a prescrição e acompanhamento da dieta mais adequada às características e estilo de vida de cada indivíduo.

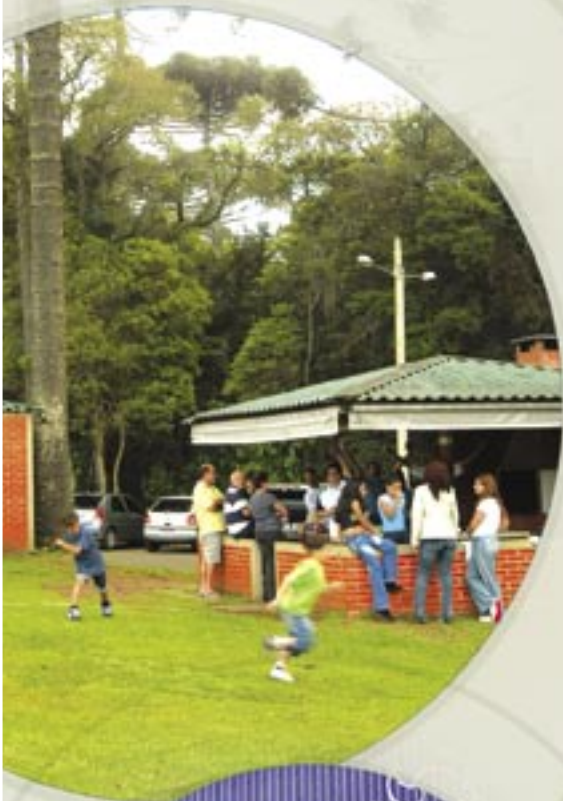


Associação Viking: espaço aberto para o lazer, cultura, esporte e qualidade de vida.

A **Associação Viking** é um importante alicerce do Programa Volvo de Qualidade de Vida. Fundada em 1980, é mantida quase que integralmente pela Volvo, com uma pequena contribuição dos funcionários. Em 2006, o investimento da Volvo na Associação foi de R\$ 1.269.199,00. O número de visitantes ultrapassou 55.000 pessoas, que contaram com uma ampla programação de atividades.

- *Atividades culturais:* atividades recreativas na Casa Cultural (pintura, colagens, gravuras), colônia de férias, grupo escoteiro, festa julina, grupo teatral.
- *Atividades esportivas:* serviços de avaliação física, academia de ginástica e musculação, aulas de alongamento e condicionamento físico, escolinha de futsal, participação nos Jogos do Sesi, organização de torneios de truco, tênis de mesa, tênis de campo e bola oito, promoção de campeonatos de futebol de campo, futsal, vôlei e futvôlei, basquete, futebol sete e aulas de capoeira.
- *Atividades sociais:* organização de excursões turísticas, festa da criança, noites dançantes, bailes temáticos, aulas de violão, entre outras.

Em Pederneiras, os funcionários da Volvo também contam com uma associação que oferece facilidades e recursos como salão de festas, churrasqueiras e quiosques, piscinas, três campos de futebol, quadra poliesportiva, mesas de pebolin, tênis de mesa e parque infantil. Além disso, a associação oferece facilidades como convênio com academia de ginástica, lavacar e posto de gasolina. Em 2006, foram realizadas várias atividades esportivas e de lazer como campeonato de futebol, torneios de sinuca e truco, comemorações relativas ao Dia do Trabalho, festa julina, além de confraternizações internas.



Programa Volvo de Segurança no Trabalho

Em 2006, a Volvo deu prosseguimento às iniciativas voltadas a gerenciar de forma integrada todos os aspectos relacionados à segurança do trabalho. Nesse sentido, a empresa iniciou um projeto piloto para a implantação da OHSAS 18001 na sua fábrica de motores em Curitiba (PR). A OHSAS (*Occupational Health and Safety Assessment Series*) é uma metodologia reconhecida internacionalmente, que permite o aprimoramento o sistema de gestão de segurança e saúde ocupacional, tangibilizando a preocupação da empresa com a integridade física de seus colaboradores e parceiros.

Ações do Programa Volvo de Segurança no Trabalho realizadas em 2006.

- *Programa de prevenção a riscos ambientais*
- *Programa de proteção respiratória*
- *Programa de prevenção a incêndio*
- *Programa de gerenciamento de perigos e riscos*
- *Programa de gerenciamento ergonômico*
- *Programa de produtos químicos*
- *Programa de integração de segurança para novos funcionários*
- *Programa de recepção e orientação a terceiros e contratados*
- *Programa de treinamento fabril diálogos de segurança*
- *Programa de palestras para funcionários de empresas contratadas/terceirizadas.*



EMPREGADOS TREINADOS

	2004	2005	2006
Curitiba - PR	4.777	6.636	6.962
Pederneiras - SP	1.084	1.204	2.781
Total	5.861	7.840	9.743



Atividades internas envolvendo segurança no trânsito

As iniciativas do **Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST)**, com o objetivo de envolver, conscientizar e mobilizar os indivíduos para um trânsito mais seguro e humano, também costumam ser direcionadas aos empregados da empresa. Envolve desde atividades pontuais, em datas específicas, como a Semana Nacional

do Trânsito, até propostas que atingem a família por meio de eventos ou informativos divulgados pela organização. Em 2006, foram realizadas várias iniciativas visando o maior comprometimento de todos com a segurança, como a apresentação de filmes educativos e a apresentação do kit “Sempre à Frente em Segurança” para todos os

empregados, contendo cabine de simulação de capotamentos para demonstrar a importância e eficácia do uso do cinto de segurança nos bancos dianteiros e traseiros. Uma balança que mostra o peso de uma pessoa em eventual colisão sem o uso do cinto também foi utilizada nesta atividade interna.

Curso Comportamental para Motociclistas Volvo

Em Curitiba, assim como nas principais cidades brasileiras, é cada vez maior o número de pessoas que utilizam as motos como meio de transporte no dia-a-dia. Com o maior número de motociclistas, aumenta também o número de acidentes com esse tipo de veículo. Ao detectar que um número significativo de funcionários da unidade de Curitiba utilizava motocicletas diariamente para vir trabalhar, área de Segurança do Trabalho, em parceria com o Programa

Volvo de Segurança no Trânsito, realizou em 2006 um Curso Comportamental para Motociclistas, destinado a empregados e prestadores de serviços (terceirizados). Foram realizados quatro encontros, com duas horas cada, ministrados por uma profissional especializada, com o objetivo de orientar, conscientizar e mobilizar os motociclistas para um comportamento mais seguro no trânsito.







COMUNIDADE EXTERNA

Como uma das organizações líderes no setor de transporte mundial, o Grupo Volvo atua de maneira alinhada com os princípios da responsabilidade social corporativa e da sustentabilidade em todos os países em que se faz presente. Para a empresa, praticar responsabilidade social significa gerenciar seus negócios buscando perenidade e sucesso financeiro a longo prazo, colaborando para o desenvolvimento

social e econômico das comunidades onde atua e para a conservação do meio ambiente.

Consciente de que as práticas de responsabilidade social iniciam-se nas comunidades onde está presente, a Volvo estimula seus funcionários a se envolverem em projetos comunitários e apóia projetos que estejam em sintonia com os valores essenciais da marca:

qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente.

No Brasil, as ações de cidadania corporativa estão consolidadas no **Programa Volvo Cidadania**, que incorpora um amplo leque de iniciativas educacionais, culturais, sociais e ambientais destinadas tanto aos funcionários da empresa como aos clientes, parceiros de negócios e à comunidade em geral.

Programa Volvo de Segurança no Trânsito

No Brasil, os acidentes de trânsito matam mais de 35.000 pessoas por ano, ferem cerca de 500.000 e geram prejuízos na ordem de R\$ 22 bilhões, segundo dados do IPEA (Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas). O Grupo Volvo, que tem a segurança como um dos seus valores corporativos, sabe que além de se preocupar em desenvolver veículos cada vez mais seguros é necessário exercer seu papel de empresa cidadã, ampliando esforços em torno da conscientização e mobilização social

para a criação de uma cultura de trânsito no Brasil. Dessa forma, desde 1987 a empresa mantém a maior e mais duradoura campanha de mobilização da sociedade em busca de um trânsito mais seguro: o **Programa Volvo de Segurança no Trânsito**.

O Programa mantém na internet um portal de informações a respeito de assuntos e temas relacionados à segurança de trânsito para a interação com públicos de relacionamento e internautas (www.volvo.com.br/pvst).

INVESTIMENTOS

2004: R\$ 330.000,00

2005: R\$ 360.000,00

2006: R\$ 380.000,00



O programa é composto por
quatro iniciativas:

- *Prêmio Volvo de
Segurança no Trânsito*
- *Fórum Volvo de
Segurança no Trânsito*
- *Transitando*
- *Debates Técnicos de
Segurança no Trânsito*

PRÊMIO VOLVO DE SEGURANÇA NO TRÂNSITO

Mais que um concurso, o Prêmio Volvo é o reconhecimento de iniciativas, programas, projetos, idéias e sugestões em prol de um trânsito mais seguro. Os trabalhos podem ser inscritos em seis categorias: cidade, empresa, estudante universitário, imprensa, motorista profissional e geral.

A comissão julgadora é formada por cinco personalidades de reconhecida reputação nacional em suas áreas de atuação. Os vencedores nacionais recebem o Troféu Volvo de Segurança no Trânsito e uma viagem à Suécia, com todas as despesas pagas, para conhecer um dos sistemas de trânsito mais seguros do mundo, bem como as unidades do Grupo Volvo.

Em 2006, na 16ª edição do prêmio, foram recebidos 215 trabalhos, provenientes de 92 municípios e 15 estados brasileiros.

Vencedores nacionais do Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito 2006

Categoria estudante universitário

Reverson Geraldo dos Anjos Fernandes. Kit de segurança para motocicletas 125 cilindradas.

Motociclista há mais de 10 anos, o estudante Reverson Geraldo dos Anjos Fernandes passou por diversas situações de risco. Pesquisando dados relativos a acidentes com motocicletas, encontrou estatísticas que considerou surpreendentes: segundo informações do Corpo de Bombeiros de São Paulo, no ano 2000, de todo atendimento prestado pela Seção de Resgates em todo estado, 11,44% foram ocorrências envolvendo motocicletas e seus condutores.

Esse cenário motivou Reverson a desenvolver como projeto de graduação um “kit de segurança” para usuários de motocicletas de 125 cilindradas, as mais comumente utilizadas pelos motoboys. O kit tem a finalidade de minimizar os danos causados por pequenos choques e quedas, protegendo o usuário contra lançamentos em caso de impactos frontais. Composto por uma estrutura metálica acoplada à moto, utiliza um cinto de segurança e um encosto para a cabeça em caso de impactos por trás. O equipamento possui ainda proteção lateral na altura dos ombros e cintura, além de estrutura individual para proteção dos joelhos.



Categoria cidade

Programa de Segurança do Trânsito de Salvador-BA. SET – Superintendência Engenharia de Tráfego.

A cidade de Salvador, terceira maior metrópole brasileira, é um dos principais destinos turísticos brasileiros. Embora tenha um reduzido número de veículos por habitante - 1 veículo para cada 5 habitantes - o grande número de deslocamentos a pé e de usuários do transporte público tornam necessárias ações do poder público relativas à segurança do trânsito. Outro fato que chama a atenção é o significativo consumo de álcool na cidade (77% das vítimas de acidentes de trânsito são motoristas ou pedestres que apresentam algum nível de alcoolemia no sangue).

Diante deste cenário, em 2001, foi criada em Salvador a Superintendência de Engenharia de Tráfego (SET). Desde então, o órgão esforça-se para diminuir os índices de acidentes de trânsito, criando e planejando programas de planejamento urbano, sinalização e controle de tráfego, além de atividades educativas.

A valorização do transporte coletivo, com a implantação de faixas exclusivas para ônibus e plataformas elevadas, a implantação de ciclovias, programas de educação

de trânsito para motoristas e motociclistas ministrados por professores das redes de ensino pública, privada e de ONGs, estão entre atividades realizadas com sucesso. Dentre os programas do SET, destacam-se o “Condutor Cidadão”, destinado a motoristas que já se envolveram em acidentes de trânsito, e o “Cidadão no Trânsito”, que forma professores da rede pública de ensino, por meio de aulas e seminários, incentivando-os a disseminar os conteúdos aos seus alunos. Vários foram os resultados alcançados pelo trabalho da SET na cidade de Salvador em 2005, como a redução do índice geral de acidentes de trânsito e do número de mortes envolvidas. Além disso, houve a redução de acidentes envolvendo ônibus do sistema de transporte coletivo (47%) e ciclistas (63%). Em relação à frota de veículos da cidade (na razão de um morto para cada 10 mil veículos), a redução foi de 15%.



Categoria geral | *Escola e educação viária.*

Após observarem o alto índice de acidentes de trânsito na cidade de Dracena (SP) e o comportamento dos alunos quando assumiam a condição de pedestres ou ciclistas, os professores da Escola Estadual Prof^a Julieta Guedes de Mendonça resolveram iniciar um trabalho de educação viária. O primeiro passo foi a elaboração de um diagnóstico – respondido por todos

...es - ue indagava
...ente como um circulava
...ade, o que sabia so o trânsito e

o que pensava do assunto. Com os dados em mãos, os professores conduziram os alunos à prática em um trabalho multidisciplinar, envolvendo pesquisas sobre o trânsito na cidade, discussões sobre a história das placas e das leis de circulação para o ambiente urbano e as consequências da poluição provocada pelos escapamentos de carros e do álcool no organismo humano.

Depois da pesquisa de campo, os professores que acompanharam as

atividades fizeram um relatório com os principais problemas apontados pelos alunos. Baseado no relatório, um abaixo-assinado foi elaborado e encaminhado à Prefeitura Municipal com a assinatura dos estudantes. Como resultado, foram feitas sinalizações e melhorias nas ruas próximas à escola. O principal ganho ressaltado pelos seus organizadores foi a sensibilização para o tema trânsito e o aumento do nível de consciência dos alunos e de seus familiares em relação a seus direitos e deveres.

Categoria empresa | *Unimed Curitiba - PR. Se beber, não dirija.*

Baseada no drama de histórias reais envolvendo acidentes de trânsito e álcool, a Unimed de Curitiba (PR) iniciou um projeto destinado a chamar a atenção da sociedade para o tema. Firmando uma parceria com a Prefeitura Municipal, com o Governo do Paraná e com diversos veículos de comunicação, a empresa desenvolveu uma campanha de conscientização da comunidade.

O trabalho foi baseado em três conceitos. O primeiro é o de que a vida é uma conquista. O segundo é o de que sempre há alguém esperando por nós. E, por último, é o de que podemos fazer a escolha entre dirigir

e não beber. A campanha incluiu várias mídias como TV, rádio, cartazes, folhetos, adesivos e camisetas. Para ampliar o alcance da proposta, a Unimed envolveu toda a sua rede de relacionamentos, com 360.000 clientes, 3.700 médicos cooperados, 500 prestadores e 1.050 empresas contratantes. Nas ruas de Curitiba, a Unimed, em parceria com o Batalhão de Trânsito da Polícia (BPTRAN) e a Diretoria de Trânsito de Curitiba (Diretran), realizou oito *blitzes* educativas com a entrega de adesivos, *folders* e o apelo direto a motoristas para se conscientizarem do risco envolvendo bebida e direção.



Categoria motorista profissional

Nelson Nereu Horta. Trânsito na porta das escolas: uma melhoria da segurança dos alunos e do tráfego.

Motorista profissional há 20 anos, Nelson Nereu Horta se inquietava com uma cena comum à maioria das cidades: os engarrafamentos constantes na porta das escolas. Pensando em como evitar acidentes e melhorar o trânsito nessas localidades, Nelson idealizou um plano de ação para escolas de 1º e 2º graus. O plano proposto foi dividido em três frentes: conscientização dos pais e motoristas de transporte escolar, conscientização dos alunos e cooperação entre as escolas do mesmo bairro (para o benefício de todos). Os temas tratados com os alunos se referiram às regras de circulação, travessia na faixa de pedestres, aglomerações nas ruas próximas às saídas e períodos demorados de embarque e desembarque. O autor acredita que suas sugestões atuam como um caminho para a diminuição dos riscos de acidentes nas escolas e para a criação de um trânsito mais fluido e seguro.

Categoria imprensa | *Diário de Pernambuco -PE. Evite essa dor.*

O crescente número de acidentes de trânsito ligados ao consumo de bebidas alcoólicas em Recife (PE) levou o Diário de Pernambuco, um dos principais jornais do Estado, a tomar uma atitude: criar, juntamente com o DETRAN – Departamento de Trânsito de Pernambuco, um plano de ação para conscientizar as pessoas e movimentar entidades governamentais para achar soluções para o problema. A iniciativa de discussão do problema foi denominada de “I Fórum

Para o Consumo Responsável de Bebidas Alcoólicas”. Ao todo, dez reuniões foram promovidas na sede dos associados, local onde funciona o jornal “Diário de Pernambuco”. Os eventos contaram com a participação de especialistas e gestores nas áreas de educação, fiscalização de trânsito, justiça e legislação. Foi também publicada uma série de matérias no Diário de Pernambuco visando preparar o público para os seminários.

Ao todo, participaram do evento 127 pessoas ligadas a diversas entidades civis e governamentais. Foram apresentadas ao Congresso Nacional 22 propostas de leis de trânsito e prevenção de acidentes. Alguns dos projetos enviados versavam sobre a proibição da venda de bebidas em lojas de conveniências, a melhoria da qualidade do sistema de transporte público - o que diminuiria o número de carros nas ruas - e o controle da venda de bebidas alcoólicas nos supermercados.



Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito é expandido para Argentina

Em 2006, a Volvo lançou o Prêmio na Argentina, um país com problemas de trânsito muito similares aos do Brasil. Nesta primeira edição, foram selecionados trabalhos em duas categorias: veículos de comunicação impressos e mídia eletrônica.

Ao todo, foram recebidos 170 trabalhos realizados por 43 jornalistas que atuam em jornais diários, revistas, canais de televisão e emissoras de rádio. Os selecionados para receber o Prêmio foram a jornalista Alba Piotto, por sua reportagem “Bajá um

cambio” publicada na revista Viva do jornal Clarín, e o jornalista Ignacio El Haiek, por sua campanha de vinhetas no programa televisivo El Garage.

FÓRUM VOLVO DE SEGURANÇA NO TRÂNSITO

O principal objetivo do Fórum é promover debates e análises sobre temas envolvidos com segurança, aproximar e envolver a sociedade na discussão de assuntos que dizem respeito ao trânsito, além de apresentar iniciativas que podem torná-lo mais seguro. Em 2006, o Fórum Volvo de Segurança no Trânsito foi realizado nas cidades de Curitiba (PR) e Salvador (BA). Os dois eventos contaram com a presença

de cerca de 550 pessoas de todo o país. Nestes eventos, aconteceram também as cerimônias de entrega do Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito aos vencedores nacionais e regionais.

Na programação, estavam a Mostra Internacional de Vídeos de Segurança no Trânsito e a apresentação do conceito Espaço Compartilhado (*Shared Space*), prática já implementada em muitos países

europeus, em especial na Holanda, que prevê a convivência harmoniosa de todos os usuários do trânsito em espaços públicos, mesmo com a ausência de sinais de trânsito e calçadas. As experiências bem sucedidas em segurança de trânsito no Brasil também tiveram espaço e foram amplamente debatidas nos painéis temáticos e apresentação de bons resultados voltados à promoção da educação de trânsito.

	2004	2005	2006
Número de pessoas inscritas	580	280	280 270
Local do evento	Porto Alegre- RS	Rio de Janeiro-RJ	Curitiba-PR Salvador-BA
Tema	Álcool e trânsito. Como atenuar este grave problema brasileiro	Segurança na circulação: as interferências dos diferentes tipos de veículos.	Espaço Compartilhado

FÓRUM REGIONAL VOLVO DE SEGURANÇA NO TRÂNSITO 2006



VOLVO





TRANSITANDO

Tendo em vista que a grande maioria das vítimas do trânsito brasileiro são jovens, ações voltadas a adolescentes servem para prevenir e melhorar esse quadro. A Volvo criou, em 2001, o projeto Transitando. Voltado para estudantes do ensino médio, o projeto já beneficiou mais de 100 mil estudantes em 500 escolas de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Goiás, Espírito Santo e Paraná.

O Transitando é aplicado na grade curricular das escolas de forma interdisciplinar, o que significa que os conteúdos sobre educação no trânsito são repassados, ao mesmo tempo, em diversas disciplinas. O material didático foi elaborado por equipe pedagógica especializada em trânsito e é composto por um kit para a escola e professores. Além do material, o projeto realiza a capacitação dos professores para a implementação junto aos alunos. O Transitando recebeu inúmeros prêmios nacionais e também uma menção honrosa no IPRA 2002 promovido pela Associação Internacional de Relações Públicas. Aos órgãos públicos e instituições privadas interessados em implementar o programa em suas cidades e estados, a Volvo firma parcerias e fornece os conteúdos e metodologia para sua aplicação.

Teatro Juvenil Transitando: a arte em benefício da vida.

A partir de 2002, o Transitando passou a incluir em sua programação um festival de teatro destinado aos estudantes de algumas cidades participantes do projeto. A escolha dos vencedores ocorre na Semana Nacional do Trânsito, em setembro, com apresentação das peças de teatro encenadas pelos próprios alunos. O projeto é realizado através

da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

Em 2006, o Festival de Teatro Juvenil Transitando foi o destaque da 2ª Semana Integrada de Trânsito de São José do Rio Preto (SP). O evento contou com a participação de 90 alunos, que encenaram peças teatrais representando sete escolas de ensino médio da cidade.

Outras ações do Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST) em 2006:

CINE LIGEIRINHO

Na Semana Nacional do Trânsito, comemorada entre os dias 18 e 25 de setembro de 2006, a Volvo, em parceria com a URBS (Urbanização de Curitiba S.A.) e algumas empresas municipais de transporte

coletivo, patrocinou mais uma edição do Cine-Ligeirinho. O nome do projeto foi uma homenagem a um tipo especial de ônibus que circula no sistema viário de Curitiba. Foram oferecidas sessões gratuitas de

cinema, dentro de ônibus estacionados junto a locais com grande circulação de pedestres. Os filmes publicitários educativos, nacionais e internacionais, abordavam diversos aspectos da segurança no trânsito.

HOTSITE DE SEGURANÇA

Para celebrar a Semana Nacional do Trânsito e incentivar a direção segura, a Volvo desenvolveu um hotsite especial que foi veiculado no **portal do PVST (www.volvo.com.br/pvst)** e nos sites de instituições ligadas ao setor de transporte, como a Associação Nacional do Transporte

de Carga e Logística (NTC), Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários (ANFIR) e Associação Brasileira de Medicina de Tráfego (ABRAMET). Por meio dele, os internautas puderam ter acesso a uma coletânea de comerciais educativos nacionais e

internacionais, além de interagir com uma balança virtual de simulação de peso em caso de colisão a 80 km/h.

No mesmo endereço, foi possível conhecer as inovações tecnológicas da Volvo, em termos de segurança, lançadas ao longo de sua história.



Incentivo ao voluntariado interno

Consciente de que o voluntariado interno estimula o trabalho em equipe e fomenta a cidadania, a Volvo do Brasil estimula seus funcionários a se envolverem em uma série de atividades educacionais, culturais e esportivas que beneficiam, principalmente, a comunidade carente que reside no entorno da fábrica. O engajamento e participação da equipe da Volvo já renderam inúmeros frutos e vêm proporcionando uma nova possibilidade de vida a centenas de crianças.

É importante para o funcionário saber que a empresa em que trabalha lhe proporciona condições de ser cidadão, de ajudar a melhorar o país. Com isto, todos aprendem, crescem e superam obstáculos.

FUNDAÇÃO SOLIDARIEDADE

A **Fundação Solidariedade** abriga crianças e adolescentes em situação de risco, oferecendo moradia, alimentação, educação e saúde. O projeto nasceu oficialmente no final da década de oitenta a partir de uma idéia acalentada por funcionários da Volvo desde que a empresa se instalou no Brasil em 1977. O início foi modesto, com apenas uma casa para abrigar as crianças. Entretanto, a Fundação Solidariedade foi evoluindo e ampliando sua estrutura e capacidade de atendimento. No final de 2006, a entidade contava com seis prédios residenciais, além de áreas para convívio coletivo em meio a muito verde, campo de futebol e parque de brinquedos, na cidade

de Campo Magro (PR), distante 25 km de Curitiba. Educadores sociais, auxiliados pelo trabalho de pedagogas, assistentes sociais e psicólogos, promovem a reintegração das crianças e adolescentes no convívio social.

Além de freqüentarem as escolas da comunidade, as crianças e adolescentes participam de várias atividades dentro da própria Fundação, como aulas de música e canto, onde são incentivadas a tocar violino, violoncelo, violão, viola, flauta doce e instrumentos de percussão, formando a Orquestra e o Coral Solidariedade. Em 2006, por meio de uma parceria com a Chevron, a Fundação passou a contar com

uma quadra poliesportiva. A Fundação Solidariedade é mantida por meio de contribuições de funcionários tanto da Volvo do Brasil como da Suécia, além de doações, promoções e convênios (FIA).

Em 2006, era o maior projeto de funcionários do Grupo Volvo em termos de associações de ajuda a países em desenvolvimento. Considerada uma entidade de utilidade pública, a instituição é administrada por uma equipe técnica de profissionais, e também por um conselho deliberativo e um conselho fiscal. Estes últimos são formados voluntariamente por funcionários da Volvo do Brasil.

Em 2006, a Fundação atendeu 46 crianças e adolescentes e efetivou 6 processos de adoção e 18 de reintegração familiar.

	2004	2005	2006
Crianças de 0 a 11 anos	19	24	27
Adolescentes de 12 a 18 anos	11	16	19
Número total de crianças atendidas	30	40	46

Origem dos Recursos | 2006

- Convênio com Fundo da Infância e Adolescência nos níveis municipal e estadual: 80%
- Contribuições dos funcionários da Volvo do Brasil: 10%
- Doações dos funcionários da Volvo da Suécia: 2%
- Promoções (leilão de computadores, eletrodomésticos, etc): 8%

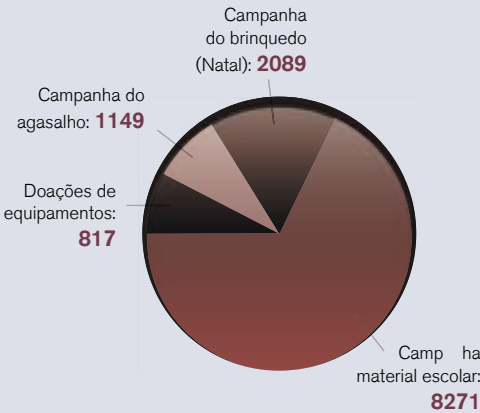


DOAÇÕES

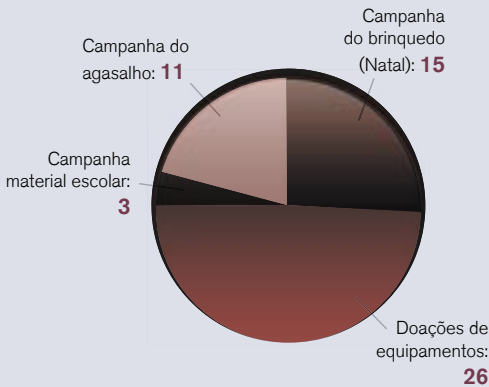
A Volvo promove anualmente diversas campanhas internas para a arrecadação de agasalhos, brinquedos e material escolar que beneficiam as organizações sociais parceiras da empresa, despertando nos funcionários o interesse pelo envolvimento social e cidadania.

Além disso, dentro de sua política de ação social, a empresa costuma disponibilizar equipamentos em desuso, sucatas e outros materiais inservíveis para atender às demandas sociais da comunidade, beneficiando, assim, entidades que prestam serviços públicos, filantrópicos, culturais, científicos e educacionais.

NÚMERO DE ITENS ARRECADADOS



NÚMERO DE INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS



PROGRAMA APRENDENDO A EMPREENDER

Iniciado em 2006, o **Programa Aprendendo a Empreender** foi viabilizado por meio de uma parceria entre a Volvo do Brasil e a Junior Achievement, uma organização mundial sem fins lucrativos reconhecida por sua *expertise* em programas educacionais voltados para o empreendedorismo. O objetivo do programa é estimular entre crianças de baixa renda a formação de uma visão empreendedora, com orientações sobre a formação de

riqueza, a importância de ter objetivos claros na vida, a honestidade e a perseverança.

O projeto envolveu cerca de 20 voluntários, funcionários da Volvo em Curitiba, que atuaram tanto como professores junto a alunos do Colégio Estadual José Fressato, localizado no entorno da Volvo, como também recebendo estudantes em seu ambiente de trabalho no Projeto Empresário-Sombra.

PROJETOS SOCIAIS NA ASSOCIAÇÃO VIKING

Desde 2005, a Associação Viking abre seus portões, cedendo sua infra-estrutura, para a realização de projetos sociais direcionados à comunidade do entorno da fábrica da Volvo em Curitiba.

Em 2006, aulas de capoeira, teatro e atividades esportivas contribuíram para resgatar a auto-estima, oferecendo uma nova perspectiva de vida para dezenas de crianças. Dentre essas iniciativas, destaca-se o Projeto Segundo Tempo, realizado por meio de uma parceria entre a Volvo, o Governo Federal e escolas públicas. O objetivo dessa ação é oferecer atividades esportivas e culturais no contraturno escolar. Em 2006, 120 crianças participaram do projeto, que contribuiu também para o resgate da sua cidadania.



FUNDO PARA A INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA (FIA)

O Fundo para a Infância e Adolescência (FIA) foi criado em 1994 e atua como um instrumento que permite a captação de recursos destinados a projetos sociais que atendem crianças e adolescentes carentes. Os recursos que o formam provêm de destinações feitas por pessoas físicas ou

jurídicas, dedutíveis do Imposto de Renda. Sua gestão é realizada pelos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente municipais e estaduais. Além de destinar continuamente contribuições ao FIA, a Volvo iniciou em 2005 um trabalho de educação e conscientização junto aos seus

empregados a fim de que estes também façam a destinação por meio do Imposto de Renda Pessoa Física (declaração – modelo completo). A adesão vem crescendo e, entre 2005 e 2006, o volume de doações provenientes dos funcionários cresceu mais de 70%.

	2004	2005	2006
Volvo	R\$ 502.818,21	R\$ 473.669	R\$ 504.623
Funcionários	-----	R\$ 14.600	R\$ 25.000

PROGRAMA “NA MÃO CERTA”

A Volvo do Brasil apoia o **Programa “Na Mão Certa”**, do Instituto WCF-Brasil, braço brasileiro da *World Childhood Foundation*, que visa mobilizar governos, empresas e ONGs em torno do combate à exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras.

Lançado em novembro de 2006, o programa tem planejamento definido até 2010 e se orienta por três grandes objetivos. O primeiro deles envolve a mobilização dos três setores da sociedade – público, privado

e terceiro setor. O segundo objetivo está relacionado à educação, transformando os caminhoneiros em agentes de proteção. O terceiro objetivo, mais amplo, tem a ver com a promoção do desenvolvimento das organizações que atendem crianças e adolescentes em situação de risco, fortalecendo, assim, o sistema de proteção à infância e adolescência. A partir de 2007, a Volvo, por meio de algumas ações, incorporará o programa em sua cadeia de relacionamento, envolvendo principalmente os motoristas profissionais (caminhoneiros).



Na mão certa



PROJETO CAPOEIRA E CIDADANIA

Tendo suas raízes no final do século XVII, a capoeira é uma arte marcial brasileira, de origem africana, uma dança-luta, que foi criada e desenvolvida pelos negros escravizados, inspirada pela sede de liberdade e justiça social. Nos dias atuais, a capoeira é utilizada de forma bem-sucedida como instrumento de socialização e cidadania. O **Projeto Capoeira e Cidadania** objetiva resgatar a auto-estima e a disciplina, buscando uma maior integração do indivíduo à vida social e comunitária por meio do esporte. Voltada a crianças e adolescentes com idades entre 7 e 18 anos, a iniciativa contabilizou 70 inscritos em 2006. Do total, 85% são da comunidade do entorno da fábrica de Curitiba (PR) e 15% são funcionários e filhos de funcionários da Volvo.

PROJETO PESCAR

Em 2006, a *Volvo Construction Equipment* (Volvo CE) continuou a apoiar o **Projeto Pescar**, que tem a finalidade de abrir espaço para a formação pessoal e profissional de jovens em situação de vulnerabilidade social, por meio da educação básica profissionalizante, visando o exercício pleno da cidadania e da atividade profissional. O projeto é coordenado pela Fundação Projeto Pescar localizada em Porto Alegre (RS). Além de promover a aprendizagem básica para o exercício de uma profissão, nas mais diversas áreas da indústria, do comércio e da prestação de serviços, a iniciativa busca também assegurar possibilidades de desenvolvimento e inclusão social em três dimensões essenciais: social, cultural e profissional. O Projeto Pescar foi criado há cerca de 30 anos e funciona apoiado por empresas cidadãs em dez estados brasileiros. Possui também cinco unidades na Argentina. Em 2006, atendeu 1.400 jovens.

PROJETO PROFISSIONALIZAR

A Volvo CE apóia também o **Projeto Profissionalizar**, uma franquia do Projeto Pescar, liderado pela Tracbel, um dos seus distribuidores de equipamentos de construção, cuja matriz que atende o projeto está sediada na cidade de Contagem (MG). A empresa mantém uma escola técnica voltada para adolescentes na faixa etária de 16 a 18 anos, visando tirá-los das ruas e proporcionar melhores perspectivas de vida e maior consciência de cidadania. O curso tem duração de 12 meses e inclui aulas teóricas e práticas, lazer, estágio rotativo em toda a empresa, bolsa-estágio, plano de saúde, plano odontológico, seguro de vida, alimentação, além de um módulo de integração social.

O Projeto Profissionalizar atingiu em 2006 a marca de 260 jovens inseridos no mercado de trabalho, conscientes de seu valor como cidadãos e como profissionais.



Investimentos culturais e sociais

Ao longo dos últimos anos, a Volvo vem desenvolvendo e patrocinando projetos sintonizados com os valores essenciais da sua marca, priorizando iniciativas culturais e socioambientais que valorizem os talentos

e ícones artísticos paranaenses, bem como programas que beneficiem grupos de crianças e adolescentes, como forma de exercer o papel da cidadania corporativa. Em 2006, foram apoiados diversos projetos

através da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) e da Lei Municipal de Incentivo à Cultura (ISS e IPTU).
Conheça alguns dos projetos culturais realizados em 2006:

TOTAL DE RECURSOS INVESTIDOS PELA VOLVO EM PROJETOS CULTURAIS E SOCIAIS ATRAVÉS DE LEIS DE INCENTIVO

	2004	2005	2006
Lei Federal de Incentivo à Cultura*	R\$ 2.095.727,85	R\$ 1.894.797,10	R\$ 2.018.543,47
Lei Municipal de Incentivo à Cultura	R\$ 13.144,07	R\$ 33.141,82	R\$ 162.871,08
Total	R\$ 2.108.871,92	R\$ 1.927.938,92	R\$ 2.181.414,55

* Incentivos e captações de recursos são realizados em dezembro de cada ano. Desta forma, as atividades dos projetos são efetuadas no ano seguinte.

“ARTE NAS FÁBRICAS”

O objetivo desse projeto é promover o contato dos funcionários de empresas e indústrias localizadas em Curitiba e região metropolitana com diversos segmentos culturais (música, artes plásticas, teatro

e dança) e divulgar/valorizar os talentos artísticos paranaenses. Em 2006, foram realizadas apresentações em 19 empresas, envolvendo um público formado por cerca de 15.000 pessoas.

PEÇA TEATRAL “CALOTA E GASOLINA EM TRÂNSITO”

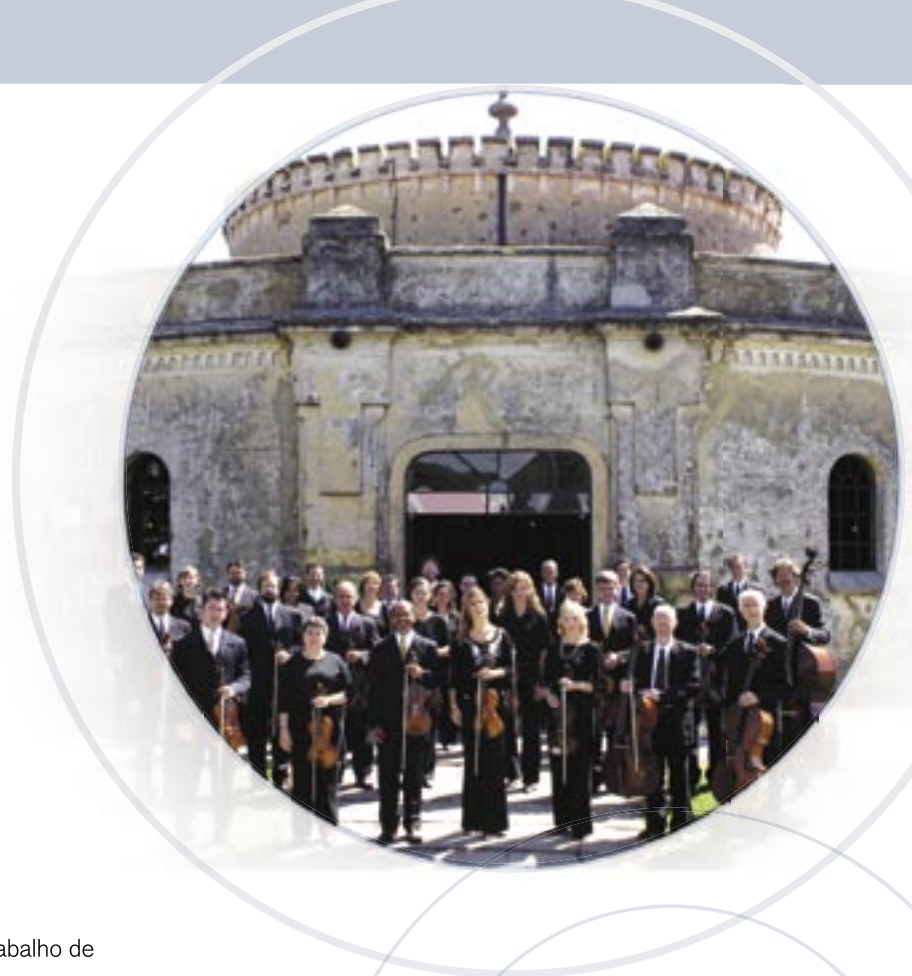
Trata-se de uma peça teatral itinerante que tem o objetivo de mostrar de forma divertida e bem-humorada quais são as principais causas de acidentes de trânsito, situações que reforçam comportamentos seguros no trânsito e a importância de cidadãos mais conscientes com relação a esse tema. Destinada às crianças e aos adolescentes, em três anos de projeto a peça já foi encenada em 324 municípios das regiões sul e sudeste e do estado do Mato Grosso do Sul, totalizando 972 apresentações em 1620 escolas, atingindo um público de aproximadamente 400.000 espectadores.





CAMERATA ANTIQUA DE CURITIBA

A Camerata Antiqua de Curitiba é formada por talentosos cantores e instrumentistas que executam obras consagradas do repertório erudito, apresentando-se também ao lado de solistas e maestros consagrados nos cenários nacional e internacional. Ao longo das suas três décadas de existência, a Camerata gravou um extenso repertório. Acompanhados de um coro de crianças, seus músicos realizam apresentações abertas ao público ou a preços populares, em locais de fácil acesso, com a proposta de levar a música erudita para toda a população.



CARAVANA ECOLÓGICA

Realizada desde 2000, em parceria com a Escola Municipal de Teatro de Londrina e com a revista Carga Pesada, essa iniciativa cultural tem o objetivo de conscientizar os caminhoneiros sobre questões ambientais relevantes envolvendo o seu dia-a-dia nas estradas do Brasil, como, por exemplo, o tráfico de animais silvestres, o consumo consciente de água e os cuidados ao trafegar com cargas perigosas em áreas de mananciais

e proteção ambiental. O trabalho de conscientização é realizado por meio de uma peça de teatro mambembe apresentada em postos de combustíveis, eventos do segmento e outros pontos que reúnam caminhoneiros. O Projeto já conquistou importantes premiações nacionais e internacionais como o Prêmio Aberje 2001, Prêmio Destaque no Marketing 2001 e Frontline Special Award da Associação Internacional de Relações Públicas (IPRA).

PRINCIPAIS NÚMEROS DO PROJETO CARAVANA ECOLÓGICA

(em 7 anos de realização)

- 100.000 quilômetros percorridos em 8 estados brasileiros |
- 500 apresentações | • 300.000 espectadores



CENTRO VOLVO AMBIENTAL: ABRINDO NOVAS TRILHAS PARA A CULTURA E O RESPEITO À NATUREZA

Em 2006, a Volvo consolidou a implantação do seu Centro de Educação Ambiental. Localizado no terreno da fábrica de Curitiba (PR), o Centro possui, além de sua sede, um casarão que integra o patrimônio histórico da cidade, restaurado e batizado de Casa Verde, e uma área de floresta de araucária preservada, com diversas espécies de plantas e animais silvestres.

O maior objetivo deste Centro é criar um espaço de cultura, lazer e pesquisa ambiental para a comunidade, estreitando os laços entre a Volvo e os moradores da região, envolvendo também os empregados,

seus familiares e visitantes em geral.

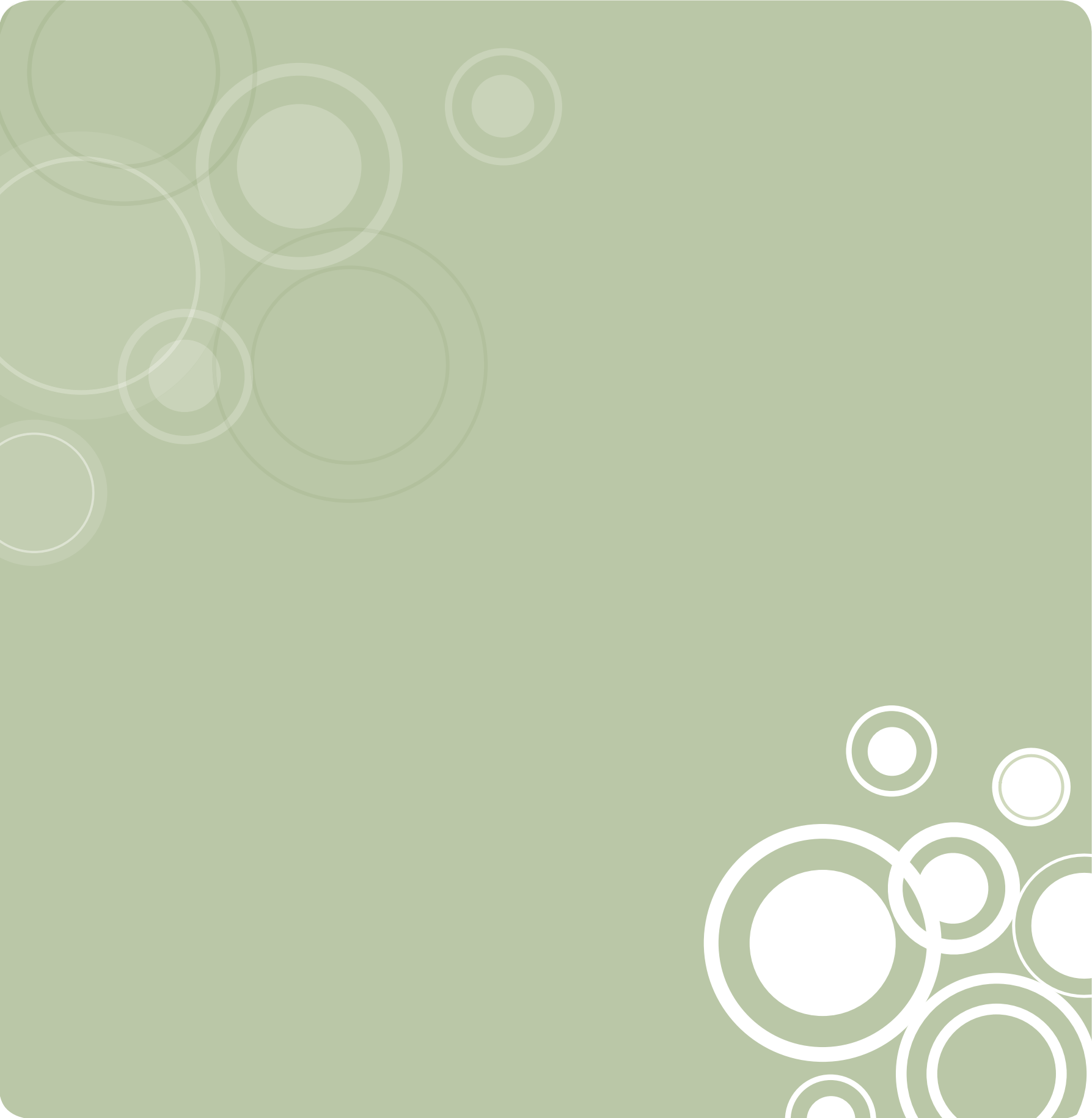
As ações têm como foco principal os temas relacionados à conservação ambiental e à preservação da cultura. O Centro Volvo Ambiental oferece trilhas em meio ao bosque de araucárias que permitem o contato direto com a fauna e a flora, ampliando a interação com a natureza e contribuindo para sensibilizar o visitante para a causa ambiental. Ao longo das trilhas, há dezenas de placas e painéis com informações sobre o ecossistema visitado, além de dicas para a conservação ambiental.

Além das trilhas, o Centro Volvo Ambiental desenvolve em sua sede diversas atividades culturais. Em 2006, o Grupo Teatro da Trilha encenou a peça teatral “A Cidade Perdida” com o objetivo de sensibilizar a comunidade do entorno para as questões ambientais. O grupo é formado por alunos de escolas da comunidade e tem aulas de artes cênicas e educação ambiental na sede do projeto. O projeto conta com o patrocínio do Ministério da Cultura e da Volvo do Brasil por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura, tendo a Associação Viking como proponente.

CORAL E ORQUESTRA DE CORDAS DA FUNDAÇÃO SOLIDARIEDADE

A música é utilizada para promover a educação e a auto-estima de crianças e adolescentes atendidos pela Fundação Solidariedade, mantida pela Volvo e seus funcionários na região metropolitana de Curitiba. Criado em 2000, o Coral conta com 30 integrantes que participam de aulas de musicalização, canto e flauta doce. Em 2005, a arte ganhou novos acordes na Fundação e as crianças começaram a ter aulas de violão, violoncelo e violino, participando de uma pequena orquestra de cordas. Em 2006, o coral e a orquestra de cordas realizaram 12 apresentações tanto para funcionários da Volvo como para a comunidade, atraindo cerca de 1850 espectadores.







MEIO AMBIENTE

O respeito e o cuidado com o meio ambiente é um dos valores corporativos do Grupo Volvo, constituindo também um dos pilares fundamentais de sua política de sustentabilidade.

O Grupo estabeleceu uma política ambiental em âmbito mundial, caracterizada por uma visão holística, melhorias contínuas, desenvolvimento técnico e uso eficaz dos recursos, que norteia estratégias, ações táticas e metas em todos os países onde atua. Esse esforço ambiental está centrado em dois grandes desafios:

reduzir o impacto ambiental causado pelas atividades produtivas e também pelo uso dos produtos Volvo.

Nesse sentido, a AB Volvo, *holding* do Grupo, lançou para todas as suas unidades o Desafio Ambiental, que estabelece focos de atuação e metas para o período compreendido entre 2003 e 2008. Este programa engloba quatro grandes objetivos que tratam da gestão ambiental, dos produtos, da divulgação do tema e da infraestrutura industrial.



DESAFIO AMBIENTAL DO GRUPO VOLVO PARA O PERÍODO 2003 | 2008

1. Gestão ambiental

Uso consistente de ferramentas de gestão ambiental.

2. Produtos

Alta eficiência de combustíveis e baixas emissões durante a vida útil do veículo

3. Comunicação

Comunicação contínua e pró-ativa das ações ambientais

4. Infra-estrutura industrial

Sistemas de produção energeticamente eficientes



1 Gestão ambiental

Há mais de trinta anos, desde a formulação da sua primeira Política Ambiental, em 1972, o Grupo Volvo preocupa-se em gerenciar de forma estruturada as questões relacionadas ao meio ambiente, garantindo o cumprimento das leis e a melhoria contínua dos impactos ambientais.

Ao longo desse período, a organização foi incorporando novas ferramentas e aprimorando seu sistema de gestão ambiental. Em dezembro de 2006, cerca de

99% dos empregados do Grupo Volvo envolvidos com atividades produtivas estavam trabalhando de acordo com sistemas de gerenciamento ambiental certificados internacionalmente, como a ISO 14001:2004. Desde 1995, a Volvo do Brasil gerencia uma série de indicadores ambientais que seguem os padrões do Grupo e a legislação brasileira vigente. Anualmente, esses dados são consolidados e encaminhados para a matriz da empresa na Suécia.

2 Produtos

Dados do Grupo Volvo apontam que, em 2006, o setor de transportes, em todo o mundo, foi responsável por cerca de 25% do consumo de combustíveis fósseis e também por aproximadamente 25% do total de emissões de dióxido de carbono, enquanto que o transporte rodoviário respondeu por 15%.

Diante deste cenário, a Volvo vem investindo continuamente no desenvolvimento de novos produtos

e tecnologias menos poluentes em sintonia com as legislações internacionais. Nesse sentido, o principal foco de ação tem sido os motores a diesel, que provaram ter uma alta performance associada a uma menor emissão de gases poluentes. Além disso, a Volvo já está trabalhando no desenvolvimento de um veículo híbrido movido a diesel e eletricidade.

No Brasil, a empresa já está se antecipando à legislação que prevê

para 2013 a adição de 5% de biodiesel no tanque de combustível. Além dos atuais caminhões da marca já estarem preparados para receber até 2% de biodiesel, os testes para a adição de 5% estão em andamento. No desenvolvimento de seus produtos, o Grupo Volvo também busca utilizar a maior quantidade possível de materiais recicláveis. Após a vida útil dos caminhões Volvo, 96% das suas peças podem ser recicladas.

3

Comunicação

A preservação ambiental é um tema presente de forma contínua na comunicação da Volvo com seus empregados e contratados, tanto através de treinamentos específicos sobre sistemas de gestão ambiental, como em pauta nas publicações internas. Em 2006, na semana em torno do Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado em 5 de junho, a Volvo realizou uma série de eventos especiais para seus colaboradores e familiares sobre o consumo consciente de energia. Nesse sentido, foram realizadas várias ações, como uma exposição

no Espaço Cultural da empresa, em Curitiba, palestras sobre o uso racional de energia e fontes alternativas, além de uma edição do programa “O Viking Repórter” abordando o tema e apresentando algumas providências tomadas internamente, além de incentivar os empregados com dicas para pouparem energia tanto no seu ambiente de trabalho como em sua residência. Na unidade de Pederneiras, além da exposição sobre o consumo consciente de energia, houve um evento com plantio de árvores, mostrando aos funcionários a importância do

reflorestamento e da consciência ambiental. De forma pioneira, a Volvo realizou em novembro de 2006 um Seminário de Meio Ambiente voltado à imprensa brasileira. O evento reuniu 15 jornalistas da mídia especializada e contou com a participação de especialistas brasileiros e suecos, que apresentaram as propostas da companhia para atenuar os problemas ambientais provocados pela grande dependência do setor de transportes em relação ao petróleo e pelo crescente consumo mundial de energia.

4

Infra-estrutura industrial

As áreas de infra-estrutura industrial de todas as unidades do Grupo Volvo contam ainda com quatro desafios específicos estipulados para o período 2003-2008:

- *Aumentar em 100% as fontes de energia livres de CO₂.*
- *Reduzir o consumo de energia por unidade produzida em 50%.*
- *Eliminar o uso de óleo e carvão para fins de aquecimento.*
- *Incluir a infra-estrutura de transporte na otimização do consumo de energia.*



INDICADORES AMBIENTAIS

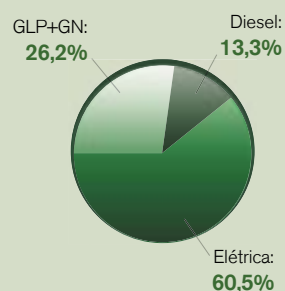
Consumo de energia

A matriz energética da Volvo do Brasil, em 2006, demonstra a preocupação da empresa em utilizar fontes de energia livres de CO₂. A eletricidade, uma fonte limpa de energia, respondeu por 60,5% do consumo total. Além disso, a unidade não utiliza óleo e carvão para fins de aquecimento.

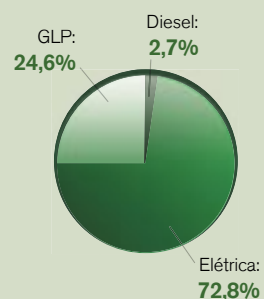
A matriz energética de Pederneiras demonstra que 72,8% da energia utilizada é a energia elétrica, ou seja, energia livre de CO₂. O restante é formado por GLP e Diesel.

A Volvo do Brasil comprometeu-se a reduzir em 28% o consumo de energia por unidade produzida entre 2005 e 2008. Para atingir esse objetivo, várias iniciativas estão sendo desenvolvidas em suas unidades industriais. As tabelas a seguir apresentam os indicadores de consumo de energia das unidades de Curitiba (PR) e Pederneiras (SP).

**MATRIZ ENERGÉTICA
CURITIBA**



**MATRIZ ENERGÉTICA
PEDERNEIRAS**



CONSUMO DE ENERGIA NA UNIDADE DE CURITIBA (PR)

Fonte de energia	Ano	Consumo total	Produção caminhões, ônibus, motores, cabines (unidade)*	Consumo por unidade produzida
Elétrica (kWh)	2004	25.952.968	31.496	824 kWh/un
	2005	28.274.427	36.472	775 kWh/un
	2006	28.276.016	27.953	1.012 kWh/un
GLP (kg)	2004	365.773	31.496	12 kg/un
	2005	298.429	36.472	8 kg/un
	2006	244.583	27.953	9 kg/un
Gás Natural (kg)	2004**	617.680	31.496	20 kg/un
	2005	667.709	36.472	18 kg/un
	2006	652.947	27.953	23 kg/un
Diesel (l)	2004	473.981	31.496	15 l/un
	2005	903.227	36.472	25 l/un
	2006	622.510	27.953	22 l/un

* O cálculo da quantidade de unidades produzidas é realizado de forma diferenciada para os indicadores ambientais, utilizando uma metodologia de equivalência acordada, desde 2004/2005, com a área de produção. ** Implementado em abril de 2004. Monitorado a partir dessa data.

Ano	Consumo total (MWh)	Produção caminhões, ônibus, motores, cabines (unidade)*	Consumo por unidade produzida (MWh/un)	Redução no consumo de energia-referência 2003 – valor acumulado
2003	39.277	20.828	1,89	--
2004	44.114	31.496	1,40	26%
2005	50.557	36.472	1,39	26%
2006	46.744	27.953	1,67	12%

* O cálculo da quantidade de unidades produzidas é realizado de forma diferenciada para os indicadores ambientais, utilizando uma metodologia de equivalência acordada, desde 2004/2005, com a área de produção.

O consumo total de energia praticamente se manteve estável entre 2004 e 2006 e o consumo de energia por unidade produzida foi reduzido em 12% entre 2003 e 2006. No entanto, devido à diminuição no volume de produção, em 2006, o indicador

“consumo por unidade produzida” sofreu um considerável acréscimo. Várias ações foram implantadas na unidade de Curitiba com vistas ao consumo racional de energia como, exemplo, a substituição do sistema de iluminação das áreas de montagem

de caminhões e chassis de ônibus e de recebimento de materiais e a instalação de um sistema de bomba de calor para aquecimento da água no vestiário.



CONSUMO DE ENERGIA NA UNIDADE DE PEDERNEIRAS (SP)

Fonte de energia	Ano	Consumo total	Produção (unidade)*	Consumo por unidade produzida
Elétrica (kWh)	2004	4.756.000	3.424	1.389 kWh/un
	2005	6.322.000	4.631	1.365 kWh/un
	2006	6.609.000	9.974	663 kWh/un
GLP (kg)	2004	109.380	2.340	47 kg/un
	2005	154.529	3.076	50 kg/un
	2006	172.950	7.193	24 kg/un
Diesel (l)	2004	24.317	2.340	10 l/un
	2005	25.415	3.076	8 l/un
	2006	28.710	7.330	4 l/un

* O cálculo da quantidade de unidades produzidas (pá carregadeira, caminhão articulado, motoniveladoras, minicarregadeiras, eixos, cabines e chassis exportação) é realizado de forma diferenciada para os indicadores ambientais, utilizando uma metodologia de equivalência acordada, desde 2004/2005, com a área de produção, considerando o uso ponderado das fontes de energia.

Ano	Consumo total (MWh)	Redução no consumo de energia-referência 2003 - valor acumulado
2003	5.374	--
2004	6.587	11%
2005	8.828	10%
2006	9.250	45%

Na unidade de Pederneiras, o consumo total de energia aumentou entre 2004 e 2006, devido ao crescimento significativo da produção, que passou a incluir novas linhas de produtos, tais como eixos e cabines.

Em 2006, a unidade reduziu em 45% o índice de consumo de energia na fábrica.

Esse resultado foi atingido por meio de iniciativas como a aquisição de prensas que demandam menos energia, a substituição da iluminação convencional por lâmpadas de multivapores metálicos e a substituição do sistema de funcionamento da ponte rolante no prédio de corte e conformação.

Emissões atmosféricas

EMISSIONS ATMOSPHERIC IN CURITIBA (PR)

Produto (kg)	2004	2005	2006
Nox	15.358	28.884	20.471
CO ₂	3.719.034	4.813.010	3.864.573
SO ₂	1.602	3.165	2.219
Solventes	63.404	54.504	108.526
HCFC (R22) - quantidade instalada	658	666	705
HCFC (R22) - consumo	145	123	52

Em 2006, na unidade de Curitiba, as emissões de Nox, CO₂ e SO₂ foram reduzidas devido, principalmente, à diminuição no consumo de diesel no teste de motores e veículos. As emissões de solventes, por outro lado, sofreram um

acréscimo por causa de uma alteração no processo de reciclagem de solventes, que passou a ocorrer externamente. Os critérios para o Controle da Qualidade do Ar no Estado do Paraná foram instituídos em 2002, pela Resolução SEMA 041/02.

Por conta disso, desde 2003 a avaliação vem sendo realizada enfocando também o atendimento da legislação do Paraná. Em 2006, a norma foi revisada e atualmente vigora como Resolução SEMA 054/2006.

EMISSIONS ATMOSPHERIC IN PEDERNEIRAS (SP)

Produto (kg)	2004	2005	2006
Nox	210	220	119
CO ₂	152.100	199.530	216.593
SO ₂	160	160	147
Solventes	17.080	27.515	25.645
HCFC (R22) - quantidade instalada	56	56	51
HCFC (R22) - consumo	0	0	0



Em 2006, vários novos projetos foram implantados na unidade de Pederneiras, como a produção de minicarregadeiras, a fabricação de cabines de caminhões articulados, a nova série G900 de motoniveladoras e a montagem de escavadeiras sobre esteiras. Os volumes de produção mantiveram-se elevados e novos funcionários foram contratados. Esse movimento gerou uma sensível elevação dos índices de consumo de água e geração de efluentes. Também houve uma alteração no tipo de solvente utilizado no processo de pintura, o que possibilitou uma redução da emissão de solventes entre os anos de 2005 e 2006.

Devido às especificações legais aplicadas no estado de São Paulo, que não são tão restritivas quanto às vigentes no estado do Paraná, o controle de emissões em Pederneiras é feito por balanço de massa.

Gerenciamento de resíduos e consumo de água

Além das metas globais do Desafio Ambiental, a divisão de caminhões do Grupo Volvo estabeleceu para as suas unidades metas específicas (referentes ao período 2003-2008) envolvendo o

gerenciamento de resíduos e o consumo de água. Nesse sentido, a organização busca uma redução de até 30% no volume de resíduos enviados ao aterro e uma redução de até 15% no volume total de

resíduos gerados, com uma reciclagem de, no mínimo, 75%. Espera-se também que o consumo de água seja reduzido em, pelo menos, 30%.

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS

O Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS) monitora e controla a identificação, separação, armazenamento e transporte dos resíduos

perigosos e não-perigosos. A Volvo do Brasil cadastra e acompanha as empresas que recebem todos os seus resíduos. No caso dos resíduos perigosos, enviados para

co-processamento, a movimentação e o transporte também são acompanhados pelos técnicos da Volvo.

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS NA UNIDADE DE CURITIBA (PR)

Tipo de Resíduo	Resíduos não-perigosos (kg)			Resíduos perigosos (kg)		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Reciclagem incluindo sucata metálica	2.461.971	2.790.896	1.916.709	28.372	20.113	507.088
Destinação com recuperação de energia/ co-processamento	1.337.868	1.812.041	743.980	294.448	738.103	780.569
Destinação sem recuperação de energia	676.027	691.172	705.983	0	0	0
Enviados ao aterro sanitário	92.452	43.274	36.589	0	0	0
Total	4.568.318	5.337.383	3.403.261	322.820	758.216	1.287.657

GERAÇÃO TOTAL DE RESÍDUOS

Perigosos e não-perigosos (kg)

2004: 4.891.138

2005: 6.095.599

2006: 4.690.918

Em 2005, o volume de resíduos perigosos sofreu um considerável acréscimo devido ao descarte de 60 toneladas de óleo de corte da fábrica de motores, que encerrou o seu ciclo de vida útil de quatro anos. Ao mesmo tempo, na fábrica de cabines houve a limpeza de tanques da área de pintura, o que gerou borra de tinta, considerada um resíduo perigoso. Em 2006, o volume de resíduos não-perigosos decresceu, principalmente,

devido à diminuição dos resíduos de madeira incentivada por um projeto interno de reutilização. O volume de resíduos perigosos aumentou em 2006 devido a algumas ações de conservação e limpeza efetuadas na unidade como, por exemplo, o processo de limpeza das lagoas aeradas do tratamento de efluentes, a limpeza anual do tanque de decapagem, assim como a limpeza da cabine de pintura de pequenas peças.

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS NA UNIDADE DE PEDERNEIRAS (SP)

Tipo de Resíduo	Resíduos não-perigosos (kg)			Resíduos perigosos (kg)		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Reciclagem incluindo sucata metálica	5.853.480	7.687.710	7.397.244	47.940	68.450	61.459
Destinação com recuperação de energia/ co-processamento	229.850	340.870	0	59.160	93.110	90.095
Destinação sem recuperação de energia	0	0	0	0	0	0
Enviados ao aterro sanitário	83.320	41.670	40.550	52.100	70.580	62.250
Total	5.853.480	7.687.710	7.397.244	47.940	68.450	61.459

GERAÇÃO TOTAL DE RESÍDUOS

Perigosos e não-perigosos (Kg)

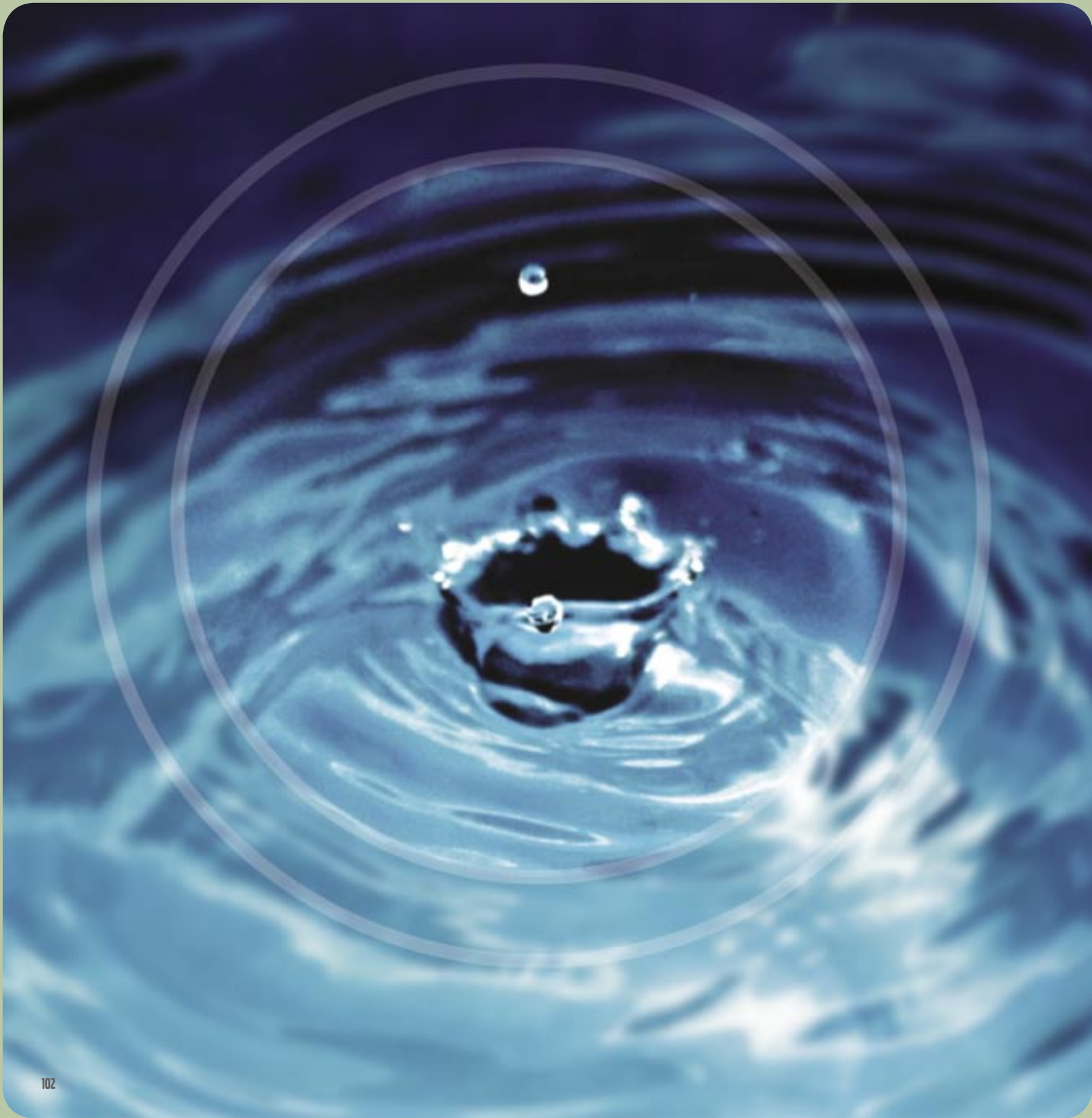
2004: 6.325.850

2005: 8.302.390

2006: 7.651.598

Na unidade de Pederneiras, a geração de resíduos foi reduzida, em 2006, devido à implantação de um novo óleo de corte nas máquinas de usinagem, o que diminuiu significativamente o volume de resíduos perigosos. Os resíduos gerados no processo

industrial de Pederneiras possuem um índice aceitável de recuperação de energia, o que favorece a preservação ambiental. Além disso, o volume de resíduos enviados para aterro foi reduzido pelo aumento na quantidade de materiais enviados para a reciclagem.



CONSUMO DE ÁGUA E GERAÇÃO DE EFLUENTES

Cerca de 90% da água consumida nas unidades de Curitiba (PR) e Pederneiras (SP) provém de poços artesianos. Com o objetivo de melhorar os níveis de

conservação de água e reduzir o volume de efluentes, alguns programas foram implantados nos últimos anos. Dentre eles, estão as ações que possibilitam

a reutilização de desengraxantes e do banho de fosfato e a recuperação da água de destilação de solventes na planta de Curitiba.

Consumo de água

Em 2006 a unidade de Curitiba realizou um projeto de estudo e levantamento de possibilidades de reuso de água.

Foram mapeadas as diversas áreas em que a água poderia ser reutilizada e as intervenções necessárias.

A implementação do projeto está em fase de aprovação financeira.

CONSUMO DE ÁGUA NA UNIDADE DE CURITIBA (PR)

Ano	Volume (m³)	Produção (unidades)*	Volume/unidade produzida (m³/un)
2004	88.866	31.496	2,8
2005	91.703	36.472	2,5
2006	95.206	27.953	3,4

* O cálculo da quantidade de unidades produzidas (caminhões, ônibus, motores, cabines) é realizado de forma diferenciada para os indicadores ambientais, utilizando uma metodologia de equivalência acordada, desde 2004/2005, com a área de produção.

CONSUMO DE ÁGUA NA UNIDADE DE PEDERNEIRAS (SP)

Ano	Volume (m³)	Hora de produção (h)	Consumo por hora de produção (h/m³)
2004	20.445	375.078	0,05
2005	22.341	539.529	0,04
2006	28.408	571.968	0,05

Em 2006, a unidade de Pederneiras aumentou seu consumo de água devido ao aumento da produção com as novas linhas de produtos.

Geração de efluentes

Pela estação de tratamento das unidades passam tanto o efluente doméstico como o industrial. O efluente final é liberado para o meio ambiente com valores abaixo dos parâmetros estabelecidos pela legislação vigente (Conama 357), atendendo também aos requisitos ambientais do Grupo Volvo.

GERAÇÃO DE EFLUENTES NA UNIDADE DE CURITIBA (PR)

	2004		2005		2006	
Parâmetro	(kg/ano)	(mg/l)	(kg/ano)	(mg/l)	(kg/ano)	(mg/l)
DQO	5.080,7	82,0	5.613,96	88,00	5.678,91	103,00
DBO	681,6	11,0	765,54	12,00	937,30	17,00
Cádmio	<0,3	<0,005	<0,319	<0,005	<5,514	<0,100
Cromo - total	<3,1	<0,050	<3,190	<0,050	<2,757	<0,050
Cobre	<3,1	<0,050	<3,190	<0,050	<5,514	<0,100
Chumbo	<3,1	<0,050	<3,190	<0,050	<2,757	<0,050
Níquel	11,2	0,200	12,759	0,200	8,822	0,160
Prata	<3,1	<0,050	<3,190	<0,050	<2,757	<0,050
Estanho	<31,0	<0,500	<31,898	<0,500	<27,568	<0,500
Zinco	15,5	0,300	6,380	0,100	2,757	0,050
Cianetos (CN)	<0,6	<0,010	<0,638	<0,010	<0,551	<0,010

*DBO e DQO não são parâmetros dos Requisitos Ambientais do Grupo Volvo (*Environmental Requirements*).
O controle é realizado com base em parâmetros estabelecidos pelo IAP – Instituto Ambiental do Paraná.

GERAÇÃO DE EFLUENTES NA UNIDADE DE PEDERNEIRAS (SP)

	2004	2005	2006	Requisitos Ambientais (Grupo Volvo)	CETESB Decreto nº 8468/76
Parâmetro	(mg/l)	(mg/l)	(mg/l)		
DQO	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
DBO	849,17	772,50	384,16	N/A	N/A
Cádmio	0,00	0,00	0,01	0,10	1,50
Cromo - hexavalente	0,07	0,01	0,00	0,10	1,50
Cobre	0,00	0,05	0,00	0,50	1,50
Níquel	0,01	0,03	0,03	0,50	2,00
Prata	0,00	0,01	0,00	0,10	1,50
Estanho	0,03	0,03	0,00	2,00	4,00
Mercúrio	0,00	0,00	0,00	0,05	1,50
Cianetos (CN)	0,04	0,10	0,00	0,20	0,20

*DBO e DQO não são parâmetros dos Requisitos Ambientais do Grupo Volvo (*Environmental Requirements*).

No estado de São Paulo, onde está localizada a unidade de Pederneiras, de acordo com o decreto nº 8.468/76, a DBO não é analisada como parâmetro de emissão de efluentes quando o efluente é lançado em corpo receptor público.

EXPEDIENTE

**Publicação editada pelo Departamento de Comunicação
Corporativa da Volvo do Brasil**

Diretor de Recursos Humanos e Assuntos Corporativos

Carlos Morassutti

Gerente de Comunicação Corporativa

Solange Fusco

Coordenação da publicação

Anaelse Oliveira

Levantamento de Informações/Pesquisa

Luciane Stefanos | Departamento de Comunicação
Corporativa - Volvo do Brasil

Produção e Edição de Texto

Luciane Stefanos | Departamento de Comunicação
Corporativa - Volvo do Brasil

Revisão de Texto

Pro-Page Traduções

Concepção Gráfica e Direção de arte

Straub Design

Design

Karina Onishi

Fotografia

Silvio Aurichio | Joel Rocha | Zig Koch | Banco de Imagens Volvo

CTP e Impressão

Serzegraf Indústria Editora Gráfica Ltda.

Volvo do Brasil Veículos Ltda.

Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2600 - CIC

Fone: (41) 3317 8111 - Fax (41) 3317 8601

81260 900 | Curitiba - PR - Brasil

0800 411050 | www.volvo.com.br | ldv.br@volvo.com





The image features a solid teal background. In the top-left and bottom-right corners, there are clusters of overlapping circles. Some circles are solid light blue, while others are white outlines. The circles vary in size and are arranged in a way that suggests movement or a dynamic composition.

VOLVO