

RELATÓRIO SOCIOAMBIENTAL 2008

EXERCÍCIO 2007

30 ANOS FAZENDO O BRASIL RO

QUALIDADE

MEIO
AMBIENTE

BRASIL

RODAR

VOLVO



VOLVO, 30 ANOS FAZENDO O BRASIL RODAR



ÍNDICE

04	MENSAGEM DO PRESIDENTE	35	Estabelecer relações sólidas com os públicos estratégicos
06	PERFIL DA VOLVO: NO MUNDO E NO BRASIL	36	Compromissos públicos
06	Volvo. Uma marca respeitada em todo o mundo	37	Prêmios e reconhecimentos
08	Presença forte nos cinco continentes	38	ESTRATÉGIA E GESTÃO
10	Volvo do Brasil: 30 anos fazendo o país rodar	44	DIÁLOGO ATIVO COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS
12	Os principais números da Volvo do Brasil em 2007	47	Clientes
13	Evolução da produção brasileira	53	Fornecedores
14	UMA HISTÓRIA FORTALECIDA POR VALORES	54	Poder público e instituições Empresariais
16	"The Volvo Way"	56	Ampla rede de distribuição
18	Os valores corporativos norteiam a história da Volvo no mundo e no Brasil	58	Comunidade interna
20	A Trajetória socioambiental da Volvo no Brasil	80	Comunidade externa
28	A VOLVO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	112	MEIO AMBIENTE
32	Criar valor para os públicos estratégicos	115	Redução do impacto ambiental dos produtos Volvo
33	Contribuir com o desafio climático	120	Redução do impacto ambiental nas atividades produtivas
34	Desenvolver produtos mais eficientes	121	Indicadores ambientais
		132	ÍNDICE REMISSIVO GRI
		134	EXPEDIENTE E CRÉDITOS

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Em 2007, o Grupo Volvo celebrou 80 anos de fundação e 30 anos de Brasil, contribuindo para fazer o País rodar. Para nós, isto vai muito além de oferecer ao mercado caminhões, ônibus, equipamentos de construção, motores marítimos e industriais de última geração e soluções financeiras. Significa estar comprometido com o desenvolvimento do Brasil, participando ativamente da sua transformação econômica, social e ambiental, por meio de ações norteadas por nossos valores corporativos: Qualidade, Segurança e Respeito ao Meio Ambiente.

Para a Volvo, a sustentabilidade provém do compartilhamento de valores e princípios que levam à melhoria contínua de sua atuação, orientada por resultados econômicos, de equidade social e de responsabilidade ambiental.

Estamos conscientes de que um processo de relacionamento sólido com nossos públicos estratégicos (*stakeholders*) é fundamental para o desenvolvimento de negócios sustentáveis. Nesse sentido, mantemos um processo estruturado de diálogo com nossos empregados, clientes, fornecedores, rede de concessionárias, distribuidores e importadores, representantes de instituições empresariais e com a comunidade do entorno da fábrica de Curitiba (PR). Essa iniciativa gera importantes informações, oportunidades e desafios envolvendo a comunicação, o relacionamento e ações junto a cada um desses públicos.

Alinhados aos objetivos globais do grupo, adotamos no Brasil diversas medidas para limitar o impacto ambiental de nossos produtos e de nossas operações, buscando reduzir tanto o consumo de água e energia como a geração de resíduos e emissão de gases do efeito estufa. Também inauguramos o Centro Volvo Ambiental com o objetivo de contribuir para a conscientização dos nossos empregados, seus familiares e da comunidade quanto aos desafios ambientais.

Na área social, seguimos avançando com a Fundação Solidariedade, com o programa de voluntariado, com uma gestão inovadora na área de Recursos Humanos e com o Programa Volvo de Segurança no Trânsito, que neste ano completou 20 anos de mobilização da sociedade em busca de um trânsito mais seguro.

Com um faturamento de R\$ 3,6 bilhões, encerramos 2007 ultrapassando a marca de 10 mil caminhões vendidos na América Latina, ampliando a nossa participação nos mercados de exportação de ônibus na América do Sul e contabilizando excelentes resultados na área de serviços financeiros, no segmento de equipamentos de construção e de motores marítimos e industriais. A Volvo foi considerada a quinta melhor empresa para trabalhar em todo o país, a melhor em saúde e a melhor do setor automotivo brasileiro em pesquisa realizada pelas revistas "Exame" e "Você S.A.", além de ser reconhecida como a montadora de caminhões mais admirada do Brasil de acordo com uma pesquisa realizada pela revista *Carta Capital* em conjunto com o instituto *TNS InterScience*.

Sabemos que ainda temos um longo caminho a percorrer em termos de gestão para a sustentabilidade, mas os resultados positivos alcançados até agora indicam que estamos no caminho certo e nos motivam a seguir trabalhando com energia, paixão e respeito pelas pessoas, o nosso jeito de ser.

Tommy Svensson

Presidente da Volvo do Brasil



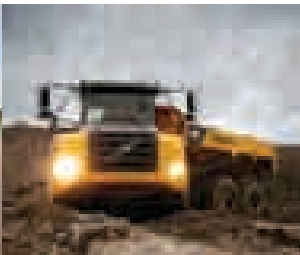
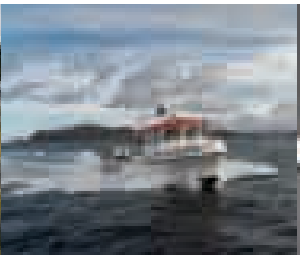
PERFIL DA VOLVO: NO MUNDO E NO BRASIL

VOLVO. UMA MARCA RESPEITADA EM TODO O MUNDO

Aprimoramento contínuo, *inovações tecnológicas* e esforços constantes em prol da *segurança* e da *redução do impacto ambiental* de seus produtos e operações são diferenciais que tornaram a marca Volvo respeitada em todo o mundo.



Sediado na Suécia, com operações comerciais em mais de 180 países, o Grupo Volvo é líder mundial em soluções voltadas para o transporte comercial, atuando em seis grandes áreas de negócios e com seis unidades de negócios (Volvo 3P, Volvo Powertrain, Volvo Parts, Volvo Technology, Volvo Logistics e Volvo Information Technology).

					
VOLVO TRUCKS, RENAULT TRUCKS, NISSAN DIESEL E MACK TRUCKS	VOLVO CONSTRUCTION EQUIPMENT	VOLVO BUSES	VOLVO PENTA	VOLVO FINANCIAL SERVICES	VOLVO AERO
Caminhões	Equipamentos de construção	Ônibus	Motores marítimos e industriais	Serviços financeiros	Turbinas e propulsores para aeronaves comerciais e foguetes

Volvo 3P planejamento e desenvolvimento de produtos e compras

Volvo Powertrain desenvolvimento e manufatura de trens de força

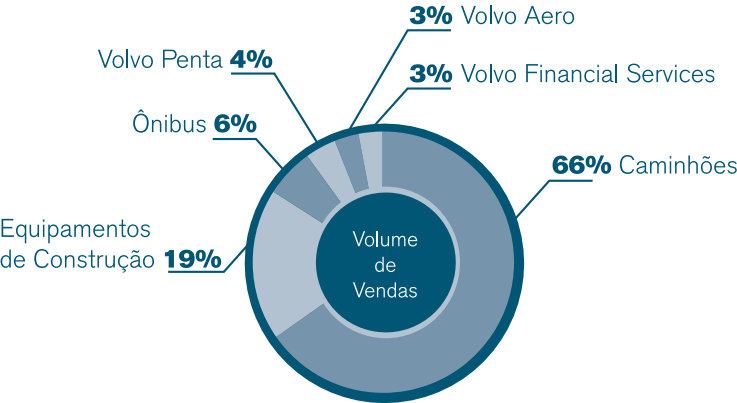
Volvo Parts serviço e peças para o pós-vendas

Volvo Technology desenvolve novas tecnologias e conceitos comerciais

Volvo Logistics desenvolve e fornece soluções em transporte e logística

Volvo Information Technology provedor de soluções em TI

Volume mundial de vendas por área de negócios em 2007



PRESENÇA FORTE NOS CINCO CONTINENTES

Perfil do Grupo Volvo

102.000
empregados

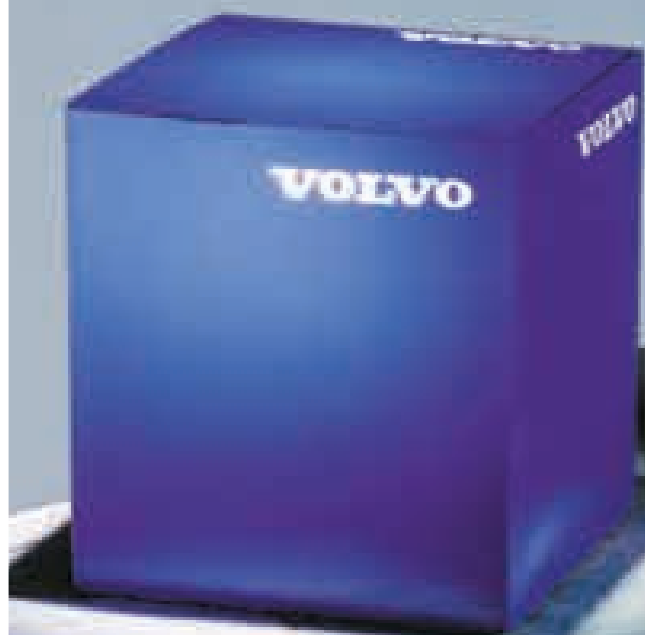
42

Faturamento em 2007:
US\$ 42 bilhões

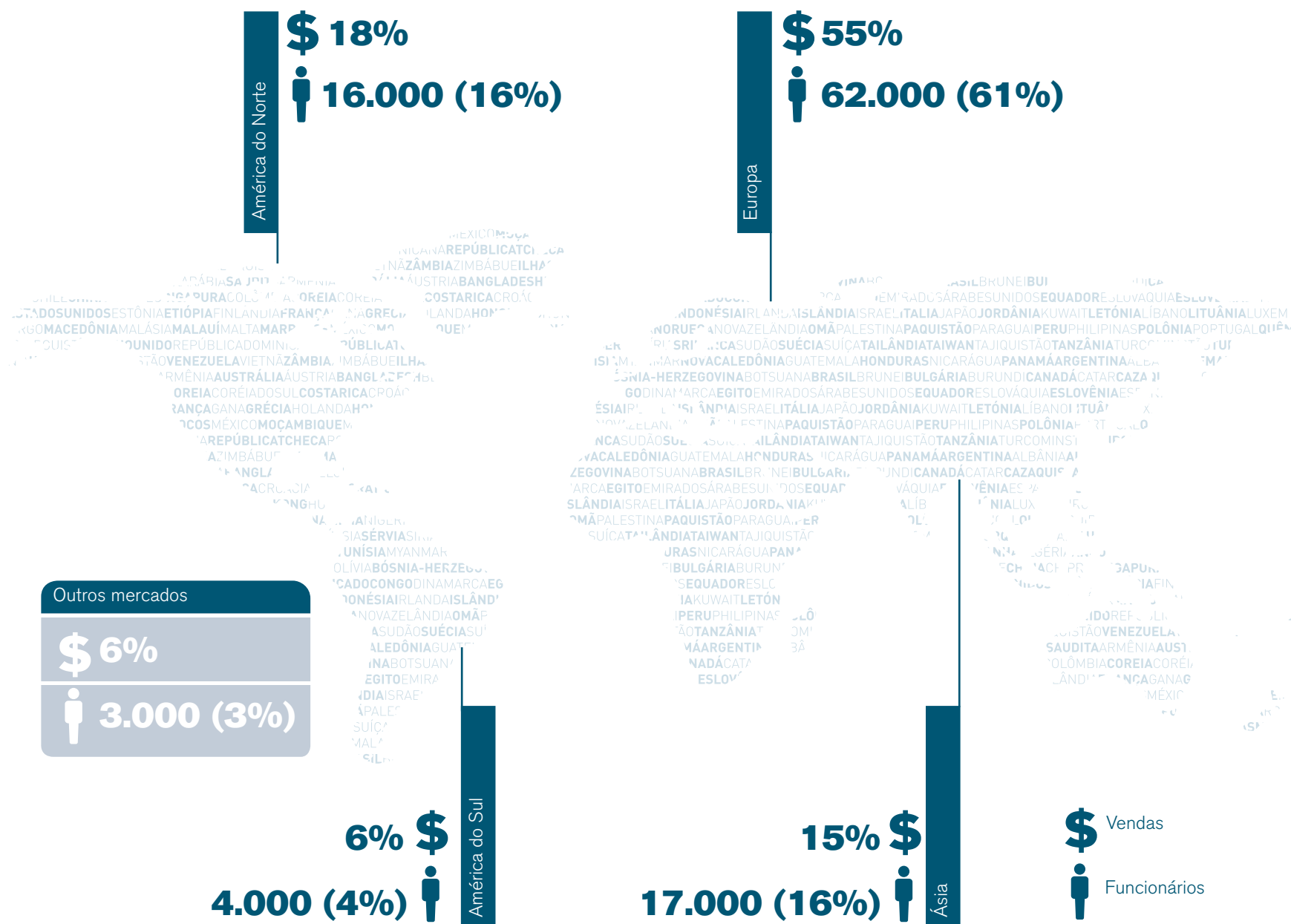
Fábricas em
19 países

180

Operações comerciais em
mais de 180 países



Volume de vendas e quantidade de funcionários distribuídos ao redor do mundo em 2007



Em 2007, a Volvo comemorou 30 anos da instalação da sua primeira fábrica brasileira, em Curitiba (PR). Entretanto, desde a década de trinta os caminhões e ônibus Volvo contribuem com a construção da história recente da nação brasileira.

Atualmente, a Volvo possui duas unidades industriais no Brasil: em Curitiba (PR) e em Pederneiras (SP). A Volvo do Brasil também responde pelos negócios do Grupo em toda a América do Sul.

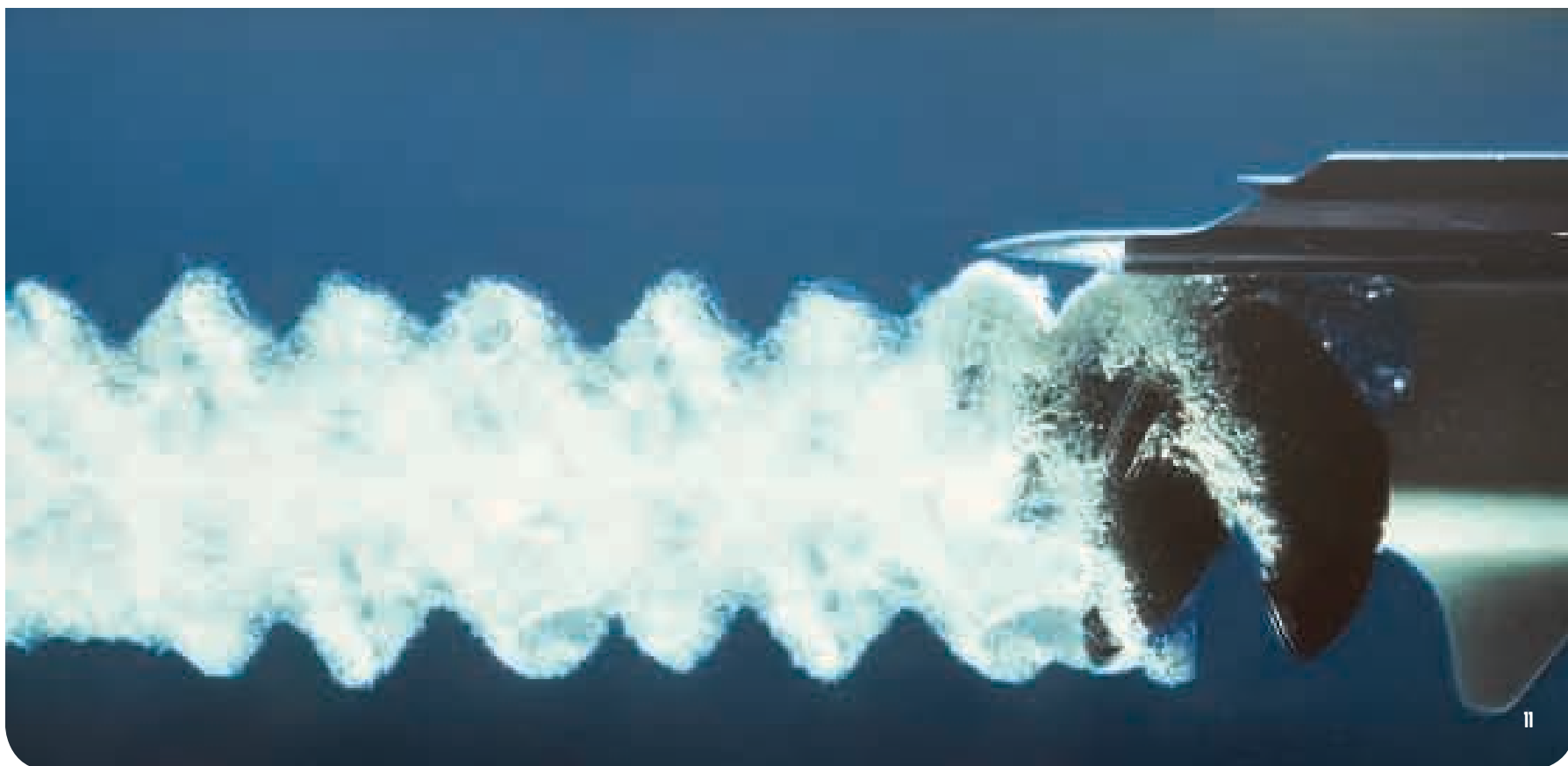


VOLVO DO BRASIL:





30 ANOS FAZENDO O PAÍS RODAR



OS PRINCIPAIS NÚMEROS DA VOLVO DO BRASIL EM 2007

3.103
empregados

3,6
Faturamento de
R\$ 3,6 bilhões

150 mil
Mais de 150 mil
veículos produzidos
e comercializados no
Brasil desde 1977

Na fábrica de **Curitiba (PR)** são produzidos caminhões pesados, semipesados e chassis de ônibus. A Volvo ocupa um terreno de **1,3 milhão de metros** quadrados, com uma área construída de **96 mil metros** quadrados, e emprega **2.409 funcionários**.

No mesmo local, está situado um moderno Centro de Distribuição de Componentes que reúne um completo estoque com mais de **60 mil peças** para todos os produtos da marca Volvo. O Centro opera 24 horas e atende a toda a América do Sul.

Em **Pederneiras (SP)** está instalada a fábrica de equipamentos de construção, onde são produzidos caminhões articulados, pás-carregadeiras, minicarregadeiras, motoniveladoras

e escavadeiras. A Volvo Construction Equipment ocupa um terreno de **430 mil** metros quadrados, com uma área construída de **41 mil** metros quadrados, e emprega **694 funcionários**.

No **Rio de Janeiro (RJ)**, a Volvo Penta importa e comercializa tanto motores marítimos para atividades de lazer ou serviços como motores industriais para diversas aplicações, como, por exemplo, grupos geradores.

Sediada em **Curitiba (PR)**, a Volvo Financial Services é responsável pelos Financiamentos Volvo (Brasil), pelo Consórcio Volvo, pelo Leasing Volvo e pelos Seguros Volvo. Trabalha em sintonia com as demais unidades de negócios para oferecer soluções integradas aos clientes para a aquisição e proteção dos seus produtos Volvo.

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO BRASILEIRA



CURITIBA | PR

Produto	2005	2006	2007
Caminhões pesados (CBU)	6.488	6.013	7.099
Caminhões pesados (CKD)*	1.800	0	0
Caminhões semipesados	1.842	2.258	3.515
Chassis de ônibus (CBU)	2.006	1.003	1.205
Chassis de ônibus (CKD)	81	135	76
Cabines pintadas	9.492	9.378	17.389
Motores	8.864	6.583	7.810
Blocos de motores	19.520	9.967	13.345

CBU: veículo completo | CKD: envio de partes do veículo a ser montado no destino
*A redução da produção de unidades CKD de caminhões pesados, em 2007, 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	2005	2006	2007
Pá-carregadeira	851	840	802
Caminhão articulado	624	770	819
Motoniveladora	80	97	276
Minicarregadeiras*	-	20	738
Escavadeiras**	-	137	284
Chassis de pá carregadeira - exportação	1.484	1.637	1.765
Eixos	306	4.654	4.538

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

UMA HISTÓRIA FORTALECIDA POR VALORES



“THE VOLVO WAY”



ESPEITO ÀS PESSOAS TRABALHADORAS
E A EQUIPE VALORES CULTURAIS CORPORATIVOS
ATIVIDADE DE TRABALHO DIVERSIDADE

Em todo o mundo, o **respeito às pessoas** e o **trabalho em prol da equipe** são a base para o ambiente de trabalho na Volvo. Estes princípios estão consolidados no “**The Volvo Way**” que apresenta os **valores, a cultura corporativa, a forma de trabalho** e inclui também temas contemporâneos, como a diversidade de gênero, raça e cultura. Criado em 1998 e traduzido para 11 idiomas, o documento é constantemente atualizado e distribuído a todos os empregados do Grupo Volvo, estimulando-os a discutir seu conteúdo com colegas e chefes imediatos.

Nossa MISSÃO	Nossa VISÃO
Ao criar valor para os nossos clientes, nós criamos também valor para os nossos acionistas. Nós usamos o nosso conhecimento para desenvolver soluções de transporte 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.	Ser reconhecido como o fornecedor líder mundial em soluções de transporte comercial.
Nosso OBJETIVO	Nossa CULTURA
Ser o número um em imagem de marca e satisfação dos clientes. Apresentar uma rentabilidade sustentável acima da média. Ser o primeiro ou segundo em tamanho ou ter um índice de crescimento superior.	No Grupo Volvo – com as nossas estratégias, marcas, culturas nacionais e diferentes perspectivas – ambicionamos criar uma cultura competitiva e atrativa, com base nos princípios do “The Volvo Way”.
Nossos VALORES	Como TRABALHAMOS
Qualidade, Segurança e Respeito ao Meio Ambiente são os nossos Valores Corporativos fundamentais, estabelecidos pelos nossos fundadores em 1927. As nossas operações devem sempre ter como base a nossa preocupação com as pessoas.	Foco no cliente / Diálogo aberto / Espírito de empresa / Trabalho em equipe / Liderança / Energia / Paixão e respeito pelas pessoas.
Do discurso À AÇÃO	Ganhando a confiança DO MUNDO
Temos que ser empreendedores, estar aptos a passar do discurso à ação e progredir mais rapidamente do que os nossos concorrentes. Isso exige a capacidade de quantificar, medir e fornecer.	O nosso comportamento como indivíduos e enquanto organização assegura e enfatiza nossos valores. Atuando em sintonia com os nossos valores e princípios, contribuimos para afirmar a credibilidade corporativa do Grupo Volvo e preservar a tradição de responsabilidade socioambiental. As nossas diretrizes éticas, delineadas no Manual de Conduta, compreendem princípios empresariais fundamentais e o respeito pelos direitos humanos de acordo com as declarações da ONU.

OS VALORES CORPORATIVOS NORTEIAM A HISTÓRIA DA VOLVO NO MUNDO E NO BRASIL



A história do Grupo Volvo teve início em 1927 com a produção do primeiro carro na Suécia. A dificuldade de se trafegar pelas estradas suecas durante o rigoroso e longo inverno motivou os fundadores do grupo, Assar Gabrielson e Gustaf Larson, a desenvolver veículos com durabilidade e qualidade superiores que acabaram conquistando o mercado.

Ao comemorar **80 anos** de fundação e **30 anos de atuação no Brasil**, o Grupo Volvo orgulha-se ter a sua história fundamentada em três valores corporativos: **qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente.**



O primeiro caminhão fabricado pela Volvo, em 1928, desenvolvia 28 cavalos e carregava 1,5 toneladas.

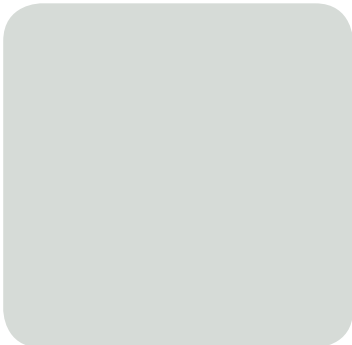




QUALIDADE



Qualidade está associada com oferecer produtos que beneficiem os consumidores e a sociedade como um todo

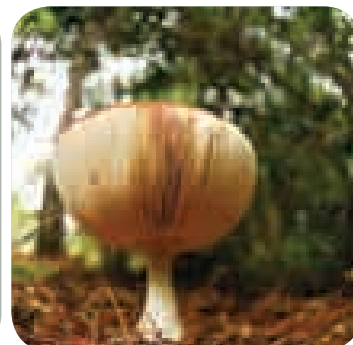


SEGURANÇA

Segurança envolve minimizar riscos e prevenir acidentes

Respeito ao meio ambiente expressa o compromisso do Grupo Volvo em prol do desenvolvimento de veículos menos poluentes e da redução do impacto ambiental gerado por suas unidades

MEIO AMBIENTE



Os valores corporativos também proporcionam uma base sólida para a Volvo exercer seu papel de empresa cidadã

A TRAJETÓRIA SOCIOAMBIENTAL DA VOLVO NO BRASIL

- Fundação da Volvo na Suécia por Assar Gabrielson e Gustaf Larson.



- Inauguração da fábrica de Pederneiras (SP), ainda como Equipamentos Clark S.A.



1927

1934

1975

1977

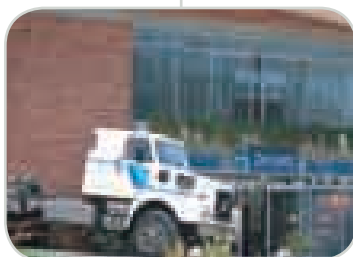


- Primeiras operações da Volvo no Brasil



- Constituição da Volvo do Brasil Veículos Ltda. e da Volvo Penta no Rio de Janeiro (RJ).

- Início da construção em Curitiba (PR) da primeira fábrica da Volvo no Brasil, que contou com a primeira estação de tratamento de efluentes industriais da Cidade Industrial de Curitiba (CIC).
- Lançamento do jornal "O Viking", primeiro veículo de comunicação com os empregados.



- Inauguração da fábrica de Curitiba e início da produção de caminhões no Brasil.
- Primeira SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho).
- Fundação da Associação Viking, voltada a atividades de lazer, culturais e esportivas para os empregados e seus dependentes.

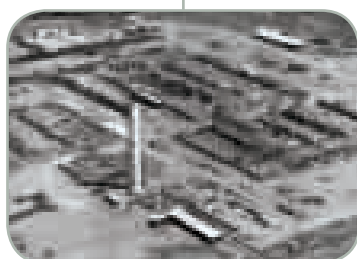


1978

1979

1980

1981



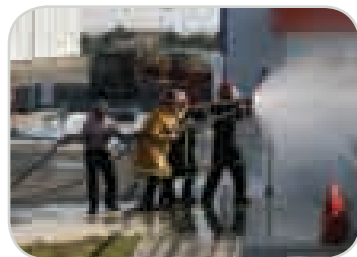
- Início da produção de ônibus no Brasil.
- Indicação dos primeiros concessionários.
- Criação da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes).



- Criação do Banco de Idéias, experiência pioneira de um modelo de gestão participativa.
- Implantação do VOAR (Volvo Atendimento Rápido), oferecendo atendimento de pós-venda aos clientes, que viria a se tornar um marco na indústria automobilística brasileira.

- Lançamento da Revista Eu Rodo, voltada aos clientes e fornecedores.

- A Volvo conquista o Prêmio Opinião Pública com a "Batalha dos Pesados".



- Aquisição da marca Michigan, alterando a denominação da Equipamentos Clark Ltda. para Michigan Máquinas e Equipamentos Ltda.

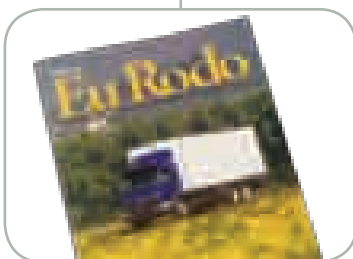


1982

1983

1985

1986



- Lançado o Programa de Qualidade Volvo.
- Criada a Brigada de Incêndio.



- Implantação do Programa Seja Bem-vindo para receber a família dos empregados na fábrica.



- Lançamento do Programa Volvo de Segurança nas Estradas, em comemoração aos 10 anos da Volvo no Brasil. Nascia assim o embrião do Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST).

- Aquisição da Clark Michigan Máquinas e Equipamentos pelo Grupo Volvo, passando a se denominar VME Brasil Equipamentos Ltda.



- Criação da Fundação Solidariedade, voltada ao atendimento a crianças e adolescentes em situação de risco social. O projeto foi concebido por empregados do Brasil e da Suécia.



1987

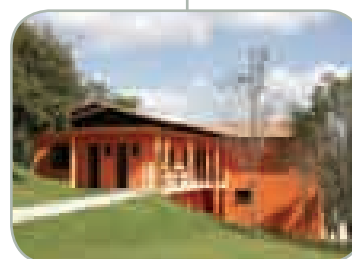
1988

1989

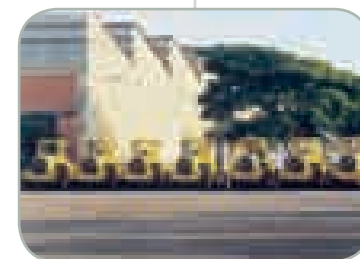
1990



- Início das atividades da Comissão de Fábrica, uma iniciativa pioneira no Paraná, que incentiva os empregados a participarem da gestão da empresa.



- O Programa Volvo de Segurança no Trânsito conquista o prêmio IPRA, conferido em âmbito mundial pela Associação Internacional de Relações Públicas.



- Implantação do Vikingprev, plano suplementar de aposentaria para os empregados.

- Conquista do Grande Prêmio Brasil da ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) pela excelência na comunicação.



- A Volvo conquista o Prêmio Ambiental do jornal Gazeta Mercantil.

1992

1993

1994

1995

- Criação da Volvo Serviços Financeiros, atualmente Volvo Financial Services.



- A Volvo torna-se uma das primeiras empresas no Brasil a implantar um sistema de participação nos resultados para seus empregados e a reduzir a jornada de trabalho dos funcionários horistas para 40 horas semanais.

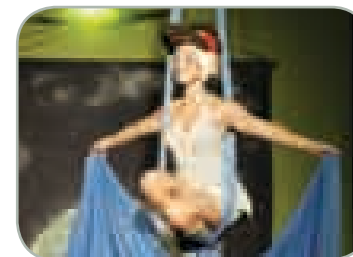
- A VME Equipamentos Ltda. passa a ser denominada Volvo Equipamentos de Construção Ltda.

- Conquista da Certificação ISO 9001

Por decisão dos empregados, o fumo passa a ser abolido nas dependências da empresa. São criados locais especiais para os fumantes (fumódromos).



- Incorporação da Volvo Equipamentos de Construção e Volvo Penta à Volvo do Brasil Veículos Ltda.
- Lançamento do Volvo Leasing.



1996

1997

1999

2000



- Forma-se o grupo-piloto das equipes autogerenciáveis, por meio das quais os empregados passam a participar do gerenciamento dos processos produtivos.

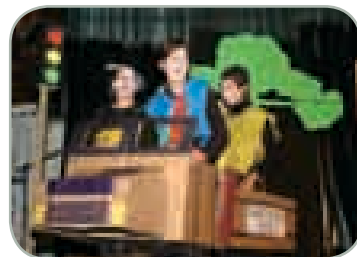


- Certificação da fábrica de Curitiba pela norma ISO 14001.
- Início da Caravana Ecológica, um projeto ambiental com foco na conscientização da sociedade e, em especial, dos caminhoneiros contra o tráfico de animais silvestres no Brasil, além de outros temas ambientais como o consumo responsável de água e cuidados ao trafegar com cargas perigosas em áreas de mananciais.
- A Revista "O Viking" conquista o prêmio nacional na categoria revistas internas da ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial).

- Entra em operação o Centro de Entregas Volvo (CEV) para capacitar os motoristas de caminhão nos aspectos técnicos do veículo e na direção segura.

- A fábrica de Pederneiras recebe a certificação ISO 14.001.

- O projeto Caravana Ecológica é reconhecido tanto em âmbito internacional como nacional, recebendo o prêmio IPRA, conferido pela Associação Internacional de Relações Públicas, o prêmio nacional da ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) na categoria projetos à comunidade e o prêmio destaque no marketing concedido pela ABMN (Associação Brasileira de Marketing e Negócios).



- A Volvo inicia o apoio ao Projeto ProLago do Iraí para conscientizar os caminhoneiros de cargas perigosas sobre o risco de acidentes. O apoio aconteceu até 2005, quando o projeto foi encerrado.



2001

2002

2003

2004



- O Projeto Transitando, integrante do Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST), conquista o prêmio nacional da ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) na categoria projetos à comunidade.
- O Projeto Caravana Ecológica recebe o Prêmio Expressão de Meio Ambiente na categoria marketing ecológico.



- A Volvo do Brasil conquista o Prêmio FAE/FIEP de Responsabilidade Social e o Programa Volvo de Segurança no Trânsito conquista o Prêmio Zilda Arns de Responsabilidade Social concedido pela FIEP (Federação das Indústrias do Estado do Paraná).

- A Volvo participou pela primeira vez da pesquisa realizada pelo Guia EXAME / VOCÊ S/A., que elege as melhores empresas para se trabalhar, e figurou entre as 150 melhores.



- Na mesma publicação, a Volvo é indicada como a melhor empresa na área de saúde e a 5ª melhor empresa para se trabalhar no Brasil.
- O Centro Volvo Ambiental é inaugurado em Curitiba (PR)

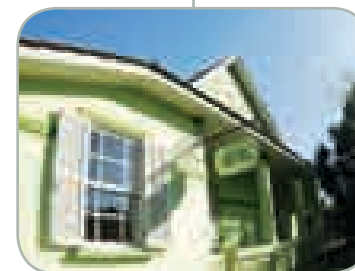
2005

2006

2007

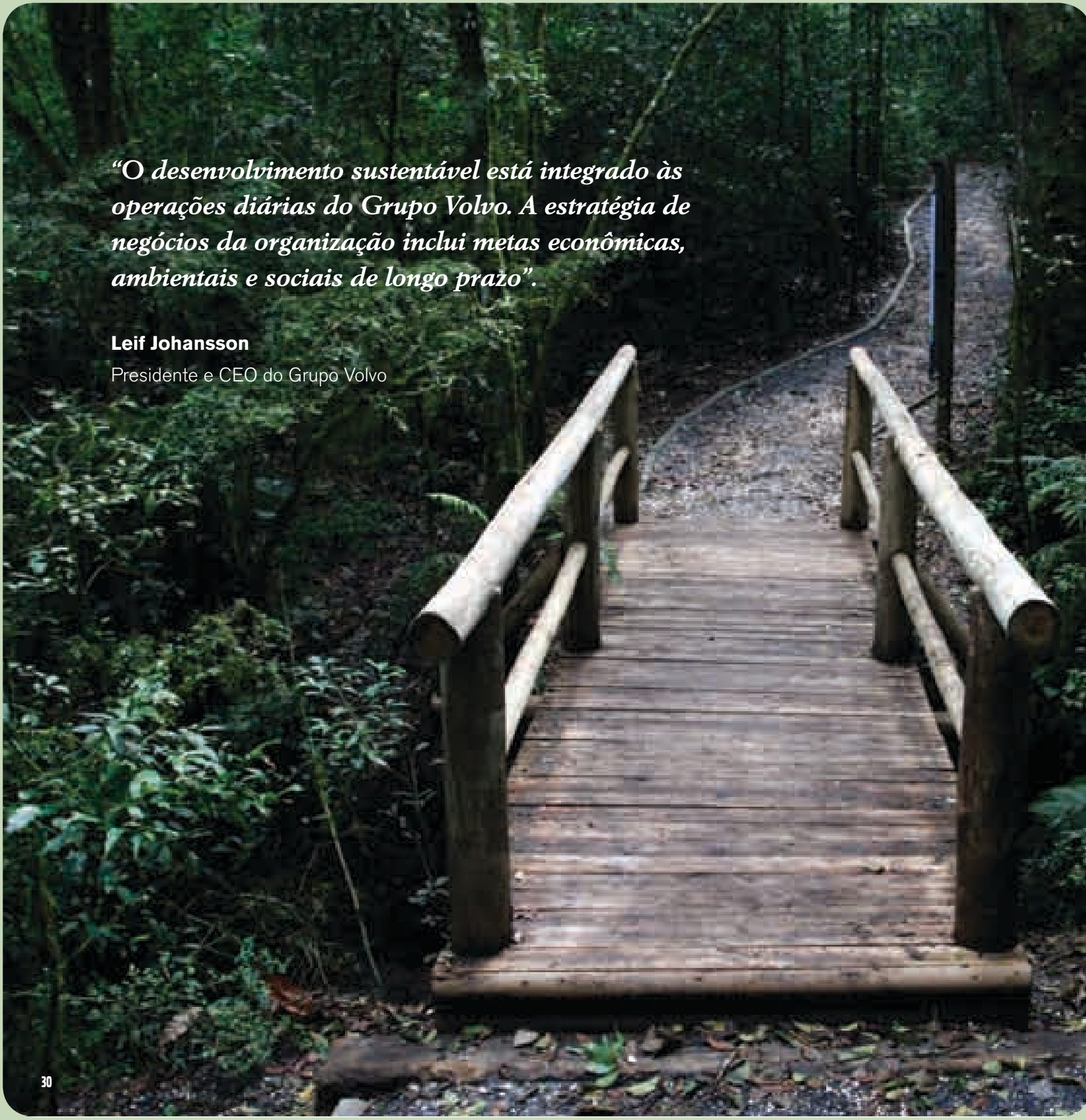


- A empresa foi destaque nacional no Guia EXAME / VOCÊ S/A. em razão das práticas adotadas na área de saúde e que beneficiam diretamente todos os empregados e dependentes.
- Sete práticas de responsabilidade Socioambiental Corporativa foram destaque no Guia Exame Boa Cidadania: Código de Conduta, Programa Volvo de Qualidade de Vida, Programa Volvo de Educação, Programa Volvo de Segurança no Trânsito, Projeto Tansitando e programa de gerenciamento de resíduos sólidos e otimização de consumo de energia e água.



A VOLVO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



A photograph of a rustic wooden bridge with log railings, crossing a small stream in a dense forest. The bridge is made of weathered wooden planks and is surrounded by lush green foliage and trees. The scene is peaceful and natural.

“O desenvolvimento sustentável está integrado às operações diárias do Grupo Volvo. A estratégia de negócios da organização inclui metas econômicas, ambientais e sociais de longo prazo”.

Leif Johansson

Presidente e CEO do Grupo Volvo

Para a Volvo, a sustentabilidade provém do compartilhamento de valores e princípios que levam à melhoria contínua de sua atuação, orientada por **resultados econômicos, equidade social e responsabilidade ambiental**. Nesse sentido, o desenvolvimento sustentável é um pré-requisito fundamental para a organização agregar valor para clientes e acionistas e atingir resultados positivos e diferenciados no longo prazo. Em todos os 180 países onde atua, a Volvo faz parte da vida de milhões de pessoas e, por isso, concentra esforços para exercer seu papel de empresa cidadã.

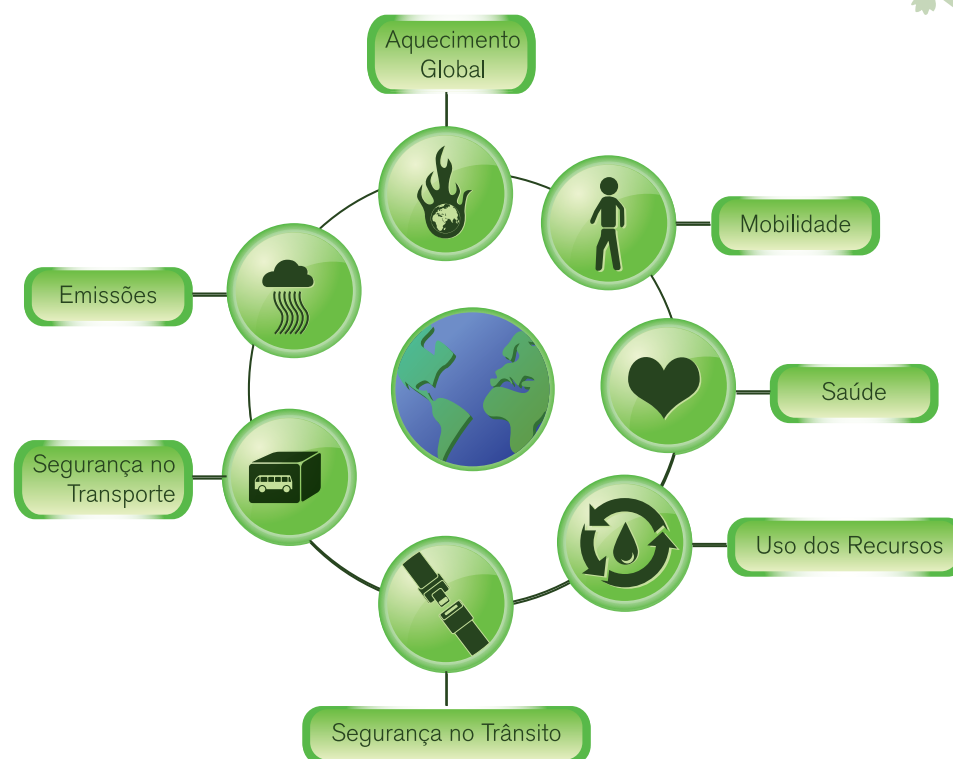
O Código de Conduta, criado em 2003 e distribuído a todos os empregados, e os Valores Corporativos (Qualidade, Segurança e Respeito ao Meio Ambiente) constituem os pilares da Política de Sustentabilidade do Grupo Volvo.

Sustentabilidade em foco



Como uma das organizações líderes mundiais no segmento automotivo, o Grupo Volvo decidiu focar seus esforços em temas que englobam questões bastante significativas em termos de sustentabilidade e que também costumam ser evidenciados na interação com os **vários públicos estratégicos** (clientes, concessionários, distribuidores, fornecedores, empregados, investidores e a sociedade em geral).

Com base nestes temas, o Grupo Volvo elegeu quatro grandes prioridades estratégicas em termos de sustentabilidade: **criar valor para os públicos estratégicos, contribuir com o desafio climático, desenvolver produtos mais eficientes, estabelecer sólidas relações com os públicos estratégicos.**



CRIAR VALOR PARA OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

O desenvolvimento do Grupo Volvo continuará a ser orientado por negócios sustentáveis, em linha com os valores corporativos de Qualidade, Segurança e Respeito ao Meio Ambiente. A organização acredita que o sucesso empresarial e o desenvolvimento sustentável estão estreitamente relacionados e atuam como conceitos interdependentes. Nesse sentido, o Grupo Volvo almeja apresentar uma taxa de crescimento de, pelo menos, 10% ao ano e uma margem operacional mínima nas atividades industriais de 7%.

2007. Um ano de resultados positivos

As vendas globais do Grupo Volvo cresceram **10%** e a receita operacional registrou um incremento de **9%**. A organização acredita que investimentos em pesquisa e desenvolvimento associados à oferta de um amplo e moderno leque de soluções são vitais para a conquista de um desempenho econômico favorável em uma perspectiva de curto, médio e longo prazo. Neste sentido, investiu **3,9%** do resultado líquido das suas vendas em pesquisa e desenvolvimento.

Graças à lucratividade do Grupo Volvo em 2007, SEK 450 M em ganhos do ano foram alocados para o programa de participação nos lucros dos colaboradores do Grupo.

Mais informações sobre os resultados do Grupo Volvo podem ser encontradas no endereço eletrônico: http://www.volvo.com/group/global/en-gb/investors/reports/annual_reports/annual_report_2007.htm

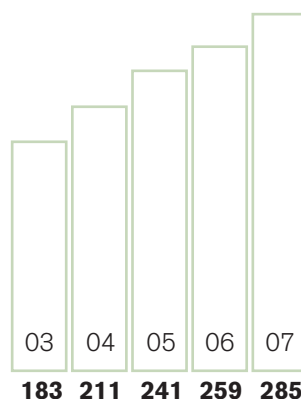
No Brasil, a Volvo prosseguiu com a seqüência de resultados positivos registrados nos exercícios anteriores.

Com um faturamento de **R\$ 3,6 bilhões**, a Volvo encerrou 2007 ultrapassando a marca de 10 mil caminhões vendidos na América Latina - 7,9 mil unidades somente no Brasil - resultado 50% superior aos 5,1 mil veículos comercializados no país em 2006.

Somente o Volvo VM teve um desempenho de vendas 104% superior ao mesmo período de 2006.

A Volvo Bus Latin America ampliou sua participação nos mercados de exportação da América do Sul de 23% para 26%. Foram vendidos cerca de 1,2 mil ônibus no Brasil e nos demais mercados onde atua.

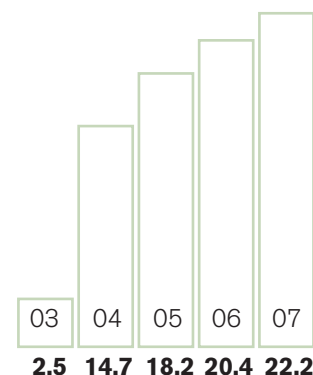
Vendas líquidas do Grupo Volvo
(em bilhões de coroas suecas - SEK)



A Volvo Financial Services Latin America também teve um bom resultado em 2007, com US\$ 1,3 bilhão em ativos, US\$ 400 milhões em financiamentos e US\$ 47 milhões em prêmios de seguros.

A Volvo Construction Equipment Latin America registrou vendas recordes em 2007: foram 2504 unidades no continente e 1017 no Brasil. As vendas no continente sul-americano cresceram 74% no período, saltando de 1436 unidades em 2006 para 2504 máquinas em 2007. Só no Brasil, o crescimento das vendas foi de 57%.

Receita operacional do Grupo Volvo
(em bilhões de coroas suecas - SEK)



CONTRIBUIR COM O DESAFIO CLIMÁTICO

O aquecimento global e o seu impacto no clima são um dos maiores desafios socioambientais da atualidade. O

Grupo Volvo está comprometido em contribuir para que esses efeitos sejam amenizados, trabalhando em duas frentes: visando reduzir o consumo energético nas atividades produtivas, bem como desenvolver produtos com maior eficiência energética, que utilizem combustíveis renováveis.

A primeira fábrica de veículos do mundo livre de dióxido de carbono

O Grupo Volvo está desenvolvendo um ambicioso programa de redução das emissões de dióxido de carbono (CO₂) nas fábricas do grupo. As metas prevêm o aumento das fontes livres de CO₂ e a redução no consumo de energia por unidade fabricada. Em 2007, a organização transformou a fábrica de caminhões localizada em Ghent, na Bélgica, na primeira fábrica de veículos livre de dióxido de carbono. Para tal, aumentou a eficiência do uso de energia e substituiu as fontes de energia fóssil por energia eólica e biocombustíveis. A bem-sucedida experiência está sendo estendida para as fábricas de Tuve e Umea, ambas na Suécia.

A Volvo do Brasil está totalmente alinhada com o programa de redução de emissões de CO₂ do Grupo Volvo. Na fábrica localizada em Curitiba (PR), o índice de redução já ultrapassa 15% por unidade fabricada. Além disso, a unidade também conseguiu aproveitar a energia que é produzida na linha de montagem e na fábrica de motores em outras atividades da planta.

DESENVOLVER PRODUTOS MAIS EFICIENTES

O processo de desenvolvimento de produtos, serviços e soluções logísticas do Grupo Volvo está voltado para a criação de soluções que agreguem o maior valor possível do ponto de vista da sustentabilidade.

Motor híbrido: economia de combustível e baixas emissões de CO₂

A Volvo desenvolveu uma solução híbrida para veículos pesados que combina o motor diesel com um motor elétrico. O caminhão somente pode acelerar sob potência elétrica, o que possibilita menor consumo de combustível, emissões reduzidas e baixos níveis de ruído.

Os resultados já são muito promissores. Os cálculos indicam que a economia de combustível pode chegar a 35% com a correspondente redução no impacto ambiental.



ESTABELECEER RELAÇÕES SÓLIDAS COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

Um processo de relacionamento sólido com os públicos estratégicos é fundamental para o desenvolvimento de negócios sustentáveis. O Grupo Volvo está consciente da importância de se estabelecer parcerias baseadas na ética, na transparência e no diálogo, tendo como base sua visão, seus valores e sua cultura corporativa.

A Volvo é eleita a quinta melhor empresa para trabalhar no Brasil

Em 2007, a Volvo foi considerada a quinta melhor empresa para trabalhar em todo o País, a melhor em saúde e a melhor do setor automotivo brasileiro em pesquisa realizada pelas revistas “Exame” e “Você S.A.”. A nota final da Volvo – o chamado “índice de felicidade no trabalho” – foi de 86,6. É a primeira vez que a Volvo aparece entre as dez melhores para trabalhar no Brasil naquele que é considerado o estudo mais profundo de ambiente de trabalho nas empresas, realizado há 11 anos pela Editora Abril.

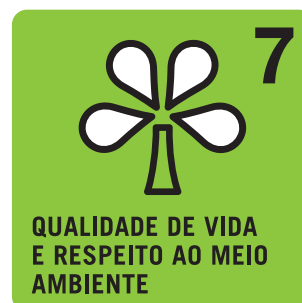
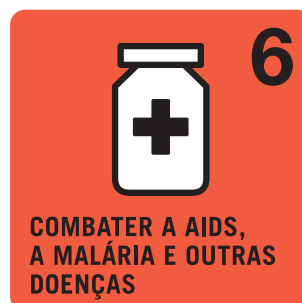
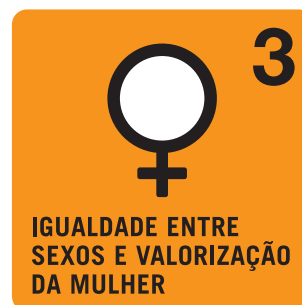
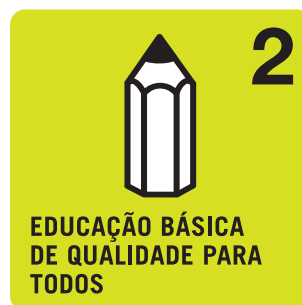


COMPROMISSOS PÚBLICOS

Pacto Global e Objetivos do Milênio

O Grupo Volvo é signatário do **Pacto Global (Global Compact)** criado pela Organização das Nações Unidas (ONU) para disseminar princípios relacionados a quatro áreas: Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Proteção Ambiental e Anticorrupção.

A organização também procura contribuir para que o Brasil cumpra os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio formalizados na Declaração do Milênio, uma iniciativa da ONU. Por meio dela, os 189 países signatários comprometeram-se a atingir até 2015 condições mínimas para o desenvolvimento sustentável, consolidadas em oito grandes objetivos.



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Internacionais

Índice de Sustentabilidade Dow Jones

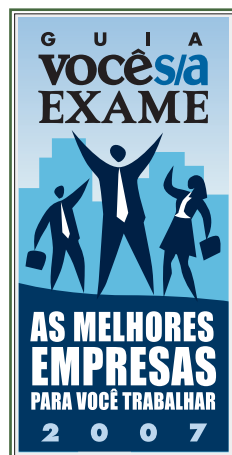
Pelo sexto ano consecutivo, o Grupo Volvo ficou bem posicionado no *Dow Jones Sustainability Index* da Bolsa de Valores de Nova York, com destaque para as áreas de meio ambiente e governança corporativa.

Globe Forum

A Globe Forum realizou uma pesquisa relativa a práticas de responsabilidade social corporativa dentre as 67 empresas suecas listadas na Bolsa de Valores de Estocolmo (OMX Nordic Exchange). O Grupo Volvo ocupou a segunda posição, conquistando 38 pontos de um total de 40.

Folksam Index

O Grupo Volvo ocupa também posição de destaque no mercado sueco em responsabilidade social corporativa, de acordo com a pesquisa realizada pela seguradora Folksam. Na categoria de direitos humanos, a organização recebeu uma distinção especial.



Nacionais

A montadora de caminhões mais admirada do Brasil

A Volvo foi reconhecida como a mais admirada entre as montadoras de caminhões do Brasil, segundo a pesquisa "As empresas mais admiradas do Brasil", feita pela revista *Carta Capital* em conjunto com o instituto *TNS InterScience*. A escolha das mais admiradas é feita por meio de entrevistas com executivos das maiores empresas instaladas no país.

Vencedora regional do Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho

Dentre as empresas de grande porte da região sul, a Volvo foi vencedora do Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho (PSQT). O Prêmio é uma iniciativa dos empresários industriais brasileiros, desenvolvida pelo Serviço Social da Indústria (SESI), com o objetivo de estimular a responsabilidade social corporativa e reconhecer publicamente o esforço do empresariado em adotar medidas que garantam qualidade de vida aos seus funcionários. As empresas são avaliadas nas áreas de Sistema de Gestão de Pessoas; Educação e Desenvolvimento; Qualidade de Vida e Desenvolvimento Socioambiental.

Uma das 10 melhores empresas para se trabalhar no Brasil

Em 2007, a Volvo foi considerada a quinta melhor empresa para trabalhar em todo o país, a melhor em saúde e a melhor do setor automotivo brasileiro, em pesquisa realizada pelas revistas "Exame" e "Você S.A."

ESTRATÉGIA E GESTÃO





A Volvo do Brasil adota, desde 2003, o Modelo de Excelência da Gestão (MEG) desenvolvido pela FNQ – Fundação Nacional da Qualidade, uma instituição brasileira, sem fins lucrativos, que há 15 anos se dedica a estudar, debater e disseminar a excelência na gestão empresarial. O MEG analisa a organização de uma forma ampla e integrada, incluindo funcionários, clientes, fornecedores, concessionários, sociedade, meio ambiente, processos e resultados. A Volvo adotou esse modelo com o objetivo de incorporar práticas de gestão de classe mundial e evoluir continuamente rumo à excelência na gestão.

Governança corporativa: transparência e credibilidade na gestão

Para o Grupo Volvo, um sistema de governança corporativa sólido e estruturado é fundamental para se estabelecer uma relação de confiança com todos os públicos estratégicos.

O sistema de governança da Volvo no Brasil, assim como nas demais unidades do Grupo, tem suas estruturas e políticas direcionadas pelo “The Volvo Way”, que sintetiza a filosofia empresarial da organização e se caracteriza por sua transparência, confiabilidade e valores éticos.

Os valores e princípios que regem a governança corporativa na Volvo são reforçados por políticas estratégicas nas áreas de **Qualidade, Meio Ambiente, Ambiente de Trabalho e pelo Manual de Conduta.**

Em sintonia com os valores corporativos, todas as unidades do Grupo possuem áreas gestoras das funções de Qualidade, Segurança e Meio Ambiente, que estão ligadas a um Conselho Mundial que proporciona suporte consultivo, técnico e estratégico. Considerar os valores corporativos em todas as suas atividades é

uma responsabilidade de todo funcionário da Volvo.

O Código de Conduta do Grupo Volvo pode ser acessado no endereço eletrônico: www.volvo.com.br

O **Management Team** é o mais alto órgão de governança da organização no Brasil. Atualmente é composto pelo presidente e CEO, Tommy Svensson, que acumula a posição de Diretor Comercial de Caminhões, e mais sete diretores que representam as áreas de Finanças, Tecnologia da Informação (IT), Recursos Humanos & Assuntos Corporativos, Industrial, Comercial Ônibus, Comercial Equipamentos de Construção, Volvo Penta, Equipamentos de Construção Industrial e Volvo Financial Services. Esse grupo trabalha em sintonia com seis representantes de unidades e áreas de negócios, que compõem o **Extended Management Team:** Volvo 3P, Powertrain, Volvo Parts, Planejamento Estratégico e Gerenciamento de Produtos, Tecnologia da Informação e Qualidade e Suporte Técnico. Por meio de reuniões mensais, este fórum define a execução das operações e a revisão estratégica do negócio.

O **corpo diretivo**, é apoiado por uma série de comitês auxiliares, voltados a temas estratégicos, táticos e operacionais da organização, que se reúnem sistematicamente. De acordo com a ação necessária, são estabelecidos mecanismos de acompanhamento para as próximas reuniões, com a definição de planos de ação específicos, com fixação de prazos e responsáveis.

Comitê de Qualidade de Produtos *(Product Quality Council)*

Formado pelo Presidente e Diretores das divisões ligadas ao produto, que se reúnem mensalmente para acompanhar os projetos de produtos da Volvo do Brasil no mercado. Possui caráter decisório tanto para os projetos em andamento quanto para os indicadores de qualidade, tais como: custos de garantia, tempo despendido para solução de problemas de qualidade e acompanhamento da evolução de campanhas realizadas.

Steering Group dos **Conselhos de Excelência**

Estruturado em 2003, conta atualmente com nove Conselhos e dez Subconselhos, abrangendo todos os itens do Modelo de Excelência da Gestão (MEG) da Fundação Nacional da Qualidade.

Comitê de Segurança de Produtos *(Product Safety Committee)*

Formado pelo Presidente, Diretores e responsáveis pelas áreas Volvo 3P, Powertrain e Qualidade e Suporte Técnico. Seu objetivo é analisar e decidir sobre questões relacionadas à segurança do produto que envolvam comunicação ao mercado e aos clientes.

Conselho de Sistemas de Gestão

Participam o Presidente, os Diretores, o Representante da Direção e eventuais convidados. As reuniões são semestrais e voltadas para a análise crítica dos Sistemas de Gestão.



DIÁLOGO ATIVO COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS





Consciente de que o gerenciamento da sua rede de relações é essencial para crescer com sustentabilidade, o Grupo Volvo busca manter um diálogo contínuo e transparente com seus públicos estratégicos (*stakeholders*) em diversos contextos e situações.

No Brasil, os principais *stakeholders* da Volvo são seus empregados, clientes, fornecedores, rede de concessionárias, distribuidores e importadores, representantes do governo e de instituições empresariais, as comunidades do entorno das fábricas e a sociedade em geral.

Em 2007, a unidade brasileira iniciou um processo estruturado de diálogo com seus *stakeholders* para avaliar sua imagem e a atuação na área socioambiental. Uma pesquisa foi realizada com os públicos estratégicos da organização - funcionários, comunidades do entorno, rede de concessionárias e distribuidores, fornecedores, clientes (empresários, frotistas e motoristas profissionais), autoridades, personalidades e imprensa. Esse trabalho municiou a Volvo com importantes informações sobre seu posicionamento e as oportunidades e desafios envolvendo a comunicação, o

relacionamento e projetos junto a cada um dos públicos.

Algumas ações, decorrentes do resultado dessa pesquisa, já foram iniciadas ou planejadas para 2008, como: promover maior envolvimento da rede de concessionárias e distribuidores Volvo em programas socioambientais, incluir no Programa Volvo de Segurança no Trânsito temas voltados ao transporte de cargas e passageiros e ampliar a divulgação da atuação da Volvo na área socioambiental junto aos públicos de fornecedores e clientes.

A pesquisa apontou ainda que alguns públicos (especialmente funcionários e comunidade do entorno) têm excelente imagem e alto reconhecimento dos programas e atuação socioambiental da empresa e apresentam um bom índice de satisfação em relação aos programas que os beneficiam diretamente. Conheça mais dessa pesquisa acessando a versão eletrônica deste relatório: www.volvo.com.br

Por saber que esse processo de diálogo é dinâmico e exige constante evolução, a Volvo está comprometida em aperfeiçoar cada vez mais seus processos de comunicação e interação com os públicos estratégicos.

CLIENTES

Operando em diversos segmentos e em todos os continentes, é fundamental para o Grupo Volvo saber identificar, analisar e compreender as necessidades e as expectativas dos seus clientes e dos mercados onde atua. Só assim, a organização tem condições de elaborar soluções customizadas e com potencial de agregar um grande valor aos negócios.

Os princípios do desenvolvimento sustentável e os valores corporativos do Grupo Volvo (Qualidade, Segurança e Respeito ao Meio Ambiente) são considerados dimensões importantes

na concepção, reformulação, fabricação e na venda dos seus produtos e serviços aos clientes.

Em todo o mundo, o Grupo Volvo trabalha com o conceito de oferecer soluções completas e integradas aos seus clientes, que incluem apoio e serviços antes, durante e após a venda de um produto. Este atendimento vai muito além das soluções técnicas e de treinamento, incluindo também serviços de seguros, financiamentos e consórcio.

Ampliando o conhecimento sobre os clientes

No Brasil, a Volvo realiza um intenso esforço de pesquisa junto aos seus clientes atuais, potenciais e ex-clientes, visando qualificar seus produtos e serviços. Neste sentido, destaca-se a **Customer Satisfaction Survey**, que tem o objetivo de avaliar a satisfação dos atuais clientes e é realizada anualmente com uma amostra de 1.000 indivíduos que adquiriram seu caminhão Volvo nos últimos 12 meses. A área de equipamentos de construção realiza uma pesquisa mensal com clientes que adquiram recentemente equipamentos novos e também com aqueles que possuem equipamentos com pouco mais de um ano de uso. Em média, cerca de 100 clientes são abordados a cada mês com questões a respeito do seu nível de satisfação com a empresa e com seus produtos e serviços. O nível de satisfação

tem se mantido acima dos 90% nos últimos anos.

Com o objetivo de avaliar a percepção da marca Volvo no Brasil e o nível de conhecimento dos clientes sobre seus produtos e serviços, a organização realiza, a cada dois anos, uma pesquisa com uma amostra de cerca de 400 pessoas diretamente envolvidas no processo decisório de compra. Os dados, levantados em 2007, apontam que a Volvo continua bem posicionada como líder em segurança e em cuidados ambientais. Além disso, por meio de "Customer Clinics", onde os clientes de equipamentos de construção recebem treinamentos e dicas, a equipe da Volvo CE obtém informações valiosas sobre oportunidades de melhorias para seus produtos e serviços.

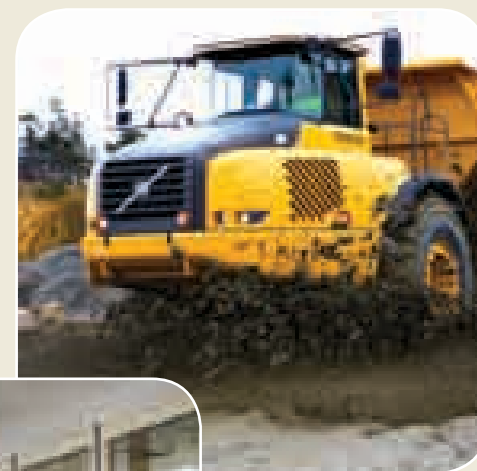
Radiografia do Transportador

Com o crescimento da participação dos caminhões semipesados no mercado, a Volvo decidiu investir em uma pesquisa aprofundada para conhecer o perfil deste segmento de clientes. Foram ouvidos 360 transportadores que usam caminhões semipesados, proprietários e não-proprietários de veículos Volvo. Os clientes de semipesados são autônomos e pequenos frotistas, com até quatro caminhões. Jovens, tradicionalistas, bem informados, casados e com filhos, dão muita importância à família. Quando não estão com seus familiares, investem seu tempo em cuidados com seu caminhão. Com base nesta pesquisa, a Volvo está promovendo mudanças significativas no seu processo de comunicação e relacionamento com este grupo de clientes.

Desenvolvimento de produtos em sintonia com os clientes

O processo de desenvolvimento dos produtos Volvo é marcado por pesquisas com clientes em todo o seu ciclo: do projeto à solução final. Nesse sentido, os novos produtos passam por uma etapa de validação junto aos clientes, que são incentivados a expressar suas opiniões positivas ou negativas a respeito do protótipo.

Entre seis a doze meses após o lançamento de um produto, a Volvo costuma contatar seus usuários por meio de uma pesquisa denominada de "Radar" para saber como está o seu desempenho e se há alguma oportunidade de melhoria.



Novas soluções lançadas pela Volvo em 2007

Em 2007, a Volvo lançou novas soluções em vários segmentos de atuação. Na área de ônibus, foram introduzidos no mercado os novos chassis rodoviários B12R e B9R, agregando ainda mais tecnologia e segurança ao segmento, com recursos como a caixa de câmbio inteligente I-Shift, entre outros.

A Volvo Construction Equipment também renovou e ampliou sua linha de equipamentos ao lançar no mercado latino-americano as novas linhas "F" de pás-carregadeiras, "E" de caminhões articulados, e as minicarregadeiras da marca. A linha de caminhões articulados da série "E" é composta por sete modelos já reconhecidos no mercado internacional por sua robustez, confiabilidade e baixo consumo de combustível, contendo uma série de inovações que melhoram ainda mais seu desempenho – como o aumento da capacidade de carga e um novo trem de força. As minicarregadeiras são produzidas na fábrica de Pederneiras (SP) e estão voltadas, principalmente, para os segmentos de construção civil, mineração, agricultura, demolição, construção de rodovias e administração pública.

Na área de motores industriais para geração de energia, a Volvo Penta lançou o modelo TWD 1643GE, uma solução potente, compacta, eficiente em combustível e com excelente desempenho.

No segmento de motores marítimos, a empresa apresentou novidades tanto no segmento de trabalho, com o lançamento do motor marítimo D16 com até 750 cv, como no de lazer, marcado pela introdução no mercado das instalações triplas e quádruplas de IPS 600 (Inboard Propulsion System) e do joystick para o controle do IPS.

A Volvo Financial Services ampliou seu leque de soluções financeiras, apresentando ao mercado dois novos produtos: o financiamento de seguros e o financiamento sazonal diferenciado. O novo modelo de financiamento de seguros apresenta vários atributos que foram customizados para atender às necessidades do transportador, como prazos de pagamento do seguro na mesma vigência do contrato de financiamento, taxas e juros reduzidos e outros detalhes. Já o Financiamento Sazonal Diferenciado foi criado especialmente para atender aos setores que têm fluxos de caixa diferenciados em determinadas épocas do ano, decorrentes do ciclo natural de negócios, como épocas de safras agrícolas. Dessa forma, o cliente poderá alternar períodos de parcelas maiores, quando estiver capitalizado, e parcelas menores quando o fluxo de caixa estiver menor em decorrência da sazonalidade do negócio.

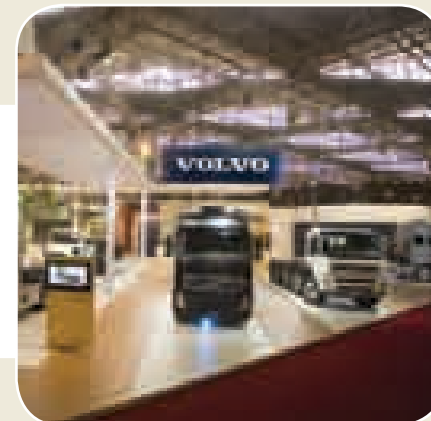
Comunicação e relacionamento

A política de comunicação da Volvo prima pela clareza e transparência na promoção de seus produtos e atributos. Desde 2005, a empresa possui um Comitê de Comunicação e Gestão da Marca composto por representantes das áreas de Comunicação: Corporativa, de Marketing, Volvo CE, Volvo Financial Services, Pós-Venda e compras - NAP. Em suas reuniões, esse grupo de trabalho avalia se as mensagens publicitárias que serão divulgadas estão de acordo com as diretrizes e princípios da organização.

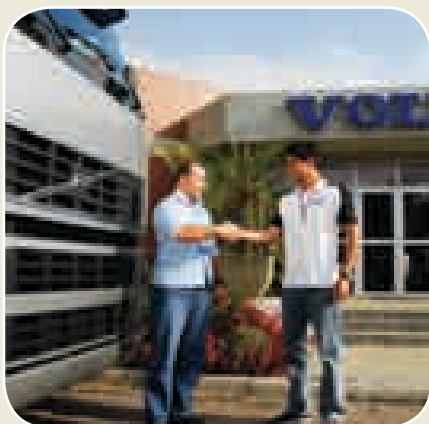


A Volvo valoriza a parceria de longo prazo com seus clientes e utiliza vários canais e estratégias de comunicação para fortalecer alianças e relacionamentos. Dentre as mídias coletivas, destaca-se a revista **Eu Rodo**, que aborda temas ligados ao universo dos clientes de todas as empresas da Volvo do Brasil, e a **Volvo Spirit Magazine**, direcionada ao segmento de equipamentos de construção.

Em todas as suas áreas de atuação, como caminhões e ônibus, equipamentos para construção, motores marítimos e industriais, 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.



Além disso, a Volvo oferece aos seus clientes programas estruturados de visita guiada às instalações das suas fábricas. A Volvo Financial Services, em suas assembleias de consórcio, recebeu, em 2007, mais de 2.000 clientes que também visitaram a fábrica em Curitiba (PR). No *Customer Day*, os clientes e *prospects* da área de equipamentos de construção participam de eventos de demonstração, *test-drive* de máquinas e visita à fábrica realizados no *Customer Center* da Volvo Construction Equipment, localizado em Curitiba (PR). A Volvo CE também costuma realizar shows de máquinas, onde apresenta toda a sua linha de produtos, reunindo um público proveniente de todas as regiões da América Latina.



Todo motorista que passa pelo Centro de Entrega Volvo (CEV), em Curitiba (PR), recebe uma carteira de motorista Volvo. Ao concluir cada um dos quatro módulos de treinamento oferecidos – Treinamento de Motoristas, Revisão de Quatro Semanas, Direção Econômica e Direção Segura – recebe um selo de participação. Ao concluir o programa completo está elegível a receber um desconto de 5% no seguro de seu caminhão.

Ao adquirir um produto Volvo, além do acesso aos treinamentos anteriormente mencionados, o cliente recebe o Manual do Motorista, que contém todas as características técnicas de veículo, além de orientações para a sua utilização e manutenção na rede de concessionárias. Também são abordadas questões ambientais relativas ao descarte de componentes do veículo e questões de segurança relativas a sua condução e manutenção. Esse Manual é constantemente atualizado, assim como os demais materiais de comunicação da Volvo.

Em 2008, a Volvo oferecerá aos seus clientes um inovador e diferenciado Programa de Desenvolvimento de Motoristas. Utilizando uma metodologia didática e diferenciada, o treinamento aliará conhecimentos técnicos do veículo ao desenvolvimento de comportamentos seguros do motorista no dia-a-dia da profissão. Mais um benefício da Volvo aos seus clientes e, principalmente, à causa da segurança no país. Atualmente, 4 mil motoristas profissionais morrem em acidentes no trânsito brasileiro e aproximadamente 90% das causas destes são comportamentais.

Volvo Alliance. Estreitando relacionamentos.

Em 2007, a Volvo criou um inovador programa de relacionamento com os transportadores e suas esposas. Batizado de Volvo Alliance, o programa tem como objetivo valorizar a relação entre a Volvo e seus clientes e entre esses e suas esposas.

Os visitantes são cuidadosamente selecionados a partir da frequência de compra de veículos, utilização da rede Volvo em pós-venda e negócios com a Volvo Financial Services. Cada evento reúne 25 casais, que participam de uma intensa programação que, além da visita à fábrica de Curitiba (PR), inclui o Centro Volvo Ambiental e um city-tour pelos principais pontos turísticos da cidade.



Excelência no atendimento

A Volvo proporciona aos seus consumidores e clientes fácil acesso aos seus serviços de atendimento, procurando resolver rapidamente as suas demandas e orientando-os sobre os procedimentos que serão adotados.

Os clientes da Volvo contam com o suporte de três canais de atendimento, estruturados em um Programa denominado *Volvo Action Services (VAS)*:

1. Volvo Atendimento Rápido (VOAR): com o apoio das mais modernas ferramentas tecnológicas, uma equipe de funcionários bilíngües, com formação em mecânica 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.

Telefones: Brasil: 0800 416161 | Chile: 0800 646 815

Peru: 0800 53386 | Uruguai: 000 405 5125

2. Suporte Técnico: presta serviço de suporte relativo às ferramentas de pós-venda (IMPACT, VCADS Pro, Trip Manager, VOSP, Volvo Tech Tool, Tempo Standart Volvo) para os clientes e mecânicos da Rede Volvo.

3. Linha Direta Volvo (LDV): habilitada para fornecer informações, receber críticas e sugestões tanto de clientes quanto da comunidade em geral.

Telefones: 0800 411050 (para Volvo Trucks, Volvo Buses e Volvo CE) e 0800 418485 (para a Volvo Penta).

Os clientes da Volvo Financial Services contam com o suporte de dois canais de atendimento:

1. Central de Atendimento: serviço de atendimento e informações relativos a consórcio, seguros, leasing e financiamento. Oferece assistência 24 horas para clientes segurados. Telefone: 0800 413033

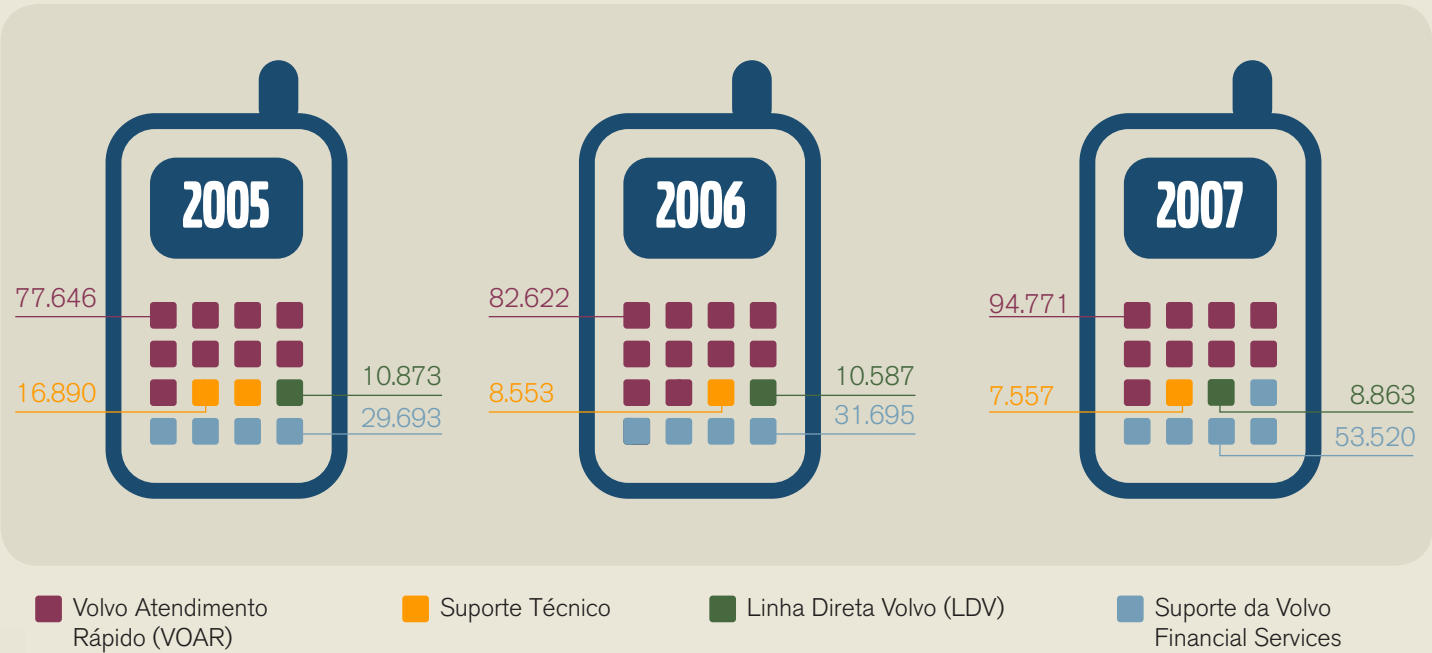
2. Ouvidoria: Em outubro de 2007, a Volvo Financial Services implantou a sua Ouvidoria, abrindo mais um canal para atendimento aos clientes. A Ouvidoria funciona como mais uma opção de atendimento para os consumidores recorrerem, caso alguma solicitação não tenha sido resolvida satisfatoriamente nos demais canais de contato. As reclamações e sugestões são registradas formalmente e respondidas em um prazo máximo de 10 dias. O levantamento dos fatos e as conclusões ocorrem com imparcialidade e transparência, respeitando os direitos do consumidor com foco na melhoria dos processos e do atendimento.

Telefone: 0800 645 5554 | E-mail: ouvidoria@vfsc.com

Endereço: Avenida Juscelino K. de Oliveira, 2600
81260-900 | Curitiba | PR

Horário de atendimento: de segunda a sexta-feira,
das 9 às 17 horas (horário de Brasília).

PRINCIPAIS NÚMEROS DOS CANAIS DE ATENDIMENTO DA VOLVO



A Volvo promove treinamento contínuo dos seus profissionais de atendimento para uma relação de respeito com o consumidor, reconhecendo falhas e agindo com rapidez na solução de problemas. A empresa possui uma política formal de proteção à privacidade do consumidor.

As centrais de atendimento ao consumidor são importantes fontes de informações sobre eventuais problemas envolvendo os produtos e serviços da Volvo. Existem processos implantados para identificar as causas dessas falhas e utilizar as informações recebidas para a melhoria dos produtos e serviços da organização.

FORNECEDORES

No Brasil, a Volvo trabalha com cerca de 1.800 fornecedores locais cadastrados, incluindo micro, pequenas, médias e grandes empresas. Eles estão segmentados em duas categorias: fornecedores de bens e produtos automotivos (atendem diretamente a área de produção) e fornecedores 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).

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 Volvo oferece acesso democrático e transparente às empresas que desejam se tornar fornecedoras da organização. Desde 2004, tanto potenciais quanto atuais fornecedores têm acesso a um portal da Internet, denominado de *Supplier Portal*, que possibilita realizar cadastros, consultar diretrizes, procedimentos, valores e políticas do Grupo Volvo.

O processo de seleção de fornecedores é realizado com base em critérios que englobam o tipo de produto ou serviço oferecido (automotivo ou não-automotivo), a situação financeira da empresa, capacidade logística, clientes e o atendimento a requisitos de qualidade, meio-ambiente, segurança. Nos contratos de compras, o fornecedor oficializa que está em dia com seus compromissos fiscais, legais, ambientais, trabalhistas, de saúde e segurança, previdenciários e ainda de direitos humanos e não-discriminação.

A Volvo possui um processo estruturado de avaliação de fornecedores denominado de *Supplier Evaluation Model* para mensurar o atendimento do fornecedor aos requisitos da empresa e também qualificar fornecedores potenciais. Por meio dele, são avaliados itens como: perfil da empresa, gerenciamento do negócio, logística, desenvolvimento de produto, produtividade, saúde financeira, gestão de riscos, carteira de clientes atendidos, certificações ambientais e de qualidade, no caso de fornecedores automotivos. A meta da Volvo é ter todos os seus fornecedores automotivos com certificação ISO 14000 até o final de 2008. Em 2007, cerca de 70% deles já estavam certificados. O alinhamento estratégico da Volvo com seus principais fornecedores automotivos é realizado por meio de reuniões anuais (*Business Review Meetings*) envolvendo executivos de ambas as empresas, onde são analisados indicadores de desempenho e avaliadas oportunidades de melhorias e novos negócios.

A Volvo busca trabalhar alinhada e em parceria com seus fornecedores, simplificando e aprimorando processos, com foco no desenvolvimento conjunto, estabelecendo alianças de longo prazo que ampliem os resultados na cadeia de valor. Nesse sentido, em 2007 foram realizadas as seguintes ações voltadas ao

desenvolvimento de fornecedores na Volvo:

- *Workshops* de qualificação com funcionários de oito fornecedores, com o objetivo de melhorar processos, reduzir custos e introduzir ferramentas e metodologias do *Volvo Production System (VPS)*.
- Treinamentos de segurança.
- Participação dos fornecedores em atividades internas envolvendo a prevenção de acidentes do trabalho.
- Programa de reciclagem de resíduos sólidos junto aos fornecedores: a Volvo desenvolveu em conjunto com fornecedores da fábrica de Curitiba (PR) um processo estruturado de devolução de resíduos de produtos, quando as empresas fornecedoras têm procedimentos seguros para seu tratamento.
- A Volvo Logistics promoveu um treinamento para 80 motoristas de transportadoras que prestam serviços à empresa no mercado doméstico e de exportação, com foco na reciclagem de conceitos de direção segura e econômica.
- Incentivo ao desenvolvimento dos fornecedores locais para globais. Em 2007, 16 fornecedores automotivos da Volvo do Brasil exportavam seus produtos para unidades do Grupo em outros países.

Número de fornecedores locais de bens e produtos automotivos	➡	270
Número de fornecedores locais de bens e produtos não-automotivos	➡	1.550
Quantidade total de fornecedores da Volvo no Brasil	➡	1.820

Política de relacionamento de fornecedores:



PODER PÚBLICO E INSTITUIÇÕES EMPRESARIAIS

Ética e transparência regem as relações com o poder público e instituições empresariais

A Volvo prima pela ética e transparência nas suas relações com o poder público e com as instituições empresariais. Baseada nessa premissa, pauta sua atuação de acordo com as leis vigentes e práticas sensatas e aceitas no país, assumindo uma posição neutra no relacionamento com partidos e candidatos políticos.

A área de Assuntos Governamentais e Institucionais da Volvo é responsável pela construção e gestão das relações da empresa com autoridades, personalidades, políticos e lideranças de instituições representativas empresariais. As normas, diretrizes e políticas que regem essas relações estão estabelecidas na Política de Relações Institucionais adotada pela empresa.

Apoio às políticas públicas que resultem em ganhos sociais e ambientais

A Volvo apóia o desenvolvimento de políticas públicas que resultem em ganhos sociais e ambientais para toda a sociedade, em linha com seus valores corporativos. Nesse sentido, desde 1987 a empresa lidera um importante movimento em prol da segurança no trânsito com o Programa Volvo de Segurança no Trânsito. Com ações e abrangentes campanhas de informação junto a motoristas profissionais, estudantes, jornalistas e outros setores da sociedade, a Volvo contribuiu para aumentar a conscientização em torno do tema e participou da mobilização nacional que culminou na consolidação do novo Código de Trânsito Brasileiro em 1997.

Outros exemplos de apoio a políticas públicas são a Caravana Ecológica, o Centro Ambiental Volvo, a Fundação Solidariedade e o patrocínio de diversos projetos culturais. Estas iniciativas estão sintonizadas com diversas políticas de interesse público tanto em questões ambientais e culturais como dos direitos da infância e da adolescência. Além disso, desde 2005 a Volvo participa do Programa de Inclusão Digital do Governo Federal, por meio da doação de computadores usados. Em 2007, devido a essa participação, a Volvo recebeu do Governo Federal o Certificado Especial Fome Zero.

Incentivando o desenvolvimento local

Contribuir para o desenvolvimento das cidades onde atua também faz parte dos princípios de negócios do Grupo Volvo. Em 1977, ao instalar sua primeira fábrica brasileira fora do eixo Rio de Janeiro – São Paulo, na cidade de Curitiba (PR), o Grupo deu um impulso decisivo para a criação de um importante pólo automotivo para o país, que atualmente congrega várias indústrias e gera desenvolvimento econômico e milhares de empregos.

A Volvo tem participação histórica no desenvolvimento do sistema de transporte urbano de Curitiba, considerado uma referência mundial em termos de deslocamento inteligente. A parceria com a Cidade deu origem ao Sistema BRT (*Bus Rapid Transit*), que assegura transporte urbano eficaz e sustentável com redução no número de acidentes de trânsito e melhoria da qualidade do ar, incorporando em suas soluções ônibus modernos e de alta capacidade – como é o caso do biarticulado que foi concebido e produzido pela Volvo do Brasil e que opera em vias expressas exclusivas.

Participação ativa em instituições empresariais

A Volvo do Brasil mantém laços estreitos de relacionamento com diversas entidades empresariais, que atuam tanto em âmbito regional quanto nacional. As posições e propostas da empresa são expressas de forma clara, objetiva e fundamentadas em seus valores e princípios.

A Volvo integra o quadro associativo de 31 instituições empresariais no Brasil. Seus executivos assumem posições de liderança em várias delas como, por exemplo, na Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), onde, além de participar ativamente dos comitês temáticos, a Volvo ocupa uma vice-presidência. Na Associação das Empresas da Cidade Industrial de Curitiba (AECIC), a empresa participa do Conselho Deliberativo e no Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (CPCE) da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), representantes da Volvo atuam na coordenação geral dos núcleos setoriais e ocupam uma das diretorias.

AMPLA REDE DE DISTRIBUIÇÃO

A Volvo acredita que uma rede de distribuição forte e estrategicamente localizada é a melhor maneira de garantir um atendimento de qualidade aos seus clientes. No Brasil e na América Latina, a organização possui uma ampla rede de concessionárias e importadores de caminhões e ônibus, de distribuidores de equipamentos de construção e de revendas autorizadas da Volvo Penta.

A relação de parceria com os concessionários e distribuidores é estimulada e fortalecida

por meio de investimentos constantes na ampliação, modernização de instalações e capacitação profissional.

Na área de **caminhões e ônibus**, o principal projeto voltado à qualificação da rede de concessionárias é o “Sou 100% Volvo”. Criado em 2004, a iniciativa funciona como um programa de certificação voltado a excelência na gestão e na prestação de serviços, sendo dividido em três fases: bronze, prata e ouro.

Principais critérios avaliados no programa “Sou 100% Volvo”



Foco na busca da excelência na gestão com a implantação dos Critérios da Excelência da Fundação Nacional de Qualidade (FNQ).



Foco na padronização de processos, na identificação e eliminação de perdas e na otimização dos processos da concessionária visando aumentar a produtividade.



Foco na eliminação do desperdício com a utilização da metodologia 5S em todas as unidades que formam a concessionária.

Em 2007, a implantação do Programa estava na fase Prata na maioria das concessionárias.

VOLVO

A rede de concessionárias também é estimulada a fazer a sua parte em prol da conservação ambiental. Além de cumprir a legislação vigente, elas são orientadas a tomar medidas práticas para assegurar a proteção do meio ambiente e minimizar potenciais impactos negativos. O Manual Ambiental Volvo estabelece uma série de princípios associados a temas como: licenciamento ambiental, controle da poluição atmosférica, controle ambiental de água e efluentes líquidos, gerenciamento de resíduos e prevenção de passivos.

Na área social, a Volvo também incentiva as concessionárias a se envolverem em projetos ligados ao desenvolvimento sustentável das comunidades onde atuam.

Em relação à capacitação e formação técnica, a Volvo oferece às suas concessionárias desde cursos básicos de mecânica até cursos mais sofisticados, como o Diagnóstico Avançado de Falhas onde os alunos têm contato com um caminhão que sai da fábrica acompanhado de instrutores, com problemas estrategicamente posicionados, para que os treinandos os solucionem. No Brasil existem 12 centros de treinamento e nos demais países do continente (Argentina, Peru, Chile e Venezuela) existem mais quatro unidades. Os treinamentos da Volvo também costumam acontecer nas próprias oficinas dos transportadores, usando um furgão-escola.

Além do treinamento técnico, as concessionárias de caminhões e ônibus também contam com cursos voltados ao desenvolvimento de competências comerciais e comportamentais tanto para a área de vendas como de pós-vendas. Duas vezes ao ano, é realizado o Fórum de Desenvolvimento de Competências, um espaço aberto para as concessionárias e a Volvo compartilharem desafios e soluções.

No segmento de **equipamentos de construção**, a Volvo Construction Equipment dedicou, em 2007, 48 semanas de treinamento para a sua rede de distribuidores no Brasil e na América Latina. Os cursos são oferecidos no Centro de Demonstrações da Volvo CE em Curitiba (PR), na fábrica em Pederneiras (SP) e nos próprios distribuidores. Em meio a esse amplo programa de formação e capacitação, destaca-se o Treinamento de Mecatrônicos, que forma técnicos de alto desempenho. Os treinandos são capacitados em 12 semanas de imersão em produtos, componentes, software, ferramentas e políticas da organização. Após essa fase de capacitação, os técnicos passam ainda por um período de avaliação de seis meses em campo, para só então obter a sua certificação.

Em 2007, a **Volvo Penta** lançou o programa *"One Step Further"*, com o objetivo de aprimorar a sintonia com seus revendedores. O programa está

estruturado em 16 horas, divididas em dois dias, nos quais são apresentados os valores, princípios e informações institucionais da Volvo Penta, tais como posicionamento da marca, estratégia de marketing, relacionamento com clientes, dentre outras. Em uma segunda etapa, o programa vai para o local de trabalho dos revendedores e os prepara de forma prática para enfrentar os desafios do dia-a-dia. Em 2007, 12 revendas concluíram o programa *"One Step Further"*. Em 2008, o objetivo é treinar as outras 23 revendas. Os resultados observados neste primeiro ano apontam para revendedores mais motivados e sintonizados com a Volvo Penta e seus produtos.

Rede de concessionárias de ônibus e caminhões

Brasil: 74

Demais países da América Latina: 60

Rede de distribuidores da Volvo Construction Equipment

Brasil: 8

Demais países da América Latina: 15

Rede de revendas autorizadas Volvo Penta

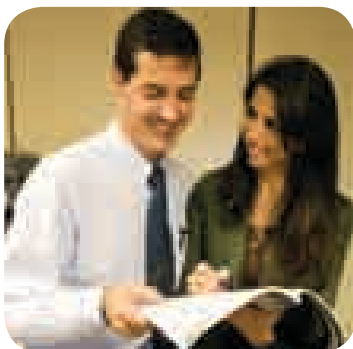
Brasil: 35

COMUNIDADE INTERNA



Em todos os países onde atua, o Grupo Volvo possui uma cultura de valorização do ser humano difundida e implantada. Dessa forma, o respeito pelas pessoas, a energia e a paixão descritas no “The Volvo Way” estão traduzidos nas práticas e nas políticas de Recursos Humanos da organização.

As relações com os empregados também são norteadas pelo Manual de Conduta, que descreve de forma clara os princípios de negócios, ambientais, de direitos humanos e práticas no local de trabalho. Esses princípios, que estabelecem as condições para a realização de negócios responsáveis e sustentáveis, estão baseados no Pacto Global da ONU. O Manual de Conduta está disponível de forma impressa e eletrônica a todos os empregados.



No Brasil, a Volvo é uma das melhores empresas para se trabalhar

Em 2007, ao celebrar os 30 anos de sua chegada no Brasil, a Volvo conquistou mais um marco em sua história. Foi eleita, pela pesquisa nacional das revistas Exame/Você S.A. como uma das 10 Melhores Empresas do Brasil para se Trabalhar, ocupando a 5ª colocação. A Volvo também mereceu destaque como a empresa que oferece melhor qualidade de vida para seus funcionários, tendo recebido nota máxima no item saúde. No segmento automotivo, que congrega 24 montadoras de veículos automotores, a Volvo obteve o melhor posicionamento. A Volvo está certa de que esta não foi uma conquista pontual, nem individual, mas sim, fruto de anos de relacionamento sério e transparente com seus empregados.

Geração de empregos

A comunidade interna da Volvo no Brasil é formada por **3.103 profissionais**, trabalhando em período integral, em jornadas de **8 horas diárias**. Também compõem seus quadros **101 estagiários e 62 menores aprendizes**.

Em 2007, a Volvo do Brasil registrou um crescimento recorde na contratação de profissionais no mercado. Um intenso programa de integração foi realizado para inserir esse novo contingente à cultura Volvo, suas políticas, práticas e benefícios.

GERAÇÃO DE EMPREGO*

*Incluindo estagiários e menores aprendizes

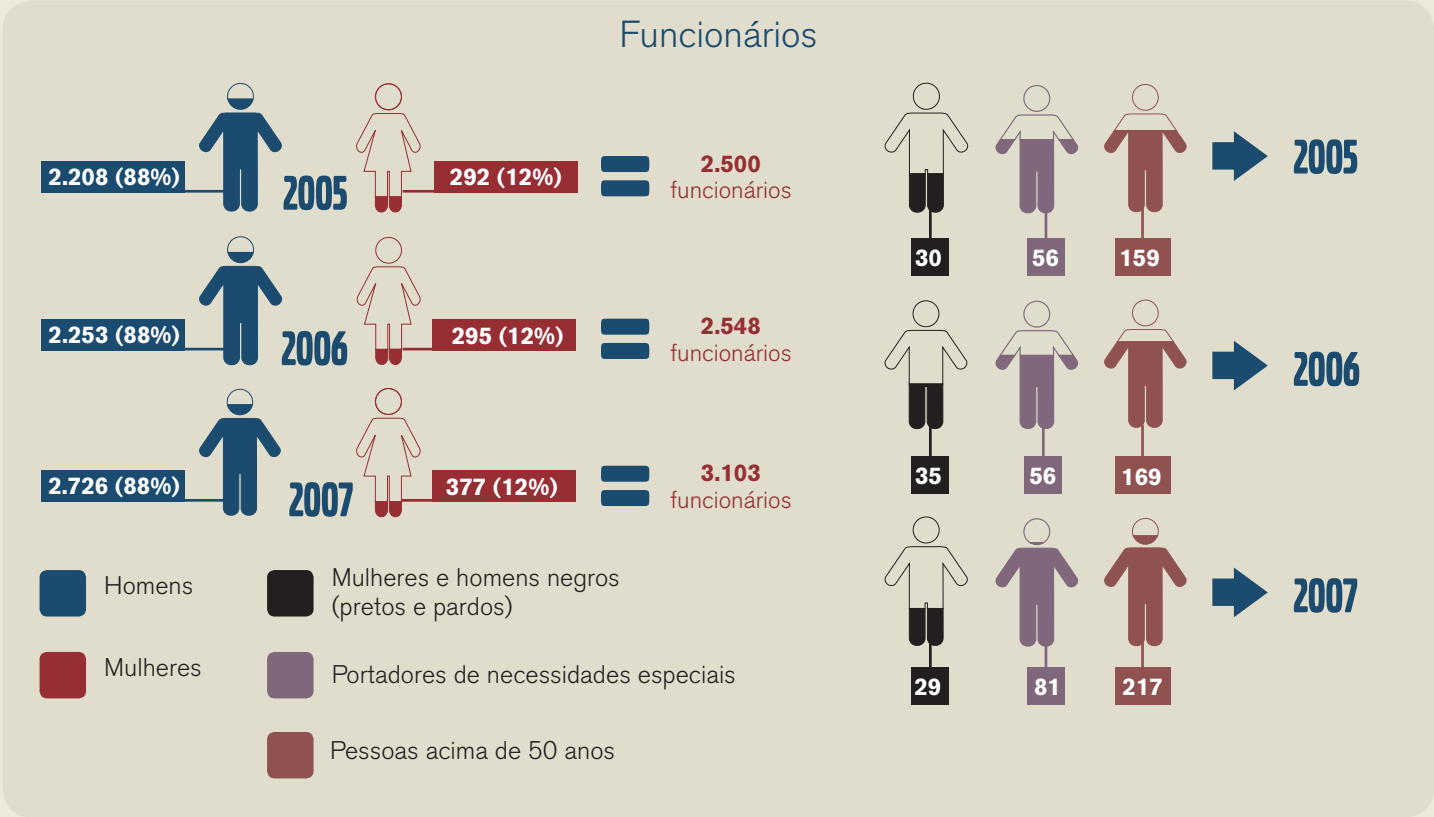
	2005	2006	2007
Admissões	426	284	593
Demissões	176	214	96
Turnover	9,50%	7,78%	3,76%
Tempo médio de casa	6,87 anos	5,12 anos	6,64 anos

Apesar da Volvo registrar um baixo percentual de *turnover* em relação ao segmento automotivo, possui uma política estruturada de desligamento de profissionais, oferecendo inclusive um serviço de *outplacement* para dar suporte aos funcionários em cargos administrativos e de liderança.



PERFIL DOS EMPREGADOS DA VOLVO NO BRASIL

Obs.: os dados abaixo incluem as empresas Volvo do Brasil e Volvo Financial Services.



Faixa etária

	2005	2006	2007
18 a 25 anos	382	277	427
25 a 30 anos	493	504	660
30 a 40 anos	940	1.012	1.188
40 a 50 anos	526	573	611
50 a 60 anos	147	169	197
Acima de 60 anos	12	13	20

Escolaridade

	2005	2006	2007
Ensino fundamental incompleto	59	66	77
Ensino fundamental	79	82	74
Ensino médio incompleto	222	208	203
Ensino médio	1.058	1.095	1.572
Ensino superior incompleto	233	244	234
Ensino superior	525	539	584
Pós-graduação, mestrado ou doutorado	324	314	359

Gestão participativa

A Volvo promove um estilo de administração dinâmico, democrático, que valoriza as pessoas que a constituem. Dessa forma, todos dividem responsabilidades, participam do estabelecimento de objetivos e metas, debatem decisões e os rumos do negócio. Prevalece a discussão de idéias, o respeito pela opinião alheia, a aceitação de experiências vivenciadas pelos outros – tudo baseado num diálogo aberto, franco, cristalino.

Todos comprometidos em melhorar continuamente o clima organizacional

A Volvo valoriza a comunicação aberta com seu público interno e mantém disponíveis vários canais de diálogo. Desde 1999, o Grupo realiza anualmente uma pesquisa de clima organizacional denominada de Volvo Group Attitude Survey (VGAS). Trata-se de um poderoso instrumento para a percepção de clima, que avalia o grau de satisfação ou insatisfação dos funcionários em relação a diferentes aspectos da realidade organizacional, como estilos de liderança, de relacionamento e de comunicação, perspectivas profissionais, comportamentos éticos, além da aplicação do “The Volvo Way”.

A participação dos empregados é voluntária e, em 2007, 95% dos trabalhadores de todas as unidades do Grupo Volvo responderam os questionários.

No Brasil, além de disponibilizar a pesquisa a todos os empregados e incentivar a divulgação dos resultados, a Volvo promove a realização de workshops para discussão dos resultados e estabelecimento de planos de melhoria. Parte-se do conceito de que a responsabilidade pela melhoria do clima organizacional não é responsabilidade apenas dos líderes, mas sim de todos os empregados.

Os workshops de avaliação da pesquisa aconteceram entre abril e junho de 2007 e envolveram 201 grupos – apoiados por 110 facilitadores. O nível geral de satisfação dos funcionários evoluiu entre 2006 e 2007 de 93% para 94%. Respeito, orgulho, metas, confiança e orientação para o desenvolvimento foram os pontos fortes apontados. Cooperação entre departamentos, planejamento e acompanhamento e facilidade de implantação foram as principais oportunidades de melhorias apontadas. Várias recomendações foram encaminhadas à alta administração, envolvendo desde o esclarecimento de dúvidas a questões envolvendo processos seletivos, sucessórios e convênios com instituições de ensino.



A comunicação como ferramenta estratégica

A Volvo acredita que, quando o funcionário percebe que ele é parte integrante e importante do processo, ele trabalha com mais empenho, satisfação e motivação. Por meio da comunicação interna, a empresa incentiva o desenvolvimento de seus empregados, a liberdade de expressão e o alinhamento estratégico.

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 ano.

Há vários canais coletivos de comunicação que atendem a todos os empregados, tanto da área administrativa como da área fabril. Dentre eles, está a revista “O Viking”, de circulação mensal, uma das mais antigas revistas internas do país, criada em 1977. A família “O Viking” conta ainda com murais para a divulgação de informações diárias e semanais, com o “Viking On Line”, que traz as informações pontuais da semana, e com “O Viking Especial”, que é utilizado sempre que há necessidade de se divulgar notícias urgentes e importantes. O “Viking Repórter” utiliza a linguagem audiovisual para divulgar de forma mais aprofundada, em programas especiais, assuntos de interesse para a organização. Além do O “Viking Família”, informativo

enviado à residência dos funcionários, com informações sobre saúde familiar e práticas saudáveis para a melhoria na qualidade de vida.

Outro meio eficaz de comunicação é a Intranet onde são disponibilizadas inúmeras informações corporativas e relativas às áreas internas. Por meio da Intranet, onde todos os empregados podem também acessar informações atualizadas sobre os resultados do negócio e o impacto mensal destes no cumprimento das metas estabelecidas.

Além dos canais pontuais de comunicação, há ainda um número significativo de informes especiais que são gerados para dar suporte a campanhas internas relacionadas ao meio ambiente, à segurança no trânsito, à saúde e a outros temas relevantes. Diversos eventos internos também são realizados

como forma de se abordar assuntos e temas educativos e comemorativos. Exemplos: Dia do Trabalhador, Dia Mundial do Meio Ambiente, Semana Nacional do Trânsito, Dia do Livro, entre outros.

Além dos canais coletivos de comunicação, os funcionários da área fabril, organizados em equipes autogerenciáveis, reúnem-se semanalmente com seus líderes para discutir os principais temas que afetaram a Volvo e o seu trabalho no período. Em 2007, a empresa contava com 90 equipes autogerenciáveis, formadas por cerca de 1.250 empregados, divididos em grupos de 3 a 27 pessoas e organizados por atividades que compõem um mesmo processo. As equipes têm responsabilidades por sua parte nesses



processos e também têm autonomia para tomar decisões sobre questões relativas a eles. Periodicamente, um empregado é escolhido para representar a equipe, como seu porta-voz, sem ocupar uma posição hierárquica.

Na unidade de Pederneiras (SP), existe uma prática de comunicação entre os empregados e as lideranças implantada desde 2005 e denominada de “Encontro dos Aniversariantes com o Diretor”. São reuniões bastante informais, de aproximadamente uma hora e meia, para as quais são convidados todos os aniversariantes do mês, tanto da área produtiva quanto da administrativa. Em cada encontro participam entre 60 e 80 convidados, que discutem temas envolvendo o momento atual da empresa. Também são realizados encontros do diretor com todos os empregados a cada quatro meses, a fim de assegurar que todos estejam envolvidos com mudanças e novidades. Além disso, sempre que há uma data ou acontecimento especial, como o Dia do Trabalhador, o final de ano ou a

apresentação de estratégias da Volvo, são programados eventos especiais com os funcionários, podendo envolver também seus familiares.

Há ainda na Volvo um Grupo de Comunicação composto por gerentes e diretores das diversas áreas da companhia. A cada três meses, seus integrantes participam de uma reunião com a alta administração da empresa para compartilhar informações sobre resultados, projetos, tendências e outros assuntos estratégicos que, na seqüência, serão repassados a todos os funcionários.

No processo de gestão participativa é possível aprender, modificar, aperfeiçoar, evoluir, pensar e agir - coletivamente ou não. Assim, surge a inovação, a engenhosidade, a pró-atividade, fazendo com que os objetivos comuns, que interessam a todos, se sobreponham aos interesses individuais. Os relacionamentos se fortalecem e o espírito de cooperação torna-se imperioso.

O processo de comunicação interna na Volvo do Brasil é referência mundial

Em 2007, a unidade brasileira da Volvo recebeu uma avaliação extremamente positiva da consultoria internacional Tower Perris em um trabalho de mapeamento entre todas as empresas do Grupo. Foi classificada como a melhor em comunicação com os empregados no âmbito do Grupo Volvo, posicionando-se, inclusive, à frente de um grupo de referência composto por 12 renomadas empresas multinacionais como Boeing, HP, International Paper, Pacific Gás & Eletric, SAP e outras.

A ética em cena

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 é formado por um grupo de cinco pessoas, representando a presidência e as áreas de recursos humanos, jurídico, auditoria interna e comissão de fábrica.

Os empregados da Volvo do Brasil podem contatar o Comitê de Ética por meio de um formulário específico encontrado no Espaço Cultural, tendo a garantia da sua identidade ser preservada.

A ética foi o tema principal do espetáculo de estréia do Projeto Teatro Viking que, em 2007, proporcionou aulas de teatro para os funcionários da Volvo e seus dependentes em Curitiba (PR). A iniciativa

foi viabilizada por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura, com o patrocínio da Volvo. Composta por uma série de pequenas cenas do cotidiano, a peça "Ser ou não ser: uma questão de ética" levou ao palco uma nova forma de se pensar nos valores humanos nos dias atuais. No total, foram nove apresentações no Teatro Regina Vogue, que reuniram mais de 1.100 espectadores, entre empregados da Volvo, seus familiares e a comunidade em geral. Os ingressos foram trocados por alimentos, o que resultou em uma tonelada de itens doados para instituições sociais.

Para 2008, a organização planeja envolver formalmente terceiros residentes e fornecedores da empresa com os procedimentos do seu Manual de Conduta, estimulando-os a praticar conceitos de ética empresarial.

PRINCIPAIS NÚMEROS DO COMITÊ DE ÉTICA DESDE A SUA CRIAÇÃO*

Descrição	Quantidade recebida	Quantidade solucionada
Denúncias	18	14
Reclamações	9	8
Dúvidas	8	8
Sugestões	-	-
Total	35*	30

* Estes números abrangem o período envolvido entre o ano de 2007 e os primeiros três meses de 2008.

Atriz da peça "Ser ou não ser: uma questão de Ética"

Livre associação e representação

A Volvo assegura aos seus empregados a liberdade de associação. Todo o corpo funcional está incluído nos acordos de negociação coletiva das diversas categorias profissionais. A empresa também facilita o acesso dos sindicatos às suas dependências para a realização de campanhas de sindicalização e entrega de informativos.

Desde 1988, a empresa 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 preestabelecidos. O coordenador da Comissão tem assegurado pela empresa seu expediente integral para exercer atividades de representação.

Valorização da diversidade

Como uma organização internacional, presente em mais de 180 países, o Grupo Volvo está consciente da importância de cultivar aspectos diferenciais dos seus empregados como uma fonte de força e criatividade para os negócios. A diversidade cultural não apenas influencia as operações internas da empresa, mas também tem impacto nas relações da Volvo com seus clientes, fornecedores, comunidades e outros parceiros.

No seu Código de Conduta, a organização declara que todos os seus empregados devem ser tratados de forma não-discriminatória em termos de gênero, raça, religião, idade, preferências sexuais, nacionalidade, de portarem algum tipo de necessidade especial, por suas convicções políticas, associações sindicais, origens étnicas e/ou sociais.

Uma empresa eficazmente diversificada destaca-se da concorrência e, por isso, o Grupo Volvo elegeu o tema como um dos seus objetivos estratégicos. No Brasil, os programas de diversidade têm três grandes focos: aumentar o número de mulheres no quadro funcional da empresa, proporcionar oportunidades de carreira para pessoas com deficiência e para menores aprendizes.





Incentivo à diversidade de gênero

A participação das mulheres no quadro funcional da Volvo no Brasil tem se mantido em torno de 12% nos últimos três anos. Entretanto, várias iniciativas estão em curso para aumentar este percentual como, por exemplo, a participação de mulheres nos comitês seletivos e o trabalho conjunto com empresas terceirizadas de recrutamento e seleção para que, sempre que possível, incluam mulheres nos processos seletivos. A organização está ciente de que atua em um setor onde a demanda por atividades técnicas é maior, o que acaba atraindo menos mulheres. Mas está comprometida em mudar esse cenário.

O Grupo Volvo vem desenvolvendo uma série de ações de respeito às necessidades específicas de suas funcionárias, com investimentos no seu desenvolvimento profissional e na melhoria das condições de trabalho para que, em um futuro próximo, elas possam assumir mais posições de liderança na organização.

Apoio especial para as funcionárias retornarem ao trabalho após a licença-maternidade

No Brasil, a Volvo iniciou em 2007 um projeto-piloto para que as mães possam retornar ao trabalho sem se afastar completamente do seu filho após o término da licença-maternidade. O expediente é cumprido de forma integral, mas parte em casa e parte na empresa. A iniciativa, que contou com a participação de duas funcionárias, prevê uma carga de trabalho crescente nas dependências da empresa nos meses seguintes ao término da licença-maternidade até o bebê completar um ano.

Inclusão de profissionais com deficiência

Nos últimos anos, a Volvo firmou parcerias com entidades como SENAI e UNILEHU (Universidade Livre para a Eficiência Humana) com vistas a intensificar a inclusão de profissionais com necessidades especiais em seu quadro de funcionários. Estes esforços estão estruturados em diversas frentes: investimentos na qualificação profissional, sensibilização de empregados para promover a inclusão de pessoas com deficiências e adaptação de ambiente e processos internos visando uma maior integração.

Até o final de 2007, a Volvo contava com 81 empregados com algum tipo de deficiência. Mesmo com todos esses esforços, a empresa ainda não atingiu a cota mínima de 5%, conforme prevê a legislação brasileira, mas está comprometida com a superação deste objetivo.



Estímulo aos jovens talentos

A Volvo não tolera nenhuma forma de trabalho forçado, compulsório ou que desrespeite os direitos das crianças, tanto nas suas unidades como nas dos seus concessionários, distribuidores e fornecedores. A idade mínima de emprego é a idade da conclusão escolar em nível obrigatório ou conforme a legislação vigente.

A formação de novos talentos é incentivada pela Volvo por meio de dois programas: o Programa de Estágio, realizado em parceria com universidades, e o Programa Menor Aprendiz, em cooperação com instituições como a Guarda Mirim de Curitiba, a Elo Agência de Apoio Social e Ambiental e o SENAI.

Em 2006, a empresa estendeu o seu Programa de Menor Aprendiz para o entorno da fábrica de Curitiba (PR), passando a incluir jovens estudantes da escola José Fressato. Os estagiários e menores aprendizes recebem, além da bolsa-auxílio, um amplo pacote de benefícios, que inclui assistência médica, odontológica, transporte, seguro de vida, auxílio-farmácia, auxílio-lentes e armações de óculos, além de cestas de Natal e acesso à Associação Viking.



	2005	2006	2007
Estagiários	105	106	101
Menores aprendizes	48	58	62

Remuneração e reconhecimento

A Volvo possui um sistema de remuneração competitivo que lhe possibilita manter e motivar seus empregados e também atrair novos talentos. A remuneração total baseia-se em salário e benefícios atraentes, além do Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PL&R), que inclui desafios globais, de processos, de equipes e de 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.

PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS E RESULTADOS - PLR

Valor médio para cada empregado

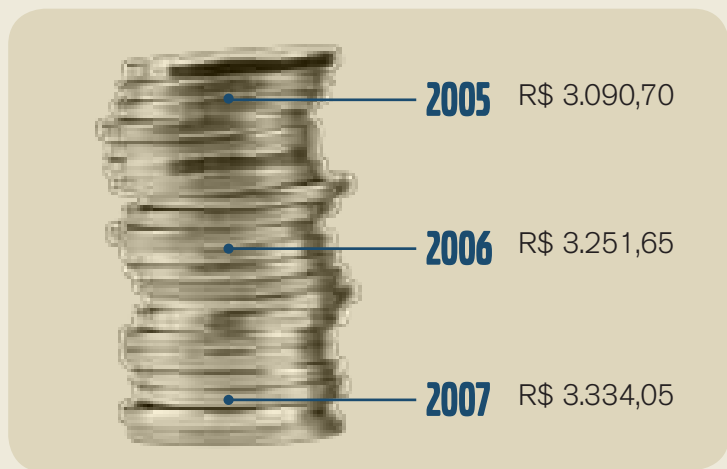
2005: 1,7 salários + **R\$ 1.900,00**

2006: 1,7 salários + **R\$ 2.000,00**

2007: 1,7 salários + **R\$ 2.100,00** (parcela fixa)

MÉDIA SALARIAL DA VOLVO DO BRASIL

(sem incluir lideranças)



Média Salarial da Volvo do Brasil



Reconhecimento de talentos

Especialistas na gestão de pessoas apontam que salários e benefícios são importantes para a carreira, mas são os desafios e os reconhecimentos que dão impulso e sentido à vida profissional. Desde 1999, a Volvo adota o Modelo de Gestão por Competências como base do desenvolvimento de seus empregados no tocante à evolução de carreira, salários, treinamento, entre outros. Por meio dele, o enfoque da carreira sai do cargo para uma visão mais abrangente, focando as oportunidades gerais de desenvolvimento dentro da empresa.

A Volvo possui sistemas distintos de planejamento de carreira para seus empregados das áreas administrativa e fabril, por entender que a formação,

em cada caso, é diferenciada e exige diferentes planos e estratégias.

Para os empregados administrativos, a empresa dispõe de dois processos distintos de planejamento de carreira. O primeiro deles tem uma natureza de curto prazo, com validade de um ano, sendo denominado de *Personal Business Plan* (PBP) e auxilia o empregado a estabelecer os objetivos anuais de desenvolvimento profissional e pessoal em sintonia com as estratégias da sua área e da organização. Já o segundo processo, denominado de Plano de Desenvolvimento Pessoal (PDP), tem validade de 10 anos e envolve um planejamento de carreira de longo prazo, tendo seu acesso restrito unicamente ao empregado. A partir de 2005, a empresa

iniciou uma série de treinamentos por meio dos quais auxilia o empregado a conectar o PBP e o PDP com seus projetos de vida.

Para a área fabril, o sistema de avaliação é o *Individual Career Plan (ICP)*. Como opera com o Sistema de Equipes Autogerenciáveis, a Volvo não analisa apenas o indivíduo, mas também a sua participação na equipe. Isto permite que o empregado não enxergue apenas a si mesmo, mas amplie sua visão para seus pares, sugerindo treinamentos e melhorias para todo o grupo. Ao receber de forma integrada e consolidada o *feedback* de sua equipe, o empregado pode conciliar sua autopercepção com a visão dos seus colegas e traçar um plano de desenvolvimento mais abrangente.

Movimentação de carreira

A movimentação de carreira dentro da Volvo ocorre por meio de recrutamento interno ou de promoção. O processo é conduzido com bastante transparência e todos têm acesso tanto às oportunidades oferecidas como às informações referenciais dos cargos existentes a fim de que possam planejar e realizar ações voltadas ao seu crescimento profissional.

O Grupo Volvo possui também um Programa Global de Identificação de Sucessores, o qual é revisado anualmente e mapeia os talentos internos, agrupando-os de acordo com suas competências, perfis, necessidades de desenvolvimento e perspectivas de carreira no Grupo.

Como instrumentos de desenvolvimento de carreira, o Grupo Volvo também oferece treinamentos técnicos com duração de 3 a 6 meses em outros países. Em 2007, 10 profissionais brasileiros participaram de iniciativas desta natureza. Além disso, a organização também incentiva a participação de profissionais em projetos diferenciados, geralmente fora das suas áreas de atuação, que ampliam a sua visão sistêmica da organização.

Projeto inovador para o desenvolvimento de carreiras

Em 2007, a Volvo desenvolveu de forma experimental o Projeto de “Assessment Center” envolvendo três áreas de negócios (3P, Powertrain e Global Manufacturing). Foram selecionadas 50 pessoas, entre coordenadores e potenciais líderes, para participarem de um mapeamento de suas competências e perfis com vistas ao direcionamento das carreiras seja para, um perfil gerencial ou para um perfil de especialista. O projeto resultou em um inventário de talentos abrindo para os participantes novas perspectivas em suas carreiras. Em 2008, a iniciativa será estendida para outras áreas da Volvo.

Plano de benefícios Volvo

Os benefícios que a Volvo oferece para seus empregados vão muito além das exigências legais e constituem-se em um fator diferencial no mercado. Trata-se um programa completo que inclui inúmeros serviços nas áreas de saúde, treinamento e capacitação, alimentação e social.

SAÚDE

A Volvo prioriza a saúde de seus empregados e dependentes. No Guia Exame/Você S.A., além de ocupar o 5º lugar do ranking geral, recebeu menção honrosa na categoria Saúde. Mantém uma equipe de saúde na fábrica em tempo integral, planos de saúde e odontológico - que incluem os familiares -, desconto de 70% na compra de medicamentos, óculos e lentes de contato. Além destes, programas de controle do tabagismo, obesidade e dependência química fazem parte dos benefícios da empresa.

Investimentos em saúde

2005	R\$ 9.945.352,85
2006	R\$ 8.912.516,00
2007	R\$ 10.958.548,72

Principais benefícios oferecidos aos empregados e seus dependentes:

- Assistência médica
- Assistência odontológica
- Auxílio-farmácia
- Auxílio para lentes e armações para óculos, cirurgia de coração a laser, de miopia, astigmatismo, e hipermetropia
- Vacinas especiais contra tétano e influenza (gripe)
- Atendimento domiciliar de urgência 24 horas: em caso de emergências médicas, os empregados da Volvo e seus dependentes contam com o apoio de um serviço especializado, que inclui ambulância UTI, médico e enfermagem que se deslocam até a residência do paciente para atendê-lo. Basta o funcionário ou dependente telefonar para a empresa contratada para obter o atendimento emergencial.

A Volvo tem uma Política de Atenção ao Portador do HIV que estabelece um tratamento justo e adequado aos empregados que tenham este tipo de doença, evitando discriminá-los de forma negativa ou positiva. Dentre os itens especificados nesta Política estão: a não-existência de julgamento moral, a não-discriminação, o respeito ao sigilo do doente, o acesso aos serviços de saúde oferecidos pela empresa e ao subsídio para medicamento nos mesmos padrões existentes para outras doenças. A Volvo também não realiza teste de HIV nos exames admissionais, demissionais e periódicos, exceto quando solicitado pelo empregado.

TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO

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 2007 a Volvo investiu mais de R\$ 3 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 88 horas de treinamento e educação.

Os treinamentos oferecidos são de diversas naturezas, como Técnico Administrativo, Técnico Auto-Instrucional, Desenvolvimento de Lideranças, Programa Educação e Programa de Idiomas.

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.

O aprendizado dos idiomas inglês e espanhol também é incentivado, com subsídios de até 70%. Em 2007, parcerias com as principais instituições de ensino do país viabilizaram palestras com doutores e mestres nas dependências da empresa, tais como Robson Gonçalves, Adelmo Freiria, José Paschoal Rossetti, Ricardo Sarmiento Costa, Belmiro Castor, Lennart Borjesson, entre outros.

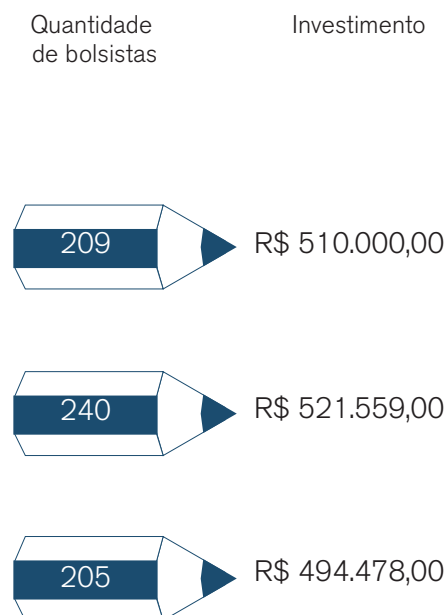
Por meio do Programa Volvo de Desenvolvimento de Lideranças são oferecidas, de acordo com a necessidade de cada executivo, soluções sistematizadas e integradas voltadas ao seu desenvolvimento profissional e pessoal em quatro áreas essenciais: Gestão de Pessoas, Gestão Empresarial, Gestão do Negócio Volvo e Gestão da Qualidade de Vida.

Na área de formação técnica, destacam-se modelos de treinamento diferenciados, como o acompanhamento dos montadores diretamente nas linhas de montagem pelos instrutores e o treinamento auto-instrucional, onde não há a presença do treinador e cada funcionário-aluno estuda seus módulos sozinho, promovendo seu autodesenvolvimento.

Desenvolvimento profissional, treinamento e educação



Bolsas educacionais



MBA Volvo de Lideranças e Gestão de Pessoas

Em 2007, o MBA Volvo em Gestão de Pessoas formou a sua terceira turma. Criado com o objetivo de oferecer um treinamento diferenciado para líderes atuais e potenciais, o curso formou, desde o seu início em 2005, cerca de 100 profissionais. O curso foi estruturado em parceria com a Universidade Positivo e foi especialmente modulado às necessidades Volvo, abrindo 20% das suas vagas também à comunidade. O objetivo foi aprimorar as lideranças e plantar as sementes de uma visão crítica para a construção do futuro da empresa. Para 2008, estão sendo estruturados outros cursos desta natureza, porém de natureza tecnológica.

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. Em 2007, foram investidos R\$ 5,28 milhões neste benefício.

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

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 (*)

2005 ➡ R\$ 9.545.519,00

2006 ➡ R\$ 10.811.535,00

2007 ➡ R\$ 10.822.357,00

(*) com inclusão da Vikingprev

Principais benefícios oferecidos:

- Associação Viking
- Auxílio-creche
- Auxílio-escola especial (oferecido para empregados com filhos menores de 18 anos com necessidades especiais e matriculados em escolas especializadas).
- Plano de Previdência Privada Complementar Vikingprev
- Seguro de vida
- Seguro funeral
- Transporte

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.

Investimentos em Alimentação



2005



2006



2007

Programa de Preparação para a Aposentadoria

O Programa de Preparação para a Aposentadoria - “De Olho No Futuro” teve seu início em 2003 e, em quatro anos, preparou 15 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.



Segurança no trabalho

A segurança é um dos valores corporativos do Grupo Volvo e está presente no dia-a-dia dos seus mais de 100.000 empregados em todo o mundo. De maneira proativa, a Volvo age tanto no oferecimento das condições apropriadas a um ambiente saudável e seguro, quanto também na conscientização dos seus empregados por meio de palestras e programas de treinamento.

Em 2007, na Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT), os empregados tiveram acesso a uma palestra sobre ergonomia, aprendendo a avaliar a sua situação tanto no ambiente de trabalho como em casa.

Ao investir em segurança do trabalho, muito mais do que cumprir a legislação trabalhista, a Volvo desperta em seu corpo funcional a importância da prevenção. Isto significa estar sempre alerta, de forma espontânea, aos riscos de acidentes, zelando e respeitando as normas de saúde e segurança. Destacam-se os treinamentos em primeiros socorros, ergonomia, proteção respiratória e auditiva, prevenção de incêndios, entre outros. Além disso, mensalmente, as equipes autogerenciáveis são estimuladas a discutir temas associados à segurança de trabalho.

Com o objetivo de aprimorar continuamente a ergonomia dos postos de trabalho, a Volvo conta com Comitês de Ergonomia, que atuam sob a supervisão da área de Saúde e Segurança do Trabalho no sentido de mapear a situação atual, avaliar antecipadamente as mudanças nos setores e propor melhorias.

Segurança na cabeça

A Volvo Construction Equipment desenvolveu para seus empregados um capacete especial denominado de Volvo Hard Hat. O equipamento, sem similar no mercado, foi ergonomicamente desenvolvido pela indústria Peltor para proteger as pessoas de qualquer impacto na cabeça e no rosto. Extremamente leve, possui todos os itens básicos de segurança, como óculos e protetor auricular. Os clientes também recebem o capacete ao participar de demonstrações e test drives. A Volvo CE estuda a viabilidade econômica de incluir o capacete como item de série nas vendas realizadas na América Latina.

OHSAS 18001

Em 2006, a Volvo iniciou a implantação progressiva do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional baseado na Norma OHSAS 18001. A fábrica de motores foi certificada em maio de 2007 e a fábrica de cabines em outubro de 2007. A meta é ter toda a fábrica certificada até 2010.



Em 2007, a unidade de Pederneiras (SP) teve 2.114 funcionários treinados em integração, movimentação de máquinas, EPIs, empilhadeiras, brigada de emergência, SIPAT, entre outros. Além disso, os empregados de Pederneiras participam de uma prática semanal intitulada **“5 minutos de segurança”**, que trata de diversos temas relacionados à segurança do trabalho. Neste período, as atividades fabris são interrompidas para dialogar sobre assuntos relacionados à segurança.

EMPREGADOS TREINADOS

	2005	2006	2007
Curitiba-PR	6.636	6.962	14.056*
Pederneiras -SP	1.204	2.781	2.114
Total	7.840	9.743	16.170

* O aumento em relação à 2006, é em razão das contratações realizadas e ao controle da devolução dos diálogos de segurança realizados.

Programa Volvo de Qualidade de Vida

O Programa Volvo de Qualidade de Vida inclui ações sistemáticas e organizadas baseadas no princípio de entender o indivíduo como um ser integral. Isto significa ir além do acompanhamento formal das condições de saúde do empregado e adotar políticas e práticas baseadas em uma cultura de bem-estar voltada à qualidade de vida.

A política da Volvo está baseada na importância das rotinas integradas de saúde, alimentação e qualidade de vida. Assim, ao mesmo tempo em

que são desenvolvidos estudos para o oferecimento de uma alimentação balanceada nos restaurantes internos, os exames periódicos, obrigatórios por lei, são ampliados, de modo que todos passem anualmente por *check-ups* médicos. Os resultados são discutidos com o empregado, que recebe orientações para a eliminação ou controle dos fatores de riscos identificados. Os empregados da Volvo contam também com acompanhamento personalizado no controle da diabete, hipertensão arterial e obesidade.

INDICADORES DE SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA

Áreas	2005	2006	2007	Meta
Percentual de empregados com peso saudável	71%	62%	65%	50%
Percentual de empregados com colesterol elevado	12%	10%	12%	15%
Número de demandas por análise ergonômica no posto de trabalho	43	41	26	50



A área de saúde trabalha baseada no tripé educar, tratar e eliminar riscos. Neste sentido, foi criado o Programa Viva sem Riscos, que inclui um conjunto de ações que buscam enfatizar por meio de atividades interativas a necessidade de se atuar nos cinco fatores preventivos de doenças cardiovasculares: manutenção do peso saudável, controle do diabetes e hipertensão, abandono do fumo, alimentação saudável e combate ao sedentarismo. Dentro desta perspectiva, os empregados são incentivados a zelar por sua saúde, de forma responsável e proativa.

Na área de educação em saúde, são realizadas campanhas com temas diversos, como saúde mental, prevenção do glaucoma, redução do stress, entre outros. Por meio de uma ação visando reduzir o tabagismo, os empregados foram incentivados a trocar maços de

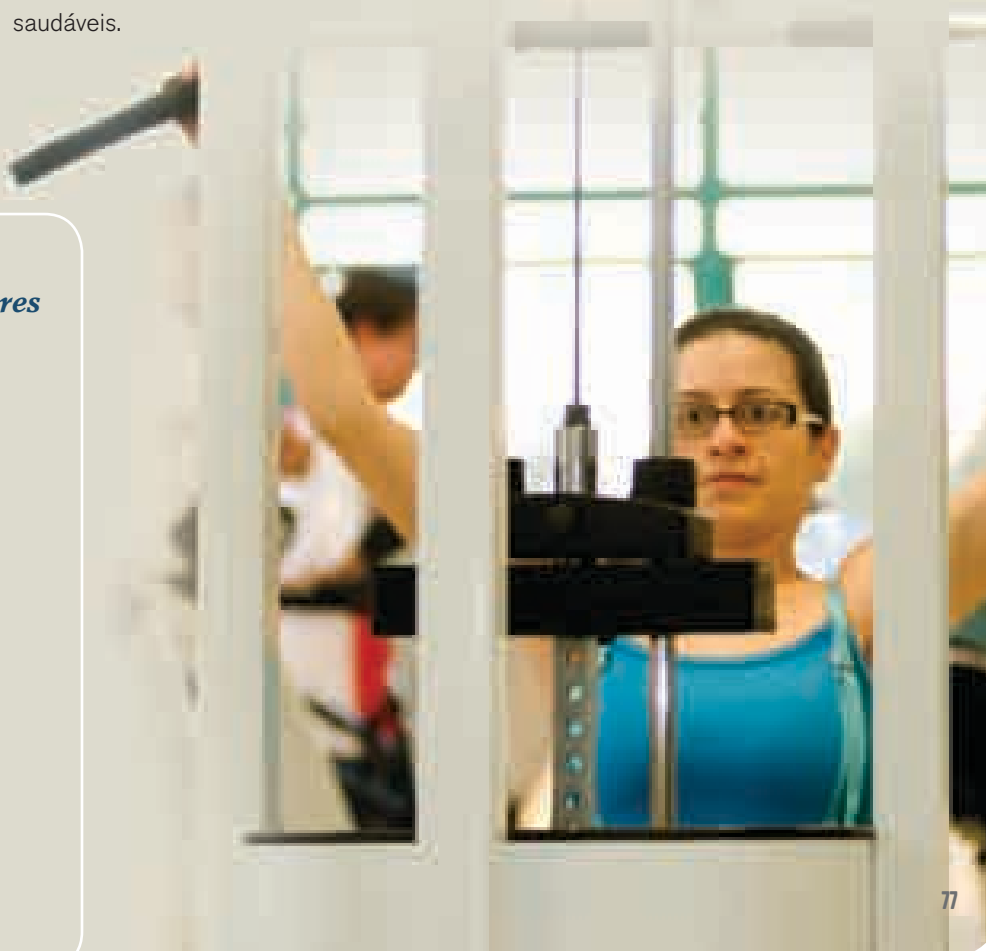
cigarro por alimentos, que foram doados a instituições sociais. Foram arrecadados cerca de 80 kg de alimentos.

Todo esse trabalho é feito por uma equipe multiprofissional de saúde e segurança ocupacional, com o suporte de um ambulatório médico dotado de consultórios, sala de emergência e curativos, salas de atendimento de enfermagem, audiometria e repouso, além de espaços para exames, vacinas e atendimentos.

No objetivo de educação continuada e conscientização em qualidade de vida, um instrumento fundamental de comunicação é “O Viking Família”, informativo enviado à residência dos funcionários com dicas de práticas saudáveis.

Campanha educativa junto aos trabalhadores do segundo e terceiro turnos

Em 2007, a área de Saúde e Segurança do Trabalho da Volvo verificou que havia um baixo comparecimento dos empregados do segundo e terceiro turnos no restaurante da fábrica de Curitiba (PR). Aprofundando a pesquisa, descobriu-se que eles aproveitavam os horários do lanche para realizar outras atividades como, por exemplo, dormir. A partir desta constatação, a empresa iniciou imediatamente um esforço de conscientização sobre alimentação, repouso, atividades sociais, uso de medicamento, entre outros temas, voltado exclusivamente para o perfil e as necessidades desse grupo de trabalhadores.



Associação Viking

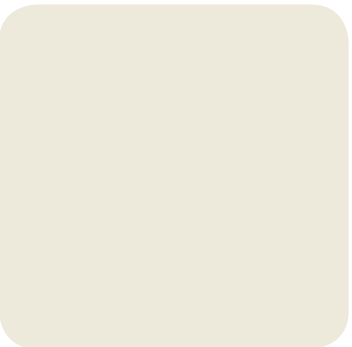
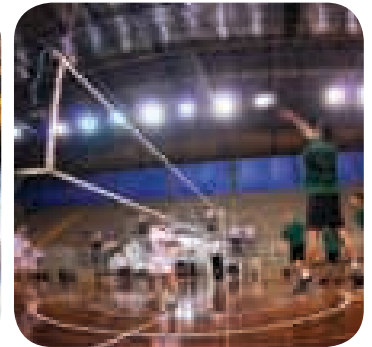
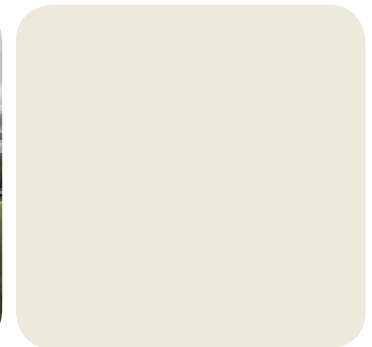
A Volvo preocupa-se em estender a qualidade de vida para fora do ambiente de trabalho. Em 1980, criou a Associação Viking - AV, um verdadeiro clube esportivo, social e cultural ao lado das dependências da fábrica de Curitiba. O espaço conta com canchas esportivas, academia de ginástica, *playground*, casa de leitura, salões de festas, bar/restaurante, churrasqueiras, entre outros. São mais de 70 mil m² de área construída e 134 mil m² de área total, com grande área verde de mata nativa conservada.

Em 2007, mais de 80.000 pessoas, entre empregados da Volvo, seus dependentes e convidados, visitaram a Associação Viking e participaram de uma ampla programação que incluiu 70 diferentes tipos de atividades esportivas, culturais e sociais. A Associação sedia ainda um grupo de escoteiros, projetos culturais e sociais, como a Capoeira e Cidadania, e organiza excursões e passeios ecológicos. Na área esportiva, a Corrida Rústica Volvo do Brasil, aberta à comunidade, já ganhou destaque no calendário oficial de desportos de Curitiba.

A Associação Viking também se preocupa com os aspectos culturais que possam proporcionar maior desenvolvimento cultural aos seus associados, realizando convênios com cinemas e teatros, bibliotecas, livrarias e papelarias.

Em Pederneiras (SP), 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 pebolim, tênis de mesa e parque infantil. Além disso, são oferecidas facilidades como convênio com academia de ginástica, *lava-car* e posto de gasolina. Em 2007, 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.







COMUNIDADE EXTERNA

Nos 30 anos de Brasil, a Volvo sempre buscou basear seus negócios nos princípios de responsabilidade social corporativa e de desenvolvimento sustentável, assim como o Grupo faz em todos os países em que atua.

Com esse objetivo, o **Programa Volvo Cidadania** incorpora as iniciativas educacionais, culturais, sociais e ambientais destinadas tanto aos funcionários da empresa quanto aos clientes, parceiros de negócios e à comunidade em geral.

A seguir, serão apresentadas algumas das principais ações voltadas à comunidade externa, que constituem o Programa Volvo Cidadania.

Programa Volvo de Segurança no Trânsito – PVST



Em 2007, o Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST) completou 20 anos de existência e continua em uma trajetória reconhecida como a mais longa campanha de mobilização e educação de trânsito já realizada no Brasil.

O Programa utiliza a Internet como ferramenta informativa e educativa, mantendo um portal com informações atualizadas a respeito das atividades do Programa, assuntos e temas relacionados à segurança no trânsito no endereço eletrônico:

www.volvo.com.br/pvst.

Em 2007, o Programa Volvo de Segurança no Trânsito realizou as seguintes ações:



1 PRÊMIO VOLVO DE SEGURANÇA NO TRÂNSITO

O Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito reconhece e premia as melhores práticas e programas voltados à criação de um trânsito mais seguro e humano. São seis categorias de premiação: cidade, empresa, imprensa, motorista profissional, transportadoras de cargas e/ou passageiros e geral. Ao longo de 17 edições, aproximadamente 5,8 mil trabalhos já foram inscritos. Programas e ações que se somaram para reduzir acidentes e mortes no trânsito brasileiro. Em 2007, o XVII Prêmio Volvo recebeu um total de 326 inscrições de trabalhos. Os vencedores, após a avaliação da comissão julgadora, serão divulgados e premiados em 2008. Os vencedores nacionais são contemplados com uma viagem à Suécia para conhecer um dos sistemas de trânsito mais seguros do mundo e com o troféu Volvo de Segurança.



2 FÓRUM VOLVO DE SEGURANÇA NO TRÂNSITO

Incentivar e promover debates sobre segurança no trânsito, bem como aproximar e envolver a sociedade na discussão e na busca de soluções para diminuir os índices de acidentes e mortes nas ruas e estradas brasileiras. Estes são os principais objetivos do Fórum Volvo de Segurança no Trânsito, promovido anualmente em diferentes capitais do país.

Em 2007, o Fórum foi realizado na cidade de São Paulo (SP), com um tema voltado ao segmento de transporte rodoviário de cargas: "Segurança é investimento", e reuniu dirigentes de organizações que

congregam empresas de transporte de cargas do Brasil e dos Estados Unidos, além de cerca de 200 transportadores e especialistas no assunto para debater o tema.

O evento teve o objetivo de sensibilizar os empresários do setor para o fato de que segurança é muito mais do que evitar roubo de cargas. São necessários mais investimentos em desenvolvimento e treinamento de motoristas profissionais, em melhorias na qualidade de vida dos motoristas, em tecnologias de segurança, entre outros.

Segundo estatísticas de entidades e empresas ligadas ao setor de transporte, anualmente ocorrem 91 mil acidentes nas rodovias brasileiras com o envolvimento de veículos de carga. O resultado é a morte de 12 mil pessoas, 4 mil delas motoristas de caminhões. No total, o Brasil perde R\$ 22 bilhões por ano com acidentes, cerca de R\$ 10 bilhões somente com o transporte rodoviário de carga, um prejuízo muito maior que o valor de R\$ 1 bilhão de perdas com o roubo de carga.

O destaque ficou por conta da apresentação do bem-sucedido programa de redução de acidentes da ATA (*American Trucking Association*), entidade norte-americana que elegeu há muitos anos a segurança como valor central e vem tratando o assunto como investimento, com benefícios econômicos e de imagem aos transportadores filiados à instituição.

Cases bem-sucedidos de programas de segurança já adotados por transportadoras brasileiras também foram apresentados como bons exemplos, além as tecnologias oferecidas nos caminhões Volvo para aumentar a segurança nas estradas.

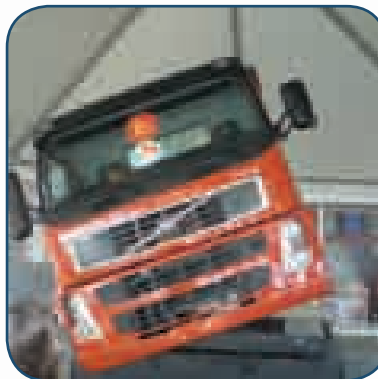


3 TRANSITANDO

Criado em 2001, o Transitando é um projeto de educação de trânsito para alunos e professores de escolas de ensino médio públicas ou privadas. Seu conteúdo é aplicado na grade curricular das escolas de forma interdisciplinar, o que significa que os temas envolvendo a 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 o ensino junto aos alunos. Em 2007, o projeto teve continuidade nas cidades de Americana (SP) e São José do Rio Preto (SP).

4 AÇÕES COMEMORATIVAS DOS 20 ANOS DO PVST:

Viva o verão com segurança



Em parceria com o governo do estado do Paraná, a Volvo foi até o litoral do estado para conscientizar os veranistas sobre a importância do cinto de segurança. Nos meses de janeiro e fevereiro, a empresa manteve um quiosque de demonstrações na praia central de Guaratuba (PR). No local, uma cabine de caminhão, que simula um tombamento em caso de acidente, comprovava a eficácia do uso do cinto de segurança. Além disso, uma balança calculava o peso que os ocupantes de um veículo teriam em uma eventual colisão a 80 km/h. Uma forma eficaz de mostrar e sensibilizar milhares de pessoas para a importância do cinto de segurança no dia-a-dia.



Pesquisa “O Jovem e o Trânsito”

Em 2007, foi organizada, pela Organização das Nações Unidas (ONU) e pela Organização Mundial de Saúde (OMS), a Primeira Semana Mundial de Segurança no Trânsito das Nações Unidas, com o objetivo de diminuir a mortalidade de jovens no trânsito, já que uma estimativa da OMS mostra que aproximadamente um terço das pessoas que morrem anualmente no trânsito em todo o mundo tem até 25 anos. Nesse esforço, ONU e OMS convocaram governos de todos os países para organizar eventos de sensibilização para o problema e ações para atenuá-lo.

Para contribuir com essa mobilização, o Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST), em conjunto com a empresa Perkons, fabricante de equipamentos

eletrônicos de fiscalização de trânsito, a Sociedade Brasileira de Ortopedia e Traumatologia (SBOT) e o Ministério da Saúde, decidiu realizar uma pesquisa nacional sobre a percepção do jovem brasileiro em relação ao trânsito, buscando levantar dados que ajudassem a conhecer a realidade no Brasil e subsidiar ações voltadas especificamente para essa faixa etária.

O estudo foi realizado com pesquisas qualitativas e quantitativas. A pesquisa quantitativa foi realizada pelo Ibope, com mil jovens de 16 a 25 anos, em todo o país. Já a pesquisa qualitativa foi realizada com pequenos grupos de jovens entre 16 e 25 anos, de Goiânia (GO), São Paulo (SP) e Porto Alegre (RS). Os resultados apontaram que 88% dos

entrevistados acham que os mais velozes no trânsito são os jovens. Desses 88%, 39% apontam como fator responsável da velocidade a adrenalina e outros 30% apontam, a bebida. Dos pesquisados, 21% já se envolveram em acidentes de trânsito, sendo que mais da metade dos envolvidos acredita que o motivo do acidente foi a imprudência do motorista. Quanto aos menores de idade na direção, 20% afirmam que dirigem e a maioria aprendeu a dirigir com os pais. Na fiscalização, 55% consideram a eletrônica mais eficaz do que a feita por agentes de trânsito. E a grande maioria dos entrevistados – 88%, acreditam que o comportamento de risco aumenta quando o jovem está em grupo.

Baseado nesses e em outros números revelados pelo levantamento, concluiu-se que o jovem brasileiro reconhece que adota uma série de comportamentos de risco no trânsito. Admitir esses comportamentos é um fato positivo, mas não suficiente, pois o jovem precisa dar um passo a mais e efetivamente mudar de atitude para que seja possível diminuir o número de acidentes e mortes no trânsito. Essa mudança de atitude requer um trabalho consistente de conscientização e de desenvolvimento da cidadania.

O relatório integral dessa pesquisa pode ser acessado no endereço:

www.volvo.com.br/pvst.





Semana Nacional do Trânsito 2007

Entre os dias 24 e 26 de setembro, o Programa Volvo de Segurança no Trânsito instalou uma tenda na Praça Rui Barbosa, no centro de Curitiba (PR), na qual foram exibidos vídeos educativos, assim como uma cabine de simulação de tombamento, com o objetivo de reforçar a importância do uso do cinto de segurança. Nesse mesmo período, a mídia paranaense utilizou os dados da pesquisa “O jovem e o trânsito” para subsidiar reportagens sobre o tema.

A Volvo desenvolveu programetes de rádio que foram veiculados nacionalmente pela rádio CBN durante toda a Semana Nacional do Trânsito, abordando temas como “o jovem e o trânsito”, “a segurança como investimento”, “o cinto de segurança em ônibus rodoviários e no banco traseiro de automóveis” e “o treinamento de motoristas”.

Fórum NTC de Segurança

Em 2007, a Volvo participou do “II Fórum sobre Segurança para o Transporte Rodoviário de Cargas”, organizado pela Associação Nacional dos Transportadores de Cargas (NTC & Logística), que debateu questões relativas à segurança, especialmente a de trânsito, sob o foco do transporte de cargas. Durante o evento, especialistas da Volvo fizeram uma palestra sobre segurança veicular, apresentando as tecnologias que a montadora vem desenvolvendo nessa área. Várias empresas também apresentaram inovações e programas voltados à segurança no setor de Transporte de Cargas. A Unilever, uma das maiores empresas embarcadoras, no Brasil, mostrou o seu Programa de Segurança, que foi vencedor do XV Prêmio Volvo de Segurança no

Trânsito na categoria de empresas. Um excelente case, que mostra como as empresas podem se mobilizar para buscar a redução do índice de acidentes, mortes e prejuízos humanos e financeiros.

Nesse Fórum, o idealizador e atual consultor do Programa Volvo de Segurança no Trânsito (PVST) J. Pedro Corrêa foi homenageado e recebeu a Medalha do Mérito Rodoviário por sua dedicação à segurança no trânsito do Brasil ao longo dos últimos 20 anos, período que coincide com a criação do programa. A Medalha de Mérito do Transporte NTC, criada em 1984, é a principal honraria concedida pela entidade e a mais antiga e tradicional do setor.

Trânsito consciente na televisão

Em 2007, com o apoio cultural do Programa Volvo de Segurança no Trânsito, foram ao ar, na TV Cultura São Paulo, cinco edições do programa “Transitando com Segurança”. Por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura, a TV Cultura e a Volvo produziram programetes de pouco mais de 1 minuto para serem exibidos durante a programação. Dessa forma, uniu-se o *know-how* em segurança da Volvo à *expertise* da TV Cultura.

Atualmente, 21 estados e o Distrito Federal são atendidos pela

Rede. A população total do país servida pelo sinal da TV Cultura é estimada hoje em 93.281.441 pessoas em 1885 localidades. Pela importância e abrangência do tema, foram escolhidos os intervalos do Jornal da Cultura. A programação foi mantida durante duas semanas, com uma inserção diária e chamadas de 30 segundos ao longo da programação. De forma clara, recheados de depoimentos e números de impacto, certamente os programetes levavam os telespectadores à reflexão.

Conscientização também aos funcionários

O público interno também foi alvo de ações educativas do Programa Volvo de Segurança no Trânsito. O jogo educativo “Transitando com Segurança” foi produzido e distribuído a todos os funcionários da Volvo, que puderam compartilhar com seus familiares informações preciosas sobre comportamentos adequados no trânsito enquanto pedestres, ciclistas, condutores e motociclistas.

O tema abordado internamente durante a Semana Nacional do Trânsito foi o uso do cinto de segurança em ônibus, vans e carros (principalmente no banco traseiro).

Foram realizados encontros para o treinamento de todos os motoristas de ônibus e vans que atendem às linhas da Volvo, instruindo-os sobre o assunto e a maneira de abordar e sensibilizar os funcionários para o uso do equipamento. Capas para todos os assentos de ônibus e vans com mensagens educativas a respeito do uso do cinto de segurança foram produzidas. Além disso, um grupo formado por atores: a “trupe do trânsito” foi contratada para interagir com os funcionários no fim do expediente.

Investimentos – Programa Volvo de Segurança no Trânsito:

2004 ➡ R\$ 330 mil

2005 ➡ R\$ 330 mil

2006 ➡ R\$ 380 mil

2007 ➡ R\$ 380 mil



Fundação Solidariedade



A 25 km do centro de Curitiba, capital do Paraná, está localizada a Fundação Solidariedade, que busca oportunidades para crianças e adolescentes que estão em situação de risco, oferecendo moradia, alimentação, educação e saúde.

Com quase 20 anos de atuação, a Fundação se transformou em referência na área. Atualmente, em um terreno de mais 65 mil metros quadrados, estão distribuídas seis casas com ótima estrutura, além de áreas de convívio coletivo, como o Centro Pedagógico e Cultural. Em 2007, foi construído também um depósito de alimentos de acordo com as normas técnicas da vigilância sanitária.



OS OBJETIVOS DA FUNDAÇÃO SOLIDARIEDADE



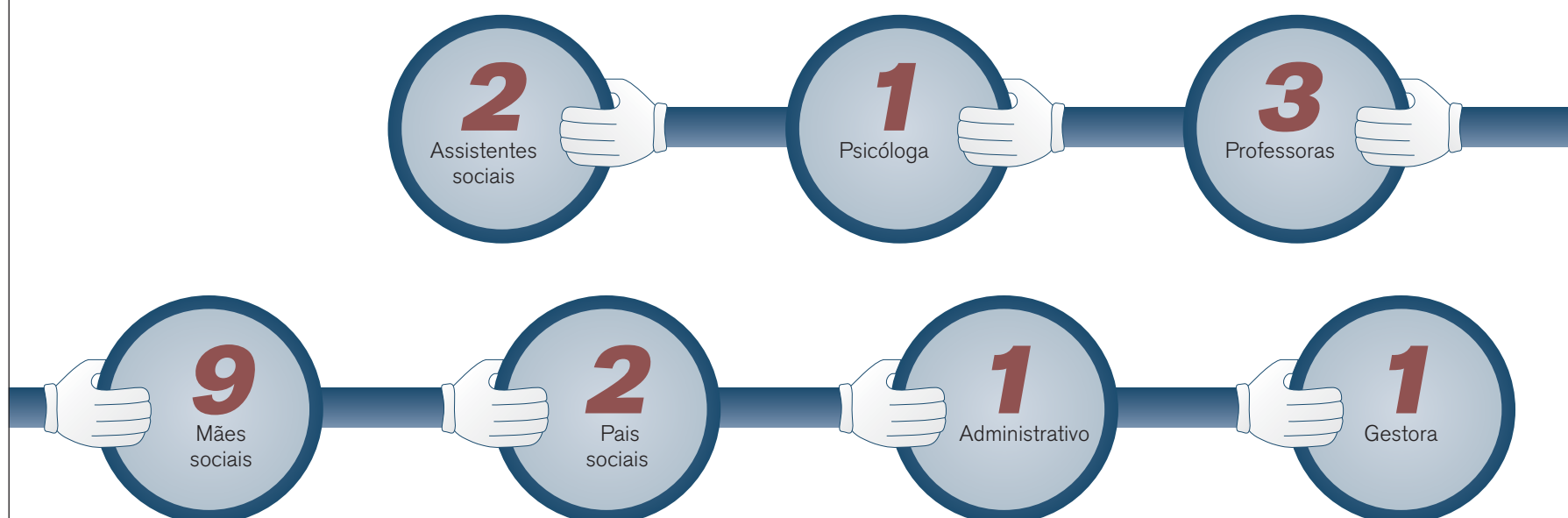
A mente e a auto-estima dos assistidos são alimentadas, por meio de ações educativas que privilegiam o desenvolvimento dos potenciais de cada indivíduo, seja por meio da música, da arte, da cidadania, da educação formal, da gestão escolar e, até mesmo, do encaminhamento profissional.

O lazer também é muito valorizado na Fundação Solidariedade. Em 2006, graças a uma parceria com a empresa Chevron, uma quadra poliesportiva foi construída para atividades das crianças e dos adolescentes que estão na Fundação e também de membros da comunidade do entorno. Dessa forma, é possível integrá-los e promover a convivência social dos abrigados. Em 2007, a novidade na área do lazer foi a construção de um salão de festas, que pode também funcionar como área de apoio. O dinheiro para esse empreendimento veio de uma doação feita pela Volvo da Suécia, no valor de R\$ 40 mil.

Além das doações dos funcionários do Grupo Volvo na Suécia, a Fundação é mantida com doações voluntárias de funcionários da Volvo no Brasil, com contribuições da empresa, assim como do Fundo da Infância e da Adolescência e de parcerias com outras empresas. A instituição é administrada por uma equipe técnica de profissionais e também por um conselho deliberativo e um conselho fiscal, além de uma assembléia geral. Esses últimos, formados por funcionários voluntários da Volvo do Brasil.



PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS TRANSFORMAM A FUNDAÇÃO SOLIDARIEDADE EM REFERÊNCIA NA ÁREA



Em 2007, a Fundação atendeu **63 crianças e adolescentes** e efetivou **6 processos de adoção** e **9 de reintegração familiar**.

Atualmente, no Brasil, estima-se que 80 mil crianças vivem em abrigos.

NÚMERO DE ATENDIMENTOS

2005 → 24 → 16 = 40

2006 → 27 → 19 = 46

2007 → 40 → 23 = 63

Crianças de 0 a 11 anos

Adolescentes de 12 a 18 anos

“Eu gosto bastante da Fundação Solidariedade. De todos os lugares que eu morei, esse é o melhor, porque a gente convive com várias pessoas e sempre recebe amor, além das oportunidades de estudo, de trabalho e de cursos. Na verdade, eu quero fazer uma faculdade. Pretendo conseguir tudo que eu não tive de uma família. Tudo que eu tive pouco, eu quero dar em dobro para os meus filhos e ter na minha família. Com certeza, a Fundação Solidariedade me ajuda nessa busca” – Franciele do Nascimento, há cinco anos na Fundação Solidariedade

ORIGEM DOS RECURSOS - 2007

- convênio com Fundo da Infância e Adolescência (municipal e estadual): **80%**
- contribuições voluntárias de funcionários da Volvo do Brasil: **10%**
- Doações dos funcionários da Volvo da Suécia: **02%**
- Promoções (leilão de computadores, eletrodomésticos, etc.): **08%**

Incentivo ao voluntariado consciente

A Volvo incentiva os funcionários da empresa a fazer parte de atividades de voluntariado. Para isso, a empresa mantém um programa por meio do qual o funcionário pode participar de projetos educacionais, ambientais, culturais e esportivos durante o horário de expediente. Esse programa funciona como uma troca: enquanto os funcionários voluntários contribuem para o desenvolvimento e promoção da cidadania nas comunidades atendidas, eles também desenvolvem suas competências, tais como facilidade para trabalhar em equipe, oratória e conhecimento sobre a realidade social.

Os principais programas de voluntariado são desenvolvidos, prioritariamente, na comunidade carente que reside no entorno da fábrica. Tanto que, em 2005, a empresa encomendou ao Serviço Social da Indústria (SESI) uma pesquisa com o objetivo de traçar o Mapa Social da Comunidade Vila São José do Passaúna. O objetivo do levantamento foi conhecer melhor a comunidade e suas características, de forma a auxiliar a empresa na elaboração de projetos voltados ao desenvolvimento da comunidade.



PESQUISA MAPA SOCIAL COMUNIDADE VILA SÃO JOSÉ DO PASSAÚNA

Com base nos resultados da pesquisa, foram indicadas algumas tendências e oportunidades para a intervenção da Volvo na Vila São José:

Ações educacionais focadas nos temas qualidade de vida, meio ambiente e empreendedorismo, e que fossem construídas a partir de ação conjunta dos vários agentes sociais presentes na comunidade.

Promoção de atividades de lazer, cultura e esporte, estimulando a comunidade a investir em ações que propiciassem a expansão do potencial humano, contrapondo-se às situações de ociosidade e vandalismo.

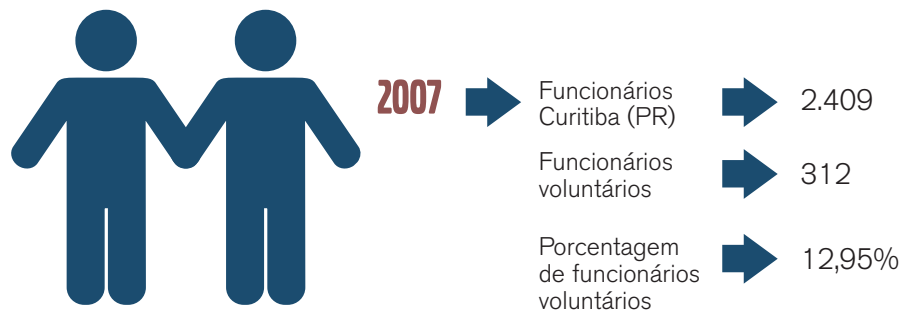
Fomentar o desenvolvimento da associação de moradores e lideranças, estimulando projetos de geração de renda aproveitando as competências locais e os talentos da comunidade. Para essa ação, será necessário a realização de um mapeamento das iniciativas existentes, de seus fatores de sucesso e da possibilidade de expansão, de modo que a ação seja sustentável.

Esses resultados serviram para orientar as atividades que já estavam sendo desenvolvidas na Vila São José, bem como para nortear os projetos que seriam implantados posteriormente. Dessa maneira, as ações de voluntariado da Volvo estão embasadas por avaliações detalhadas do local, de forma que os programas sirvam principalmente para valorizar e criar oportunidades à comunidade.

Formação profissional a partir da realidade local, buscando a inclusão e o resgate da auto-estima.

VOLUNTÁRIOS

Quando os funcionários se sentem incentivados a agir como cidadãos e a ajudar a melhorar o país, eles podem aprender, crescer e superar obstáculos.



Para 2008, a meta é de que a porcentagem de 12,95% de funcionários voluntários seja mantida ou, até mesmo, ultrapassada.

Os funcionários voluntários têm participado especialmente de programas educacionais, como “Aprendendo a Empreender”.

Programa Aprendendo a Empreender

Combinando oportunidades de aprendizado com o apoio à comunidade do entorno da fábrica (Vila São José do Passaúna), a Volvo iniciou em 2006, dentro do projeto de voluntariado, o Programa Aprendendo a Empreender, em parceria com a *Junior Achievement* (organização mundial, sem fins lucrativos, reconhecida por sua *expertise* em programas educacionais voltados para o empreendedorismo). O objetivo é unir a experiência corporativa, por meio de aulas teóricas e exemplos práticos, às chances de construir histórias de vida diferentes para as crianças participantes.

Em 2007, o projeto teve continuidade, recebendo o apoio

de diversas áreas da empresa e envolveu cinco voluntários, funcionários da Volvo em Curitiba, que atuaram tanto como professores quanto como guias, recebendo estudantes em seu ambiente de trabalho no Projeto Empresário-Sombra. Durante um dia, os estudantes, que se destacaram no Programa Miniempresa, tiveram a oportunidade de seguir os passos de um empresário ou executivo na sua jornada de trabalho. Dessa forma, esses jovens desenvolvem uma visão realista do mundo do trabalho e compreendem de que maneira os conhecimentos adquiridos em sala de aula podem ser aplicados na sua carreira e, ainda, percebem quais são as habilidades necessárias aos profissionais de sucesso.



DOAÇÕES

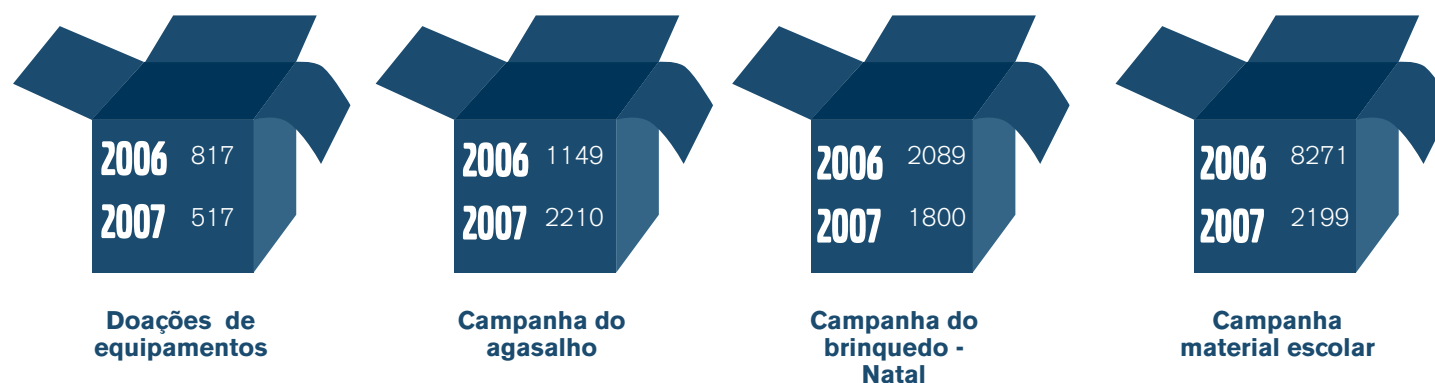


Durante todo o ano, a Volvo desenvolve diversas campanhas internas para a arrecadação de agasalhos, de brinquedos e de material escolar, que beneficiam diferentes organizações parceiras, tais como hospitais, centros de apoio e casas-lares. Desse modo, é possível incentivar os funcionários a se envolverem com causas sociais e se sentirem cidadãos.

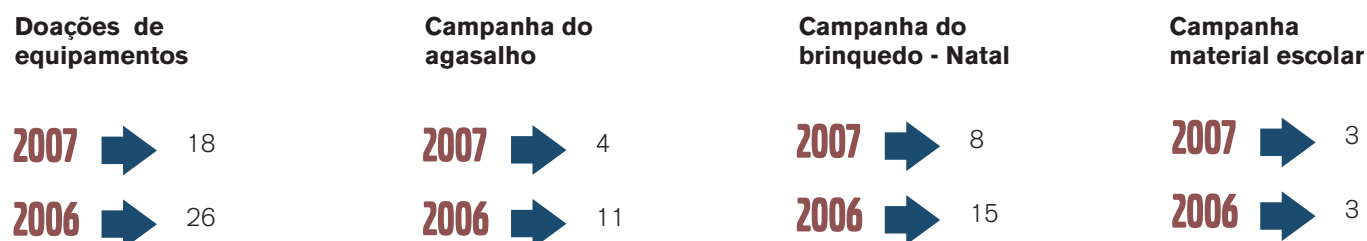
Além de despertar o interesse pela cidadania, a Volvo também dá o exemplo, ao disponibilizar equipamentos em desuso (computadores e impressoras) sucatas e outros materiais inservíveis para atender às demandas sociais da comunidade, beneficiando, assim, entidades que prestam serviços públicos, filantrópicos, culturais, científicos e educacionais.

Em 2007, foram realizadas também campanhas para arrecadação de alimentos e material de higiene, as quais conseguiram angariar 1483 itens e beneficiaram duas instituições parceiras da empresa.

Arrecadação – N° de itens



N° de instituições beneficiadas



Doações para o Fundo da Infância e Adolescência (FIA)



A Volvo, destina continuamente contribuições para o Fundo da Infância e Adolescência (FIA), criado em 1994 e que atua como um instrumento de captação de recursos para projetos sociais que atendem crianças e adolescentes carentes. Os recursos que formam esse fundo, e que é gerido pelos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente municipais e estaduais, são oriundos de destinações feitas por pessoas físicas ou jurídicas, dedutíveis do Imposto de Renda.

Desde 2005 a Volvo promove um trabalho de educação e conscientização junto aos seus empregados, com o objetivo de que eles também destinem parte do Imposto de Renda de Pessoa Física (declaração – modelo completo) ao FIA. Entre 2005 e 2006, a adesão cresceu mais de 70%; já em 2007 a adesão se manteve estável em relação ao ano anterior.

Volvo

2007	➡	R\$ 1.033.000,00
2006	➡	R\$ 504.623,00
2005	➡	R\$ 473.669,00
2004	➡	R\$ 502.818,21

Funcionários

2007	➡	R\$ 24.500,00
2006	➡	R\$ 25.000,00
2005	➡	R\$ 14.600,00
2004	➡	–



Projetos Sociais na Associação Viking



Desde 2005, a Associação Viking, associação dos funcionários da Volvo situada ao lado da fábrica em Curitiba, oferece suas instalações para a realização de projetos sociais e culturais que beneficiem a comunidade do entorno da fábrica Volvo em Curitiba. São quase 140 mil metros quadrados, equipados com edifício-sede, salão de festas, *playground*, vestiários, estacionamento, casa de cultura, bar, cancha para prática de esportes, churrasqueiras, além de lago e bosque.

Entre os principais beneficiados da comunidade do entorno, estão alunos do Colégio José Fressato, que conta aproximadamente com 400 crianças e adolescentes. Vários deles já se acostumaram a cruzar os portões da Associação Viking para participar da capoeira, do teatro e das atividades esportivas que continuaram a ser desenvolvidas durante todo o ano de 2007.

O Projeto Segundo Tempo, que propunha atividades esportivas e culturais no contraturno escolar, foi realizado durante o ano de 2007, beneficiando dezenas de crianças e adolescentes.

Esse projeto foi finalizado em dezembro de 2007. Em 2008, um novo e similar projeto entra em ação: o "Atleta do Futuro", no qual, em parceria com o SESI, a Associação Viking pretende oferecer atividades de contraturno escolar, contemplando a prática de esportes como vôlei, tênis de campo, futebol e xadrez. Dessa forma, o tempo livre desses jovens é ocupado de maneira saudável, o que colabora com o desenvolvimento da cidadania.



PROJETO CAPOEIRA E CIDADANIA

De arte marcial brasileira, com origem africana, do século XVII, a capoeira passou a funcionar, atualmente, como um instrumento de socialização e cidadania.

Na Associação Viking, os alunos aprendem a agir com responsabilidade, fazendo parte de um grupo e praticando a cooperação mútua e o senso de comprometimento.

Dessa forma, o Projeto Capoeira e Cidadania contribui com a auto-estima, promove a disciplina, de modo a aumentar a integração do indivíduo à vida social e comunitária por meio do esporte. Voltado a crianças e adolescentes com idades entre 7 e 18 anos, a iniciativa contabilizou quase 80 inscritos em 2007, enquanto, em 2006, foram 70 inscritos. Em 2007, a proporção do perfil do total de participantes continuou semelhante a 2006: 85% são crianças e

adolescentes da comunidade do entorno da fábrica de Curitiba (PR) e 25% são funcionários e filhos de funcionários da Volvo.

O projeto tem proporcionado excelentes resultados, que vão além das aulas. Atualmente, três alunos do Colégio José Fressato, que iniciaram no projeto, em 2006, estão atuando como monitores auxiliares do professor de capoeira, não somente na Associação Viking, mas também em outras localidades. Além disso, alguns deles, por meio do projeto, conseguiram bolsas de estudos na Universidade Positivo.

Esse projeto é realizado por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura e tem a Volvo como patrocinadora.

Eu quero começar a faculdade de educação física, seguir carreira, ser professor.

Agora, esse é o meu objetivo. Antes do projeto, eu era muito bagunceiro. Iniciei no projeto para conhecer pessoas novas e por hobby. Mas com o incentivo do professor e com o exemplo de outros amigos, que estão na faculdade, eu também me interessei em ser professor. Eu tenho certeza que o meu futuro vai ser melhor”.

Valdinei Ribeiro da Silva, de 17 anos, há três anos entrou no Projeto Capoeira e Cidadania e atualmente é monitor auxiliar do professor.

“Eu sinto que a Volvo tem uma grande preocupação com o social, principalmente, ao fazer esse resgate da população que mora ao redor da fábrica. Nosso objetivo é usar a capoeira como ferramenta pedagógica, trabalhando a criança como cidadã por inteiro. Por meio do projeto, a gente estimula a criança a frequentar a escola, a acreditar que é possível sonhar e ter um futuro melhor”.

Jorge Luiz de Freitas, professor “Piriquito”, há 27 anos dá aulas de capoeira e vê a transformação de crianças e adolescentes no Projeto Capoeira e Cidadania.



Programa na Mão Certa

De acordo com a Organização Internacional do Trabalho, cerca de 100 mil crianças e adolescentes são vítimas da exploração sexual no Brasil. Em 2007, a Polícia Rodoviária Federal identificou 1819 pontos de risco de exploração sexual de menores de idade nas rodovias federais brasileiras. Com o objetivo de mudar essa realidade, a Volvo do Brasil assinou, em novembro de 2006, o acordo de colaboração com o programa “Na mão certa”, do Instituto WCF-Brasil, braço brasileiro da *World Childhood Foundation*, que visa envolver governos, empresas e organizações da sociedade no combate à exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras.

Dessa forma, um dos públicos-alvos do programa são os caminhoneiros. O objetivo é educá-los de forma a transformá-los em agentes de proteção e co-responsáveis pela eliminação do problema. Outra meta do programa é apoiar o desenvolvimento das organizações que atendem crianças e adolescentes, fortalecendo o sistema de proteção à infância e adolescência em situações de risco. Nesse sentido, a Fundação Solidariedade foi apontada como uma das boas práticas no setor.

Em 2007, a Volvo do Brasil patrocinou o “Encontro Regional Sul Programa Na Mão Certa”, cujo principal objetivo foi mobilizar e incentivar novas empresas do segmento de transporte rodoviário de cargas a assinar o Pacto Empresarial e, conseqüentemente, assumir o compromisso de lutar contra exploração sexual infanto-juvenil nas estradas.

O programa tem planejamento definido até 2010. Em 2008, a Volvo do Brasil passará a abordar o tema nos treinamentos de caminhoneiros em toda a rede de concessionárias. Para isso, irá distribuir materiais educativos (guias, folhetos e adesivos) para todos os motoristas profissionais treinados na Rede Volvo.

O tema também é abordado na revista institucional da Volvo “Eu Rodo” e em eventos realizados com empresários do setor de transporte de cargas, como forma de sensibilizá-los para a assinatura do Pacto Empresarial junto ao Instituto WCF e ao engajamento nessa causa.



Ensinando a ser um profissional cidadão: Projeto Pescar e Projeto Profissionalizar



A Volvo Construction Equipment (Volvo CE) é uma das 97 empresas brasileiras que apóia o Projeto Pescar, da Fundação Projeto Pescar, localizada em Porto Alegre (RS). A idéia é promover a formação pessoal e profissional de jovens em situação de vulnerabilidade social por meio da educação básica profissionalizante, visando ao exercício pleno da cidadania e da atividade profissional. Para isso, são oferecidos cursos de capacitação profissional que abrangem os seguintes segmentos: indústria, comércio, serviços e agricultura. Atualmente, são 29 cursos de iniciação profissional.

O Projeto Pescar foi criado há cerca de 30 anos e, em 2007, alcançou bons resultados: quase 80 turmas realizaram formaturas e 1.174 jovens tiveram a oportunidade de aprender uma profissão. Até hoje, o Projeto Pescar já atendeu 12.114 jovens. Além das

unidades no Brasil, há ainda unidades na Argentina e no Paraguai. A participação da Volvo, em 2007, foi de R\$ 84.000,00.

Na mesma linha, a Volvo CE colabora também com o Projeto Profissionalizar, programa de responsabilidade social mantido pela empresa parceira Tracbel em Contagem (MG). Ao longo de 13 edições, o programa já qualificou mais de 400 adolescentes carentes para o mercado de trabalho, com cursos técnicos em manutenção de equipamentos pesados. Além das aulas de mecânica, o programa educacional inclui temas como cidadania, combate às drogas, educação sexual, português instrumental e educação física. Cerca de 70% dos alunos são absorvidos pelo exigente mercado de trabalho. Em 2007, foram investidos R\$ 34.200,00 no programa por parte da Volvo CE.



Investimentos culturais e sociais

A Volvo do Brasil mantém uma sólida política de patrocínios, apoiando prioritariamente projetos que tenham correlação com os valores essenciais da marca: Qualidade, Segurança e Respeito ao meio ambiente. São patrocinados projetos culturais e socioambientais que valorizem os talentos artísticos e ícones paranaenses, bem como programas que beneficiem grupos de crianças e adolescentes, como forma de ressaltar o papel da cidadania corporativa.

Em 2007, foram apoiados diversos projetos por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) e da Lei Municipal de Incentivo à Cultura (ISS e IPTU).

Descrevemos alguns desses projetos e seus resultados.

PROJETOS APOIADOS POR MEIO DA LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA

ÁRVORE SHOW

Em parceria com a Fundação Cultural de Curitiba, a Volvo patrocinou a exposição Curitiba: Intervenção urbana. Sete obras de arte de cinco metros cada uma foram espalhadas ao longo do calçadão da Rua XV, no centro da cidade. Belas e coloridas árvores estilizadas em formato de esferas de 2,5 metros de diâmetro, sustentadas por um “tronco” e uma base de concreto. Cada esfera sofreu a intervenção de um artista que teve total liberdade para explorá-la a partir do tema: “biodiversidade, uma questão em sintonia com a cidade, que faz fama em torno de sua preocupação com o meio ambiente”.

“É uma possibilidade de oferecer para os artistas a oportunidade de mostrar o trabalho. E a proposta de intervenção urbana na cidade é muito interessante”.

Tatiana Stropp, artista plástica, autora da obra “Vivercidade”.

“É muito bacana ver que as pessoas estão gostando, olhando e tentando entender aquilo. É divertido”. Fábio Miraglia, diretor de criação da JWT Curitiba, autor da obra “Oxigênio



ARTE NAS FÁBRICAS

Possibilitar aos funcionários de empresas e indústrias localizadas na grande Curitiba o contato com a arte. É este o principal objetivo do projeto "Arte nas Fábricas". Em 2007, a magia de exposições de artes plásticas e a melodia de canções da música popular brasileira fizeram parte do ciclo de apresentações. Na Volvo, os destaques foram o grupo folclórico Forféu do Mundaréu, Mágico Delfus e a cantora Cris Lemos. No total, 28 empresas foram atendidas, beneficiando mais de 14 mil pessoas. Algumas das empresas contempladas foram: Faurecia, Votorantim, Coca-Cola, Brose, Aker Kvaerner, Trombini, Herbarium, Siemens, BS Colway, Furukawa, Nutrimental, CNH, Correios, entre outras.



CAMERATA ANTIGA DE CURITIBA

Com 33 anos de existência, a Camerata Antiga de Curitiba representa um grupo de prestígio nacional e também uma verdadeira escola. Formada por coro e orquestra, a Camerata já gravou 14 discos e fez mais de mil apresentações, que vão do barroco à renascença, passando também pelo repertório de compositores contemporâneos.

Pelo terceiro ano consecutivo, a Volvo do Brasil é a patrocinadora master das temporadas anuais de concertos do grupo. Em 2007, uma das apresentações inovou ao unir música e artes cênicas: o coro da Camerata se apresentou junto com o destacado ator paranaense Luís Mello.

CARAVANA ECOLÓGICA

No sétimo ano de atividades, a Caravana Ecológica, parceria entre Volvo, Escola Municipal de Teatro de Londrina e revista Carga Pesada, vem conscientizando 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. No último ano, um novo tema foi incorporado ao espetáculo: o biodiesel, uma alternativa energética renovável que já está em uso no Brasil.

Em 2007, a Caravana Ecológica passou por 20 cidades em seis estados do país: Paraná, Santa Catarina, São Paulo, Mato Grosso, Sergipe e Rio Grande de Sul. Nesses locais, participou de vários eventos com intervenções artísticas e distribuindo materiais educativos impressos.



Eventos	Público	Apresentações
Festas de Caminhoneiros	39.990	24 apresentações
Outros	9.415	25 apresentações e várias intervenções
Paraná em Ação	40.750	Várias intervenções
Total	90.155	49 apresentações e várias intervenções



"Vocês estão de parabéns. Devemos sempre nos conscientizar sobre a conservação do meio ambiente. Fico triste ao ver o mundo crescer e, com ele, a destruição. Devemos fazer campanhas, espetáculos como este e torcer para que possamos reverter o quadro atual e sermos vitoriosos, além de ter condições de vida melhor. O melhor meio de começar a fazer campanha é pelos meios de comunicação, falando bastante sobre a importância da água, das florestas, do ar e assim por diante. A natureza agradece!"

Emerson Luis Colentino, motorista da cidade de Ubá (MG)

"Parabéns à Volvo pelos temas abordados: o aquecimento global, a importância de cuidarmos bem de nossas nascentes e a conscientização sobre o tráfico de animais silvestres. Venho acompanhando o trabalho há sete anos na Festa da Carreiro, aqui, em Aparecida [SP], e tenho visto, a cada ano que passa, um interesse maior das pessoas em assistir ao teatro, que é um belíssimo trabalho. Parabéns a todos".

Rogger Simon, motorista carreiro da cidade de Guaratinguetá (SP)





RIOS POR ONDE PASSO

Explorar os conhecimentos de quem vive na estrada. Este foi o objetivo do projeto “Rios por onde passo”, iniciativa da ONG Mater Natura, composto por um livro e uma exposição fotográfica que retratam os cinco ecossistemas do estado do Paraná a partir do olhar dos caminhoneiros. Ao utilizar as informações que os motoristas adquiriram ao longo dos anos sobre as regiões que percorrem, é possível alertar a sociedade sobre a importância da conservação ambiental, que passa pelos cuidados com os veículos e a maneira de dirigir. Para colher o material, foi realizada uma pesquisa de três meses com alguns dos mais de 130 mil caminhoneiros que passam pelas estradas paranaenses. A exposição foi inaugurada e o livro lançado em novembro de 2007. A partir de 2008, seguirá por várias cidades do estado do Paraná e também estará em alguns dos principais eventos de caminhoneiros.

TEATRO NA ASSOCIAÇÃO VIKING

Em 2007, em parceria com o Teatro Regina Vogue, foram oferecidas aulas de teatro aos funcionários e seus dependentes. Depois de cinco meses de aulas sobre encenação, iluminação, cenografia, voz, entre outros tópicos, os atores amadores e profissionais subiram ao palco para encenar a peça “Ser ou não ser: uma questão de ética”. Foram nove apresentações, que reuniram pouco mais de mil espectadores, os quais puderam conferir uma forma diferente de se refletir sobre a ética em várias situações do dia-a-dia.





WORLD PRESS PHOTO

Em 2007, a Volvo trouxe para Curitiba, em parceria com a Universidade Positivo, a mostra internacional de fotojornalismo “*World Press Photo 2006*”. A exposição, que surgiu em Amsterdã, na Holanda, é uma retrospectiva dos fatos marcantes do fotojornalismo mundial. O principal objetivo é incentivar o público a refletir sobre o papel da imprensa, que se utiliza de imagens como uma fonte essencial de denúncias, registros e mudanças. A mostra foi vista por mais de dois milhões de pessoas em todo o mundo e em Curitiba a exposição também foi sucesso de público.

MEMÓRIAS DO TRANSPORTE DE CARGAS NO PAÍS

Em 2007, a Volvo também foi patrocinadora do projeto cultural “Memórias”, coordenado pela Associação Nacional dos Transportadores de Cargas (NTC & Logística). O projeto constituiu-se em uma coletânea de quatro livretos, com o objetivo de resgatar a história do desenvolvimento do transporte de cargas no país, além de proporcionar uma visão tridimensional de um dos mais importantes e fascinantes setores da economia do Brasil, mostrando desde as raízes até os dias de hoje. A coletânea, com tiragem de cinco mil exemplares, foi lançada em novembro.

ORQUESTRA PARA TODOS

A Volvo, em parceria com a Tracbel – distribuidor de equipamentos de construção no estado de Minas Gerais – patrocinou o projeto “Orquestrando Brasil”, da Orquestra de Câmara Opus de Belo Horizonte (MG). A proposta do grupo é levar música erudita à população, utilizando-se de locais públicos e populares. O repertório foi especialmente selecionado, com grandes nomes da música popular brasileira, como Tom Jobim. Os 17 concertos realizados pelo Brasil afora, em 2007, encantaram milhares de pessoas.

FESTIVAL DE TEATRO DE CURITIBA

Como forma de facilitar o acesso aos espetáculos do Festival de Teatro de Curitiba, a Volvo distribuiu aproximadamente 700 ingressos para funcionários e públicos de relacionamento. A participação e o interesse foram tão grandes que, para 2008, a empresa disponibilizará ainda mais ingressos, beneficiando, assim, um número maior de pessoas.





EXPOSIÇÃO CAMINHONEIROS DO BRASIL

O Brasil é um país de rodovias. De tudo que é produzido em nosso país, 60% é transportado por rodovias e por milhares de profissionais do volante. Foi em razão desse cenário, que a Volvo, em parceria com a produtora cultural Desiderata, promoveu a exposição itinerante Caminhoneiros do Brasil. Afinal, são nas estradas, que cortam o nosso país que os contrastes nacionais aparecem, revelando cenários deslumbrantes e diferentes expressões de um povo formado pela diversidade social, econômica e cultural. Com o intuito de valorizar o transporte rodoviário no Brasil e especialmente de homenagear os motoristas profissionais, a exposição contou com 50 imagens que traçavam um panorama do dia-a-dia dos motoristas de caminhões.

A exposição percorreu as cidades de Aparecida, Guarulhos e Cubatão, no estado de São Paulo, e Curitiba no Paraná. Ao todo, mais de 60 mil pessoas conferiram as fotos de Luciano Bogado, Gustavo Stephan e Guto Seixas e se emocionaram com o retrato da realidade dos profissionais do volante.

“Nossa, fiquei muito emocionada vendo as fotos. Sou filha de caminhoneiro e por isso me identifiquei com as histórias, com as dificuldades. Nessa vida, você só sabe quando ele sai de casa e nunca quando vai voltar. É importante mostrar essa realidade, porque as pessoas não percebem que as roupas que a gente usa, nossa comida, são transportadas dessa forma. As pessoas não valorizam o que não conhecem”. – Depoimento de Patrícia, logo após a visita à exposição em Curitiba (PR).

“Nós caminhoneiros somos heróis sem ganhar troféu. Gostei da homenagem nas fotos.” – Depoimento do caminhoneiro José Antônio Oliveira Gonçalves, em Aparecida (SP)



PROJETOS APOIADOS POR MEIO DA LEI MUNICIPAL DE INCENTIVO À CULTURA (ISS E IPTU)

CD “Meu Lugar” de Cris Lemos

O trabalho da cantora paulista, que vive há mais de 20 anos em Curitiba (PR), Cris Lemos, recebeu patrocínio da Volvo. Em 2007, a artista lançou o primeiro CD solo da carreira, trazendo um repertório denso, filosófico e errante e que retrata um pouco o que é ser mulher, mãe, amante e caminhante.

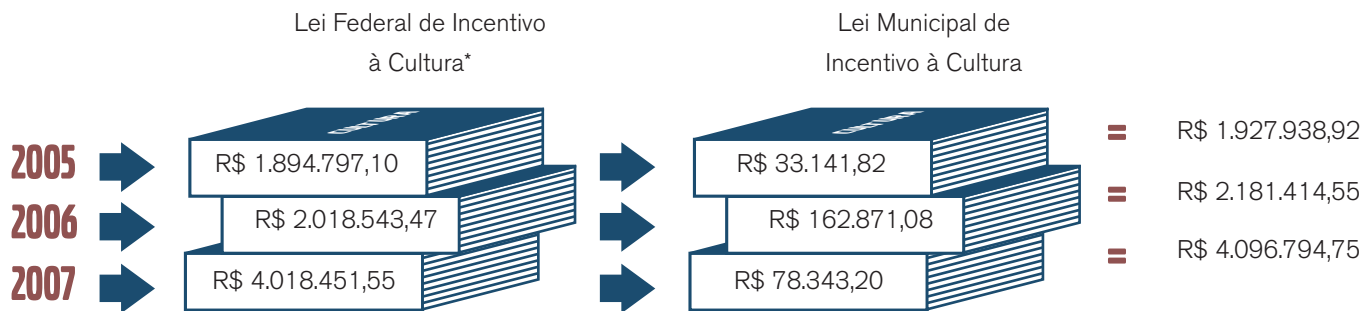
Traços de Luz

Um belo livro com fotos de Ana Barrios e texto do escritor e jornalista Manoel Carlos Karam para retratar o cotidiano da artista plástica Leila Pugnali. Esta foi a proposta do livro “Traços de Luz – os caminhos da arte de Leila Pugnali”, projeto também incentivado pela Volvo. O livro tem cem fotos, escolhidas entre quase duas mil, e apresenta a artista em pleno processo criativo, registrando o que está por trás da obra de arte, do fazer arte, ou seja, o outro lado da produção artística e do artista nos nossos dias.



In Natura

No Museu Oscar Niemeyer, em Curitiba, a exposição In Natura, patrocinada pela Volvo, colocou as obras da artista Elizabeth Tilton no extenso jardim frontal do museu. Foram 37 árvores em bronze, vidro e aço enferrujado e policromado, produzidas nos dois últimos anos pela artista plástica nascida em São Paulo (SP) e radicada em Curitiba (PR) desde os oito anos. O grande tema da exposição foi a natureza, daí a justificativa dos títulos das obras: “Árvore da Palmeira”, “Árvore das Frutas”, “Árvore da Neve”, e assim sucessivamente, em trabalhos de médio e grande porte, de dois a seis metros. Na mesma ocasião, a artista lançou um livro que retrata a trajetória de seus trabalhos como artista plástica, ilustrado com belíssimas obras que encantaram diversos países mundo afora.



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

Educação e Conscientização Ambiental

Com o objetivo de contribuir para a conscientização dos seus empregados, familiares e da comunidade quanto aos desafios ambientais, a Volvo desenvolve campanhas internas e também programas educativos no Centro Volvo Ambiental.

Localizado na área da fábrica de Curitiba (PR), o Centro Volvo Ambiental conta com 200 mil m² de bosque nativo preservado e uma rica fauna. O grande objetivo dessa iniciativa é oferecer um espaço de cultura, lazer e pesquisa para a comunidade, estreitando os laços entre a Volvo e os moradores da região. O projeto é da Associação Viking e tem o apoio da Volvo como principal incentivadora que, por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura, fez os investimentos em prol da comunidade.

O projeto do Centro Volvo Ambiental foi iniciado em 2006 e abriu oficialmente suas portas à comunidade no segundo semestre de 2007. Os empregados da Volvo foram os primeiros a conhecer e desfrutar das atrações do Centro e contaram com uma programação especial em torno das celebrações do Dia Mundial do Meio Ambiente, em junho.

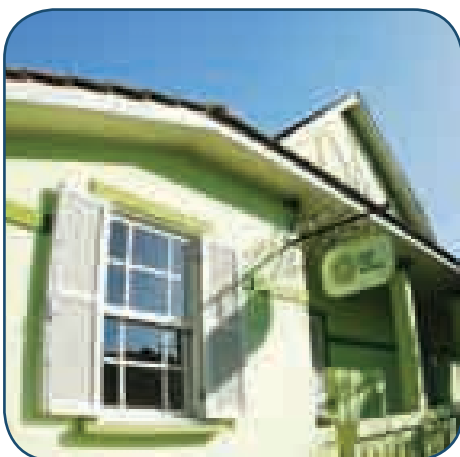
Desde a inauguração, além dos funcionários da Volvo, 2.136 visitantes externos conheceram o Centro Volvo Ambiental. Desse total, 1.547 foram alunos de escolas da rede pública e privada de Curitiba. Os visitantes contam com programação customizada de acordo com a sua faixa etária.

Monitores especialmente treinados em educação ambiental orientam diversas atividades educativas e lúdicas.





TRILHAS • laboratórios a céu aberto: são três trilhas em meio ao bosque. A maior de todas é Trilha das Araucárias com 984 metros de extensão. Há também a Trilha da Figueira com 448 metros. Com 563 metros, a Trilha das Bromélias faz a ligação entre as outras duas. Nessa área de conservação, os visitantes mantêm contato direto com a flora e a fauna, o que favorece uma nova percepção da natureza e, acima de tudo, sensibiliza a todos para a causa ambiental. Nas trilhas, é possível também praticar exercícios físicos, como caminhadas e corridas. No verde da mata, há também muita informação, já que ao longo do caminho foram instalados painéis e placas com dados a respeito do ecossistema, além de informações, apresentadas de maneira atrativa, sobre meio ambiente.



CASA VERDE • história preservada: a edificação é de 1938 e, na época, tinha duas funções: residência e comércio. Hoje, a sede do projeto preserva a memória de um importante período da história de Curitiba, quando os bairros mais afastados do centro eram habitados por colonos que se dedicavam à agricultura e aos locais de venda, como a mercearia que ali existiu.

EDUCAÇÃO AMBIENTAL • a arte de cuidar: desde 2005, um grupo de teatro formado por crianças e adolescentes de 1ª a 8ª série, que estudam em escolas localizadas no entorno da fábrica da Volvo, aprende a importância da conservação ambiental por meio dessa arte. Atualmente, aproximadamente 40 alunos estão recebendo educação cênica para interagir com os visitantes em apresentações teatrais, cujos temas são relacionados a meio ambiente. Para as crianças da comunidade é a chance de participar de uma atividade extra-curricular e a formação de uma consciência ambiental. Os ensaios e as apresentações acontecem na própria sede, onde, inclusive, há um pequeno auditório com palco.





DIVERSAS PROPOSTAS CULTURAIS • muitas possibilidades: os diversos ambientes da Casa Verde permitem a realização de atividades variadas, mas com a mesma finalidade: ampliar o conhecimento dos visitantes sobre o meio ambiente de forma agradável e lúdica. Por isso, tudo acontece em meio a textos e fotografias com informações sobre o bosque, além de dicas importantes sobre conservação e economia da água.

FUTURO • planos para ampliar as atividades: nos próximos anos, está prevista a construção de uma nova área que deverá abrigar oficinas de arte e meio ambiente, as quais poderão proporcionar à comunidade uma possibilidade de renda e, ao mesmo tempo, ensinar a conservação da natureza de uma forma prática.



OS BENEFICIADOS

Um dos principais objetivos do Centro Volvo Ambiental é estreitar os laços da empresa com os moradores da região, meta que parece ter sido alcançada no caso de Iraci da Silva, comerciante que mora há 13 anos ao lado da Volvo. Atualmente, ela faz caminhadas duas vezes por semana nas trilhas do Centro Volvo Ambiental e o filho André, de nove anos, faz parte do Grupo de Teatro. Para Iraci, projetos como esses semeiam oportunidades:

“[O Centro Volvo Ambiental] é importante não só pra mim, mas para todos da região. A Casa Verde está de porta abertas e só não frequenta quem não quer. Eu prefiro que o meu filho participe da Casa Verde do que fique na rua. Além de ele brincar e aprender sobre meio ambiente, ele está tendo uma cultura diferente. As professoras de teatro o ensinam a ter disciplina. Para mim [o Centro Volvo Ambiental] também é importante, porque me exercito com orientação profissional. Tudo isso é muito saudável!” – Iraci Dionísio da Silva, vizinha da fábrica da Volvo de Curitiba.



MEIO AMBIENTE





O cuidado com o meio ambiente está presente em todas as operações do Grupo Volvo, constituindo – ao lado da qualidade e da segurança – um dos seus valores corporativos. A organização objetiva figurar como líder em conservação ambiental entre os principais fornecedores mundiais de produtos e serviços para transporte.

Para garantir sinergia e alinhamento nos 180 países onde o Grupo atua, as estratégias e iniciativas ambientais são coordenadas por um Conselho Mundial, do

qual participam representantes de todas as áreas de negócios (BAs) e unidades de negócios (BUs).

A Política Ambiental do Grupo Volvo tem abrangência mundial e passa por constantes atualizações. A última delas foi realizada em 2004. Sua estrutura está suportada por quatro grandes princípios estratégicos: **visão holística, melhoria contínua, desenvolvimento tecnológico e eficiência de recursos.**

Visão holística

Este princípio propõe que os esforços para reduzir o impacto ambiental dos produtos, operações e serviços devem ser analisados e gerenciados em um contexto amplo e integrado. Isto significa considerar os aspectos ambientais em todas as fases do ciclo de desenvolvimento de produtos (do projeto inicial ao descarte final pelo consumidor) e também envolver os principais públicos na estratégia ambiental da organização: fornecedores, todas as unidades fabris, concessionárias, clientes e agentes da sociedade envolvidos com o descarte final do produto.

Melhoria contínua

Estabelece que os programas ambientais devem ter formulação, comunicação e monitoração de metas claramente definidas, envolver todos os funcionários e ser gerenciados de forma integrada em todas as unidades do Grupo, com o objetivo de melhoria contínua.

Desenvolvimento tecnológico

Pressupõe investimentos contínuos em pesquisa e desenvolvimento em áreas como desenvolvimento de soluções de transporte com baixo impacto ambiental; promoção do desenvolvimento de requisitos legais harmonizados; redução contínua do consumo de combustível, emissões, ruído, impacto dos produtos e do uso de materiais prejudiciais ao meio ambiente.

Eficiência de recursos

Os produtos e processos empregados pelo Grupo Volvo devem ser desenvolvidos de forma que a energia e a matéria-prima sejam utilizadas com eficiência e os resíduos sejam minimizados ao longo do ciclo de vida dos produtos.

As estratégias ambientais do Grupo Volvo estão centradas em dois grandes focos: reduzir o impacto ambiental causado pelo uso dos produtos Volvo e também pelas atividades produtivas.



REDUÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL DOS PRODUTOS VOLVO

De acordo com o internacionalmente reconhecido Relatório Stern, cerca de 14% do total global de emissões de dióxido de carbono virão do setor de transportes, sendo que o transporte rodoviário será responsável por aproximadamente 10%. O Relatório Stern - nome de seu coordenador, Sir Nicholas Stern, economista inglês do Banco Mundial - é um estudo encomendado pelo governo britânico sobre os efeitos na economia mundial das alterações climáticas nos próximos 50 anos. O relatório resultante foi apresentado em 2006 e contém mais de 700 páginas. O estudo, no entanto, não aponta qual percentual dessas emissões tem origem no transporte de cargas. Um cálculo feito com base nas condições e estatísticas da Europa - região onde os veículos de passageiros correspondem a 60% das emissões de dióxido de carbono e o de cargas 40% - mostra que o transporte de cargas pode ser responsável por 4 a 5% do total mundial de emissões.

Para atender aos cada vez mais rígidos requisitos ambientais nacionais e internacionais, o Grupo Volvo trabalha em três frentes:

- *Maximizando a eficiência no consumo de combustíveis e reduzindo as emissões ao longo de todo o ciclo de vida de seus produtos;*
- *desenvolvendo novas tecnologias em motores, como os modelos híbridos;*
- *adequando os motores de seus veículos aos diversos tipos de combustíveis alternativos.*

A Volvo tradicionalmente se antecipa ao mercado no que se refere às questões ambientais. No final de 2003, antes mesmo de a lei de emissões ingressar na etapa Conama P5 no Brasil - o equivalente a Euro 3 na Europa -, os motores dos caminhões da Volvo já estavam preparados para cumprir a legislação.

Em 2007, a Volvo do Brasil realizou testes nos seus veículos com uma mistura de 5% de biodiesel no tanque de combustível, apesar da legislação brasileira estabelecer a obrigatoriedade de adição de 2% de biodiesel a partir do próximo ano e de 5% somente a partir de 2013.

Em 2007, mais de 50% dos 53.752 caminhões Volvo fornecidos para os 27 países-membros da Comunidade Européia, além da Noruega e Suíça, estavam equipados com motores adequados ao padrão Euro 5. O Grupo Volvo já desenvolveu motores para atender a requisitos que só serão implantados na Europa em 2009.



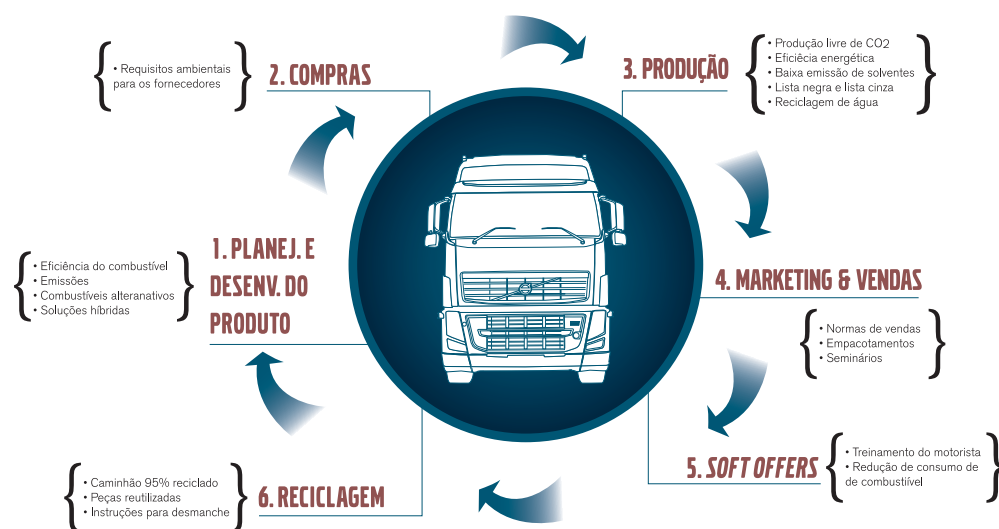
Veículos com alta eficiência de combustíveis e baixas emissões durante sua vida útil

O Grupo Volvo produz uma grande variedade de produtos, que geram impactos diversos ao meio ambiente. Para obter uma análise detalhada de como um produto afeta o meio ambiente em todas as etapas – da matéria-prima aos resíduos finais – a Volvo utiliza uma metodologia de desenvolvimento e gerenciamento de produtos denominada de *Life Cycle Assessments (LCA)*. Por meio dela, foram identificados seis estágios no ciclo de

vida de um produto. Para cada um desses estágios, foram estabelecidos requisitos e objetivos ambientais específicos. Todos os produtos recebem um documento denominado de Declaração Ambiental, onde estão especificados os principais impactos causados ao meio ambiente durante todo o seu ciclo de vida.

Por meio da metodologia LCA, a organização constatou que cerca de 90% do impacto ambiental gerado por

um veículo, como um caminhão, ocorre durante a sua fase de uso, principalmente em decorrência do consumo de combustível e da descarga de dióxido de carbono e outras emissões. Dessa forma, no seu processo de desenvolvimento de produtos, a Volvo tem como meta que cada novo veículo acarrete um impacto menor ao meio ambiente, em comparação com o modelo anterior.



Veículos mais econômicos e menos poluentes

Um caminhão Volvo lançado em 2005 usa 37% menos combustível e emite menos dióxido de carbono do que um caminhão semelhante desenvolvido em 1975. Nesse período, as emissões de poluentes como partículas e óxidos de nitrogênio, também foram reduzidas significativamente. A meta é reduzir o consumo de combustível em mais 15% até o ano de 2020.

Pioneirismo no desenvolvimento do motor híbrido

Há mais de 20 anos, o Grupo Volvo direciona esforços de pesquisa e desenvolvimento em torno dos motores híbridos. Esse pioneirismo levou a organização a assumir uma posição de destaque e liderança no desenvolvimento de soluções híbridas para o segmento de veículos pesados como caminhões e ônibus.

Em 2007, a Volvo Caminhões lançou na Suécia dois caminhões de coleta de resíduos com motor híbrido (diesel e eletricidade). Esses modelos estão sendo testados em operações regulares naquele país pelas empresas de coleta de resíduos Renova e Ragn-Sells. A solução híbrida da Volvo Trucks combina um motor elétrico com um motor diesel. O motor elétrico é usado para arrancar e acelerar até 20 quilômetros por hora. Em velocidades mais altas, o propulsor diesel é ativado. Quando o caminhão pára, o motor diesel é automaticamente desligado, evitando ficar desnecessariamente em marcha lenta. As baterias dos veículos são recarregadas com a energia gerada durante as

frenagens, o que faz deste sistema ideal para aplicações com repetidas paradas e arrancadas como, por exemplo, a coleta de lixo ou ônibus urbano.

Os caminhões de coleta de resíduos deverão usar até 20% menos combustível e, assim, reduzir as emissões de carbono na mesma proporção. Um dos caminhões

de teste está equipado com uma bateria extra que aciona o compactador e é carregada durante a noite pela rede elétrica urbana, quando o veículo está estacionado. A redução de emissões de CO₂, neste caso, deve chegar a 30%, dando a essa abordagem um eco efeito melhor do que aquele promovido por um caminhão movido a gás natural.

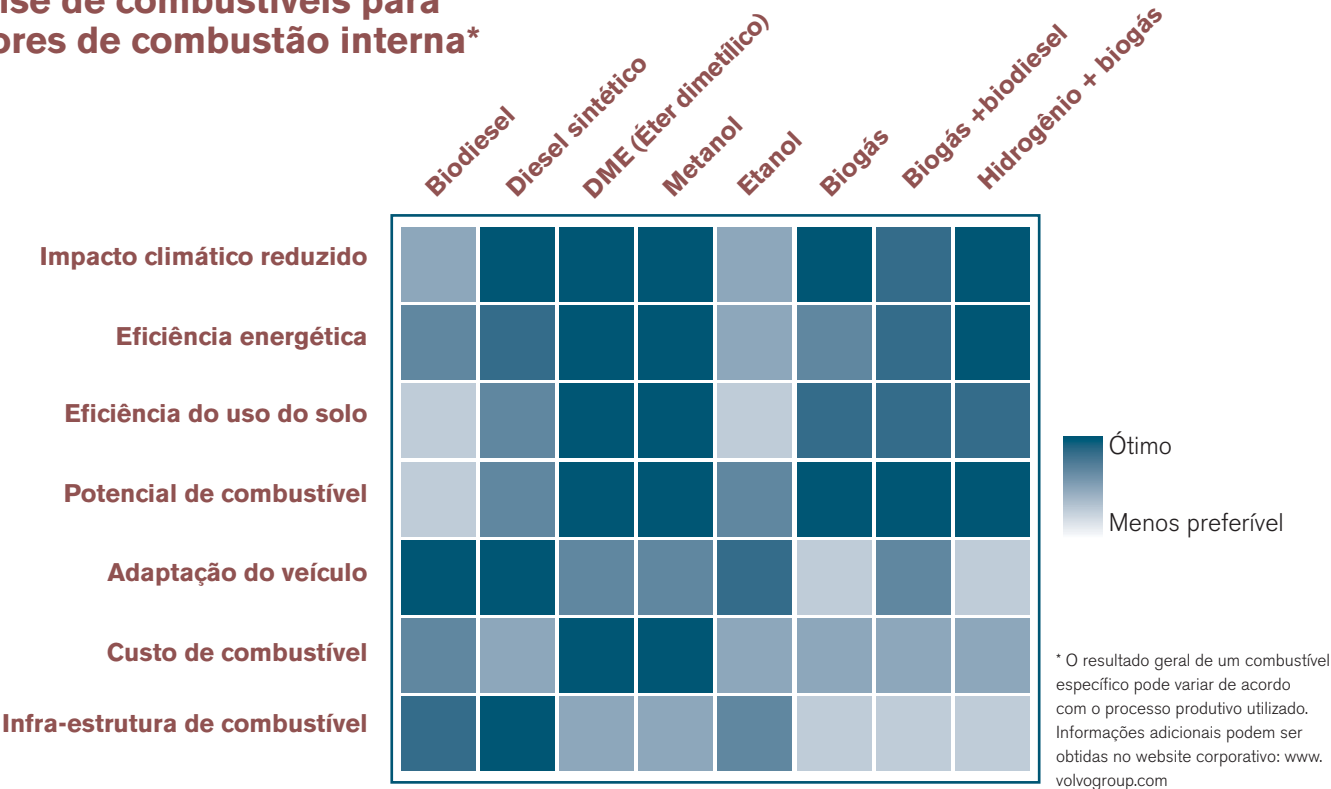


Motores adequados aos novos combustíveis renováveis

O Grupo Volvo apresentou ao mercado, em 2007, sete caminhões da linha FM, especialmente modificados pelos seus engenheiros para mostrar as possibilidades de transporte neutro em emissões de CO₂. Os veículos podem ser operados usando uma série de diferentes combustíveis e/ou combinações de combustíveis renováveis: biodiesel, biogás, biogás combinado com biodiesel, etanol ou metanol, DME, diesel sintético e gás de hidrogênio combinado com biogás. Como todos estes combustíveis são produzidos a partir de materiais renováveis, não geram emissões de dióxido de carbono ao serem queimados e, portanto, não têm impacto sobre o meio ambiente.

Nesse projeto, a Volvo realizou sua própria análise dos combustíveis renováveis que são mais adequados para atingir um transporte neutro em dióxido de carbono. Nesses estudos, os engenheiros e pesquisadores levaram em consideração aspectos importantes, como o impacto no meio ambiente, a eficiência energética, o nível de eficiência no uso do solo para o cultivo de plantas necessárias para os respectivos tipos de combustíveis, as quantidades de combustíveis que poderiam ser potencialmente produzidas, o nível de adaptação técnica exigido no veículo, custos e a facilidade de distribuição de cada substância.

Análise de combustíveis para motores de combustão interna*



O cuidado ambiental está presente no processo de desenvolvimento de produtos Volvo

O processo de desenvolvimento de produtos é um dos processos principais de negócios da Volvo. Para tal, a empresa adota uma metodologia mundial denominada de *Global Development Process* (GDP) que estabelece todas as fases e requisitos necessários, considerando desde pequenas modificações, utilizando componentes existentes, a grandes modificações em produtos existentes. Para todas essas

classes de projetos existem restrições e orientações específicas envolvendo o uso de materiais que venham a causar impactos à saúde e ao meio ambiente. Nesse sentido, existe uma Lista Negra (inclui substâncias que não podem ser utilizadas nos processos produtivos e nos produtos Volvo) e uma Lista Cinza (formada por substâncias de uso limitado, que só podem ser utilizadas quando não existirem alternativas viáveis).

Treinamentos para os usuários finais dos produtos

A Volvo costuma oferecer cursos voltados aos motoristas para que conheçam integralmente a tecnologia e os recursos oferecidos pelo veículo e possam adotar práticas que colaborem na economia de combustível. A correta operação do veículo também favorece a diminuição da emissão de poluentes, contribuindo com a conservação ambiental. Ao adotar corretamente essas orientações, o motorista pode reduzir o consumo de combustível e, conseqüentemente, reduzir a emissão de CO₂ em torno de 3 a 15%.

Estratégias e ações voltadas à reciclagem de produtos

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. Para estruturar o processo de reciclagem de peças junto aos seus clientes, a Volvo oferece por meio

de suas concessionárias iniciativas como o Programa de Remanufatura de Peças, onde as peças avariadas (usadas) são recebidas como parte de pagamentos na compra de um equivalente remanufaturado, e o Programa de Seminovos Viking, onde um veículo usado e/ou sinistrado – passível de recuperação – é aceito como parte do pagamento nas negociações envolvendo veículos novos. Nesse último caso, a Volvo faz uma revisão e reforma o veículo, adequando-o aos seus parâmetros de qualidade e segurança, e o coloca à disposição do mercado como seminovo.



REDUÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL NAS ATIVIDADES PRODUTIVAS

Em 2007, o Grupo Volvo possuía 58 fábricas localizadas em 19 países em todo o mundo. Para assegurar que todas as unidades, sem importar o porte ou tecnologia utilizada, operem em linha com padrões mínimos em relação à área ambiental, o Grupo estabelece em sua Política Ambiental níveis mínimos e objetivos envolvendo o manuseio e gestão de produtos químicos, energias, emissões, geração de efluentes, resíduos e normas de certificação ambiental. Em 2007, 96% dos empregados do Grupo Volvo trabalhavam em fábricas certificadas pela norma ISO 14001:2004, como é o caso das duas fábricas brasileiras localizadas em Curitiba (PR) e Pederneiras (SP).

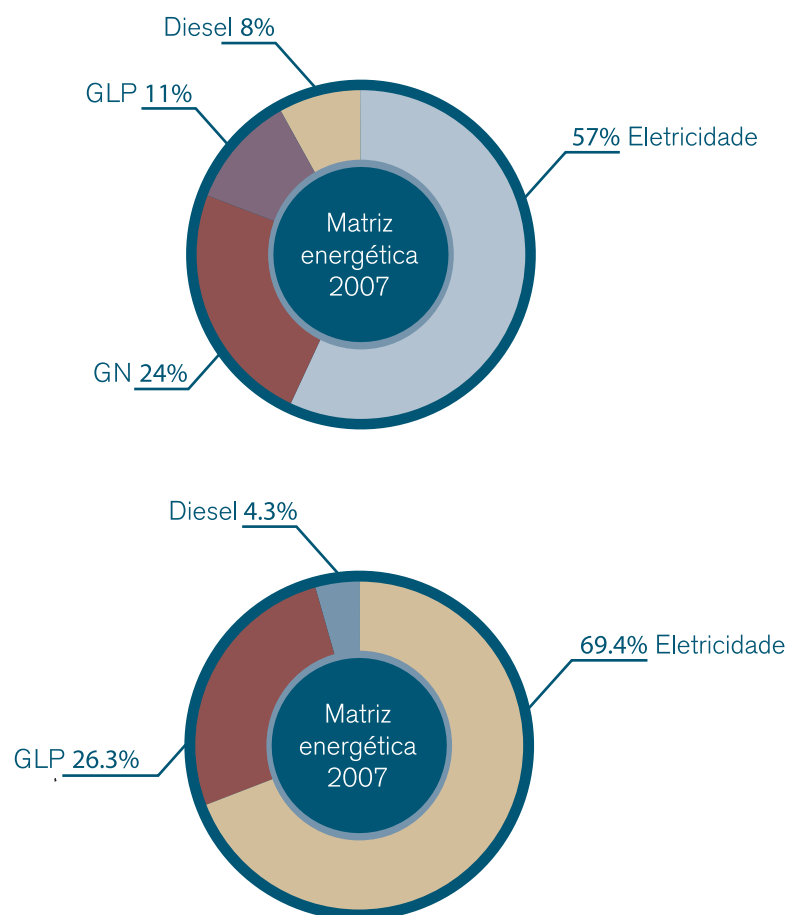


Indicadores ambientais

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.

Consumo de energia

O mapeamento de consumo de energia é realizado em todas as fontes de energia elétrica, gás natural, GLP e diesel. A energia consumida em cada área é dividida pela respectiva produção, gerando indicadores de consumo/unidade por área de produção. A energia total consumida pela Volvo no Brasil foi dividida pela produção total, gerando o indicador consumo/unidade. As metas definidas anualmente, relacionadas com os Objetivos e Estratégias Ambientais do Grupo Volvo, são acompanhadas no Sistema de Gestão da empresa.



CURITIBA (PR)

A matriz energética da unidade de Curitiba (PR), em 2007, reflete a preocupação da empresa em utilizar fontes de energia livres de CO₂. A eletricidade, uma fonte limpa de energia, respondeu por 57% do consumo total.

PEDERNEIRAS (SP)

A matriz energética de Pederneiras (SP) demonstra que 69,4% da energia utilizada é a energia elétrica, ou seja, energia livre de CO₂. O restante é formado por GLP e diesel.

As tabelas a seguir apresentam os indicadores de consumo de energia das unidades de Curitiba (PR) e Pederneiras (SP).

CURITIBA (PR)

Durante o ano de 2007, o consumo total de energia aumentou 14% na fábrica de Curitiba (PR) devido ao crescimento de 44% na produção e a conseqüente contratação de mais empregados. Entretanto, o consumo por unidade produzida foi reduzido de 1,67 para 1,32 entre 2006 e 2007. Várias iniciativas foram implantadas com a finalidade de reduzir o consumo energético como a substituição de lâmpadas nas linhas de montagem e nas áreas de logística e armazenamento, além da instalação de um sistema de aquecimento de água para os vestiários, que funciona a partir do aproveitamento do calor gerado no processo de usinagem de blocos de motores (bomba de calor); e de um novo sistema de iluminação no prédio onde estão situadas as áreas administrativas da organização.

O processo de gerenciamento do consumo energético possibilitou que o objetivo de redução do consumo de energia da Volvo do Brasil - estabelecido em 28% para o período 2003-2008 – fosse superado em 2% com um ano de antecedência.

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)	2005	28.274.427	36.472	775 kWh/un
	2006	28.276.016	27.953	1.012 kWh/un
	2007	30.213.410	40.318	749 kWh/un
GLP (kg)	2005	298.429	36.472	8 kg/un
	2006	244.583	27.953	9 kg/un
	2007	436.008	40.318	10,8 kg/un
Gás natural (kg)	2005	667.709	36.472	18 kg/un
	2006	652.947	27.953	23 kg/un
	2007	946.743	40.318	23 kg/un
Diesel (l)	2005	903.227	36.472	25 l/un
	2006	622.510	27.953	22 l/un
	2007	401.752	40.318	10 l/un

Ano	Consumo total (MWh)	Produção caminhões, ônibus, motores, cabines (unidade)	Consumo por unidade produzida	Redução no consumo de energia referência 2003 valor acumulado
2005	50.557	36.472	1,39	26%
2006	46.744	27.953	1,67	12%
2007	53.115	40.318	1,32	30%

PEDERNEIRAS (SP)

Na unidade de Pederneiras, o consumo total de energia aumentou entre 2005 e 2007 devido ao crescimento significativo da produção, que passou a incluir a nova linha de produtos de minicarregadeiras (*skidsteer loaders*).

Em 2007, a unidade reduziu em 39% o índice de consumo de energia na fábrica em relação ao ano de 2003. Entretanto, esse indicador aumentou quando comparado ao ano anterior (2006), devido, principalmente, às novas contratações de funcionários e à aquisição de duas novas estufas para o processo de secagem de peças pintadas.

Consumo de energia na unidade de Pederneiras (SP)

Fonte de energia	Ano	Consumo total	Produção (Pá-carregadeira, caminhão articulado, motoniveladoras, minicarregadeiras, eixos, cabines e chassis exportação) (*)	Consumo por unidade produzida
Elétrica (kWh)	2005	6.322.000	4.631	1.365 kWh/un.
	2006	6.609.000	9.974	663 kWh/un.
	2007	7.841.000	11.821	663 kWh/un.
GLP (kg)	2005	154.529	3.076	50 kg/un.
	2006	172.950	7.193	24 kg/un.
	2007	230.290	5.926	39 kg/un.
Diesel (l)	2005	25.415	3.076	8 l/un.
	2006	28.710	7.330	4 l/un.
	2007	38.362	8.107	5 l/un.

(*) Unidades produzidas considerando-se o uso ponderado das fontes de energia.

Ano	Consumo total (MWh)	Redução no índice de consumo de energia referência 2003 – valor acumulado
2005	8.828	10%
2006	9.250	45%
2007	11.399	39%

Emissões atmosféricas

O controle anual das emissões atmosféricas está consolidado no *Environmental Data Report* que é enviado para a matriz na Suécia. As emissões de compostos orgânicos voláteis (COVs) e monóxido de carbono (CO) são monitoradas semestralmente por laboratório externo. A frequência pode variar de acordo com o resultado obtido.

CURITIBA (PR)

Em 2007, as emissões de CO₂ aumentaram devido ao crescimento no volume produzido pela fábrica. As emissões de solventes também sofreram um acréscimo devido a uma alteração no seu processo de reciclagem, que passou a ocorrer externamente a partir de 2006. A Volvo gerencia a emissão dos solventes orgânicos voláteis (VOCs) e atua de acordo com os critérios da Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (SEMA).

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.

Emissões atmosféricas na unidade de Curitiba (PR)

Produto (kg)	2005	2006	2007
NOx	28.884	20.471	15.144
CO ₂	4.813.010	3.864.573	4.514.586
SO ₂	3.165	2.219	1.534
Solventes	54.504	108.526	182.205
HCFC (R22) - quantidade instalada	666	705	753
HCFC (R22) - consumo	123	52	110

Novo sistema para teste de motores: mais qualidade e menos emissões na fábrica
Um projeto global da Volvo Powertrain foi iniciado como piloto, em 2007, na fábrica de Curitiba (PR). Trata-se de um novo processo de teste de motores que prevê sete avaliações parciais durante todo o processo de produção, evitando os testes longos que anteriormente eram realizados somente ao final do processo. O novo método é bastante eficaz, proporcionando economia de combustível e a redução de emissões de poluentes na fábrica.

PEDERNEIRAS (SP)

Em 2007, os valores de Pederneiras aumentaram em relação ao ano anterior devido ao aumento da produção de motoniveladoras, à consolidação da produção de minicarregadeiras (*skidsteer loaders*) e ao acréscimo de um turno na linha de montagem de caminhões articulados.

Emissões atmosféricas na unidade de Pederneiras (SP)

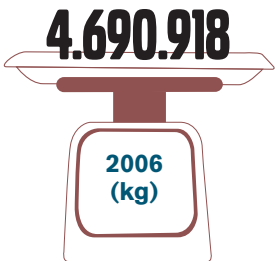
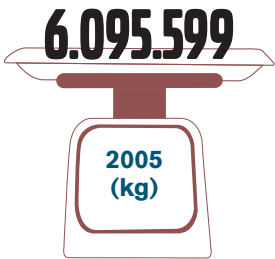
Produto (kg)	2005	2006	2007
NOx	220	119	225
CO ₂	199.530	216.593	292.541
SO ₂	160	147	204
Solventes	27.515	25.645	39.860
HCFC (R22) – quantidade instalada	56	51	111
HCFC (R22) - consumo	0	0	0

De acordo com as especificações legais aplicadas no estado de São Paulo, o controle de emissões em Pederneiras é feito por balanço de massa.

Gerenciamento de resíduos

O Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS) da Volvo monitora e controla a identificação, separação, armazenamento e transporte dos resíduos perigosos e não-perigosos.

Geração total de resíduos Curitiba (PR)
Perigosos e não perigosos (kg)



CURITIBA (PR)

Em 2007, apesar do significativo aumento da produção na unidade de Curitiba (PR), a geração total de resíduos aumentou menos de 5%. Nesse período, com a redução de 68% no volume de resíduos enviado ao aterro, a meta estabelecida pela empresa de reduzir 30% em relação ao ano de 2003 foi amplamente superada.

A Volvo está destinando, de forma bem-sucedida, para a geração de energia tanto resíduos não-recicláveis, como resíduos Classe I (borra de tinta e materiais impregnados de óleo ou graxa). Esse processo, denominado

de co-processamento, é realizado em fábricas de cimento. Submetidos a altas temperaturas, em fornos de clínquerização, esses resíduos são misturados a outros componentes e formam o cimento.

Na busca por alternativas de reciclagem mais eficazes, a Volvo iniciou um novo tipo de ação, devolvendo aos fornecedores os resíduos dos seus produtos quando esses tiverem procedimentos seguros de reciclagem. Esse processo foi implantado de forma bem-sucedida envolvendo itens como vidros de pára-brisas, ferramentas sucateadas e baterias.

Tipo de Resíduo	Resíduos não perigosos (kg)			Resíduos perigosos (kg)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Reciclagem incluindo sucata metálica	2.790.896	1.916.709	2.190.695	20.113	507.088	327.796
Destinação com recuperação de energia/co-processamento	1.812.041	743.980	1.327.352	738.103	780.569	607.084
Destinação sem recuperação de energia	691.172	705.983	413.052	0	0	0
Enviados ao aterro sanitário	43.274	36.589	33.808	0	0	0
Total	5.337.383	3.403.261	3.964.907	758.216	1.287.657	934.880

PEDERNEIRAS (SP)

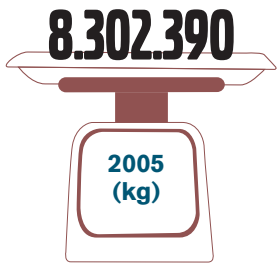
Os valores absolutos de geração de resíduos aumentaram em 2007 quando comparados ao ano anterior. Considerando-se, entretanto, o aumento da produção em 2007, é possível verificar que o volume de resíduos por unidades produzidas diminuiu. Essa redução foi de 15% em relação a 2004. Em 2007, o índice de reciclagem de resíduos em Pederneiras (SP) continuou sendo bastante significativo (em torno de 98%).

Em Pederneiras, durante o ano de 2007, foram realizados vários projetos voltados à redução da quantidade de resíduos

gerados nas atividades produtivas. Na área de usinagem, por exemplo, houve a troca do óleo solúvel refrigerante semi-sintético convencional utilizado nas máquinas mandriladoras por um sistema de usinagem a seco. Na área de corte e conformação de chapas, uma mudança no equipamento utilizado aumentou a segurança no processo de descarte de resíduos. Na área de pintura, uma grande obra civil e hidráulica nas duas cabines utilizadas facilitou a remoção e limpeza dos equipamentos na separação e controle sobre os resíduos e borras de tintas geradas.

Tipo de resíduo	Resíduos não-perigosos (kg)			Resíduos perigosos (kg)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Reciclagem incluindo sucata metálica	7.687.710	7.397.244	8.922.634	68.450	61.459	107.856
Destinação com recuperação de energia/co-processamento	340.870	0	0	93.110	90.095	124.250
Destinação sem recuperação de energia	0	0	0	0	0	0
Enviados ao aterro sanitário	41.670	40.550	54.935	70.580	62.250	103.330
Total	8.070.250	7.437.794	8.977.569	232.140	213.804	335.436

Geração total de resíduos Pederneiras (SP)
Perigosos e não-perigosos (kg)



Consumo de água

Cerca de 90% da água consumida nas unidades de Curitiba (PR) e Pederneiras (SP) provêm de poços artesianos.

CURITIBA (PR)

Em 2007, houve um aumento no volume de água consumida na unidade de Curitiba (PR) devido ao aumento no volume de produção e na quantidade de empregados. Entretanto, o indicador volume de água consumido por unidade produzida sofreu redução em relação ao ano anterior.

Consumo de água na unidade de Curitiba (PR)

Ano	Volume (m³)	Produção - caminhões, ônibus, motores, cabines	Volume/unidade produzida (m³/un)
2005	91.703	36.472	2,5
2006	95.206	27.953	3,4
2007	109.619	40.318	2,7

PEDERNEIRAS (SP)

Assim como na unidade de Curitiba (PR), o consumo de água na planta de Pederneiras (SP) aumentou devido aos novos turnos e ao aumento da produção. Porém, a relação de consumo “volume de água por hora de produção” continuou estável, como já evidenciado em 2005.

Consumo de água na unidade de Pederneiras (SP)

Ano	Volume (m3)	Hora de produção	Volume/ hora de produção
2005	22.341	539.529	0,04
2006	28.408	571.968	0,05
2007	29.404	692.696	0,04



Geração de efluentes

Pela estação de tratamento das unidades de Curitiba (PR) e Pederneiras (SP) passam tanto o efluente doméstico quanto 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.

CURITIBA (PR)

Parâmetro	Parâmetros Volvo (mg/l)	Parâmetros IAP e Conama 357 (mg/l)	2005 (mg/l)	2006 (mg/l)	2007 (mg/l)
DQO*	--	250	88,00	103,00	97,00
DBO*	--	50	12,00	17,00	19,00
Cádmio	0,10	0,20	<0,005	<0,100	<0,100
Cromo - total	0,50	0,50	<0,050	<0,050	<0,050
Cobre	0,50	1,00	<0,050	<0,100	<0,100
Chumbo	0,10	0,50	<0,050	<0,050	<0,050
Mercúrio	0,05	0,010	<0,001	<0,001	<0,001
Níquel	0,50	2,00	0,200	0,160	0,100
Prata	0,10	0,10	<0,050	<0,050	<0,050
Estanho	2,00	4,00	<0,500	<0,500	<0,500
Zinco	0,50	5,00	0,100	0,050	0,060
Cianetos (CN)	0,20	0,20	<0,010	<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, na Licença de Operação emitida para a Volvo do Brasil.

** Parâmetro deixou de ser analisado devido ao histórico de resultados abaixo do limite da análise.

PEDERNEIRAS (SP)

Teve início, em 2007, a operação da estação de tratamento de efluentes que utiliza o processo físico-químico de tratamento, com capacidade de tratamento de 3.000 litros/hora. Por meio dessa estação, a unidade de Pederneiras está tratando todos os resíduos provenientes da lavagem de máquinas e peças. Estudos estão sendo realizados para reutilizar a água proveniente desse processo de lavagem.

Parâmetro	2005 (mg/l)	2006 (mg/l)	2007 (mg/l)	Requisitos Ambientais (Grupo Volvo)	CETESB Decreto nº 8468/76
DQO	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
DBO	772,50	384,16	520,00	N/A	N/A
Cádmio	0,00	0,01	0,00	0,10	1,50
Cromo hexavalente	0,01	0,00	0,02	0,10	1,50
Cobre	0,05	0,00	0,02	0,50	1,50
Níquel	0,03	0,03	0,00	0,50	2,00
Prata	0,01	0,00	0,00	0,10	1,50
Estanho	0,03	0,00	0,00	2,00	4,00
Mercúrio	0,00	0,00	0,00	0,05	1,50
Cianetos (CN)	0,10	0,00	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.

Biodiversidade

A unidade da Volvo em Curitiba situa-se parcialmente em um Área de Proteção Ambiental (APA do Passaúna), que tem legislação específica e restritiva para novas obras e atividades que possam eventualmente causar impactos ambientais.

A Volvo tem o compromisso constante de minimizar os impactos que gera para o ambiente onde está inserida.

Na área, administrada pela Volvo do Brasil, há dois bosques nativos relevantes, com registro na Prefeitura de Curitiba, totalizando 201 mil metros quadrados. Este espaço totalmente conservado é considerado um remanescente do Bioma Floresta com Araucária, o mais importante ecossistema do Sul do Brasil e abriga algu-

mas espécies consideradas ameaçadas de extinção, tais como a araucária, a canela-preta, a imbuia e o veado-mateiro. Além disso, dentro do bosque, há uma nascente e riachos que são protegidos e que atendem legislações específicas. Um dos riachos teve sua mata ciliar recomposta com plantio de mil árvores, em ações do grupo de voluntários da Volvo do Brasil.

Os impactos gerados pelas operações produtivas da Volvo são levantados e monitorados de acordo com a Norma ISO 14001 e não são considerados significativos para o comprometimento da conservação das áreas dos dois bosques.

ÍNDICE REMISSIVO GRI

Esta publicação foi elaborada com base no Guia para Elaboração do Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade do Instituto Ethos e nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), padrão de referência internacional que possibilita o acompanhamento da trajetória de desenvolvimento sustentável da organização. O quadro a seguir apresenta os principais indicadores utilizados e sua localização nas páginas deste Relatório Socioambiental.

PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO

Este Relatório é referente ao ano de 2007. A edição anterior, relativa ao exercício de 2006, foi publicada em novembro de 2007. O ciclo de emissão de Relatórios Socioambientais da Volvo do Brasil é anual. Em relação às publicações anteriores, a principal mudança é a adoção gradual das diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI). Anteriormente, eram consideradas apenas as orientações estabelecidas no *Guia para Elaboração do Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade do Instituto Ethos*. O processo de definição da materialidade das informações se limitou às equipes diretamente envolvidas no documento e não contou com a participação de outros públicos. As informações divulgadas não foram auditadas por empresa externa.

O Relatório inclui em seu escopo informações das áreas de negócios que constituem a Volvo do Brasil Veículos Ltda: áreas de caminhões e ônibus, equipamentos de construção (Volvo Construction Equipment Latin America), motores industriais e marítimos (Volvo Penta) e Volvo Financial Services Latin America.

Informações adicionais sobre as operações e iniciativas do Grupo Volvo podem ser obtidas por meio do website:

www.volvo.com. Neste endereço, também são encontrados o **Relatório anual** (http://www.volvo.com/group/global/en-gb/investors/reports/annual_reports/annual_report_2007.htm) e o

Relatório de sustentabilidade corporativos

(http://www.volvo.com/group/global/en-gb/investors/reports/sustainability_report/hallbarhet_2007.htm)

No website **www.volvo.com.br**, são divulgados dados sobre as operações e áreas de negócios da Volvo do Brasil. A versão eletrônica deste relatório também pode ser acessada neste mesmo endereço.

Para esclarecer dúvidas sobre este Relatório ou enviar sugestões para a elaboração de futuras publicações da Volvo do Brasil, é só enviar um e-mail para: ldv.br@volvo.com (Linha Direta Volvo) ou nos contatar por telefone: 0800 41 1050.

Indicador	Página (s)
Estratégia e análise	
1.1. Visão e estratégia	04
1.2. Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	28-35
Perfil Organizacional	
2.1-8 Organização	6-13
2.9. Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório	4; 132
2.10. Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	37
Parâmetros para o relatório	
3.1-12 Perfil do Relatório	132
3.13. Política e prática atual de verificação externa para o relatório	132
Governança, compromissos e Engajamento	
4.1-7, 9,10 Governança Corporativa	40-42
4.8. Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	17-27; 58
4.11-13 Compromissos com Iniciativas Externas	36; 54-55; 80-111
4.14-17 Engajamento dos <i>Stakeholders</i>	46

Indicador	Página (s)
Desempenho Econômico	
EC1-4 Desempenho Econômico*	12-13; 32
EC5-7 Presença no Mercado	6-13
EC 8-9 Impacto Econômico Indireto*	80-107
Desempenho Ambiental	
EN1-2 Materiais	119
EN3-7 Energia	121-123
N8-10 Água	128
EN11-15 Biodiversidade	131
EN16-25 Emissões, Efluentes e Resíduos	124-127; 130-131
EN26-27 Produtos e Serviços	115-119
EN28 Conformidade com leis e regulamentos ambientais	115; 120-128; 130-131
Desempenho Social	
LA1-14 Práticas trabalhistas, condições de trabalho, treinamento e diversidade	58-78
HR 1-9 Direitos Humanos	36; 53; 58; 87-91; 98
SO 1-8 Sociedade, corrupção, políticas públicas, concorrência	54-55; 80-111
PR 1-9 Responsabilidade pelo Produto, saúde, segurança, comunicação & marketing, conformidade	18-27; 47-52

*Os dados e indicadores de desempenho econômico são divulgados somente pelo Grupo Volvo, de maneira consolidada por meio do Relatório Anual e do Relatório de Sustentabilidade. Dessa forma, as unidades de negócios do Grupo, como a Volvo do Brasil, não divulgam dados econômicos detalhados de suas operações.

EXPEDIENTE E CRÉDITOS

RELATÓRIO SOCIOAMBIENTAL DA VOLVO DO BRASIL 2008 (EXERCÍCIO 2007)

Publicação editada por:

Departamento de Comunicação Corporativa da Volvo do Brasil
Fone direto: (41) 3317-8633

Diretor de Recursos Humanos e Assuntos Corporativos

Carlos Morassutti

Gerente de Comunicação Corporativa

Solange Fusco

Coordenação da publicação

Anaelse Oliveira

Reportagem e Redação

Luciane Stefanos Alonso
Aline Brasil

Revisão

Pro-Page Traduções

Concepção gráfica e direção de arte: Straub Design

Design | Indianara de Barros
João Leviski Alves

Fotos

Humberto Michaltchuk e Guadalupe Presas (Prata Gelatina)
Sílvio Aurichio (Olho de Vidro)
Banco de imagens Volvo

Pesquisa de Imagens:

Fernanda Rodrigues
Ariza Sozzo

Impressão

Serzegrafi Indústria Gráfica Ltda.

Tiragem

3500 exemplares

Volvo do Brasil Veículos Ltda.
Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2600 | CIC
81.260-900 | Curitiba-PR
Fone: (41) 3317-8111 | Fax: (41) 3317-8601
Linha Direta Volvo: 0800 411050; e-mail: ldv.br@volvo.com
Site: www.volvo.com.br





VOLVO

Volvo do Brasil Veículos Ltda.
Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2600 | CIC
81.260-900 | Curitiba-PR
Fone: (41) 3317-8111 | Fax: (41) 3317-8601
Linha Direta Volvo: 0800 411050; e-mail: ldv.br@volvo.com
Site: www.volvo.com.br