



2014PT

Volkswagen Autoeuropa



Agenda

- 1 o grupo Volkswagen
- 2 o enquadramento económico da Volkswagen Autoeuropa em Portugal
- 3 a Volkswagen Autoeuropa
- 4 a comunicação na Volkswagen Autoeuropa



O grupo Volkswagen

Autostadt, Wolfsburg



VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT



VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT



Audi



SEAT

ŠKODA



BENTLEY



PORSCHE



Nutzfahrzeuge



SCANIA



VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES

AKTIENGESELLSCHAFT

9.728.000

veículos produzidos

208

Modelos de veículos

572.800

colaboradores

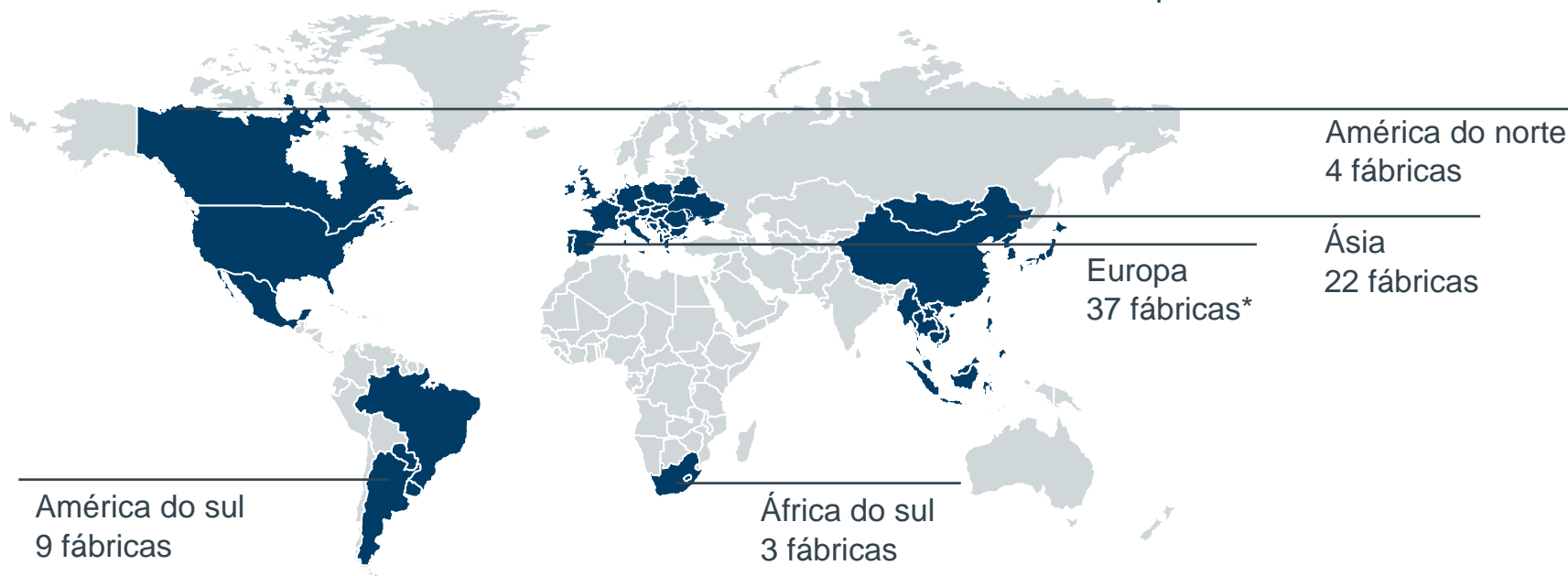


VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

106 Fábricas

Incluindo componentes



*dos quais 13 fábricas na Alemanha



Agenda

- 1 o grupo Volkswagen
- 2 o enquadramento económico da Volkswagen Autoeuropa em Portugal
- 3 a Volkswagen Autoeuropa
- 4 a comunicação na Volkswagen Autoeuropa



Enquadramento económico nacional

Portugal – principais indicadores	2013	2012	%
PIB (milhões €)	152.910	154.583	-1,1%
Exportações (milhões €)	49.975	45.347	+10,0%
Importações (milhões €)	56.616	56.015	+1,0%
Taxa de desemprego (%)	15,3	16,9	-9,6%
Inflação (%)	0,27	2,8	-90,3%
Grupo Volkswagen			
Vendas (milhões €)	197.007	192.676	+2,2%
Volkswagen Autoeuropa			
Vendas em % PIB	1,0	1,3	-0,2
Vendas em % exportações	3,4	4,2	-19,0

Fonte: PIB – World Economic Outlook Databases/ restante: INE



A produção automóvel em Portugal - 2013

Total

154.016

veículos

PSA Peugeot Citroën

36,8%

Mitsubishi Fuso Truck

2,4%

V.N. automóveis

0,8%

Toyota Caetano

0,7%

Fonte: ACAP

Volkswagen Autoeuropa

91.200

veículos

59,2%



Agenda

- 1 o grupo Volkswagen
- 2 o enquadramento económico da Volkswagen Autoeuropa em Portugal
- 3 a Volkswagen Autoeuropa
- 4 a comunicação na Volkswagen Autoeuropa



Volkswagen Autoeuropa.
Uma fábrica
multiproduto





1995

MPV I
Sharan
SEAT Alhambra
Ford Galaxy



2010

MPV II
Sharan
SEAT Alhambra





2006

Convertible
Eos

2008

Coupé
Scirocco



2014

Coupé
Novo Scirocco



2.000.000 Volkswagen Autoeuropa
1 de Julho de 2013





1.000.000 Scirocco

17 de Julho de 2013



1.100.000 m²

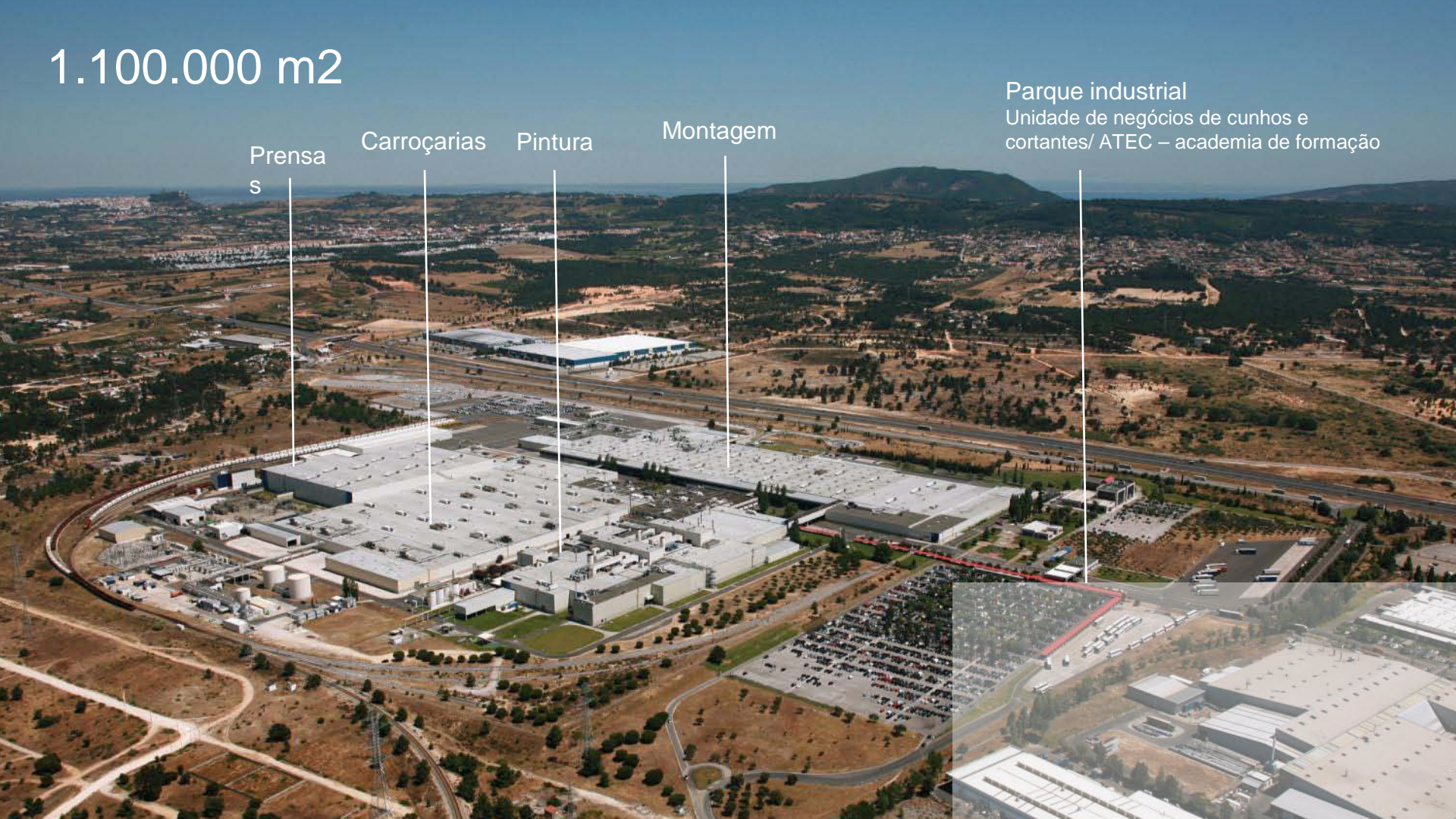
Prensa
S

Carroçarias

Pintura

Montagem

Parque industrial
Unidade de negócios de cunhos e
cortantes/ ATEC – academia de formação



Dados e factos 2013

91.200

unidades produzidas

1,6

mil milhões de euros
(volume de vendas)

1.266

milhões de euros
(investimento em novas
tecnologias de 1999 a 2013)

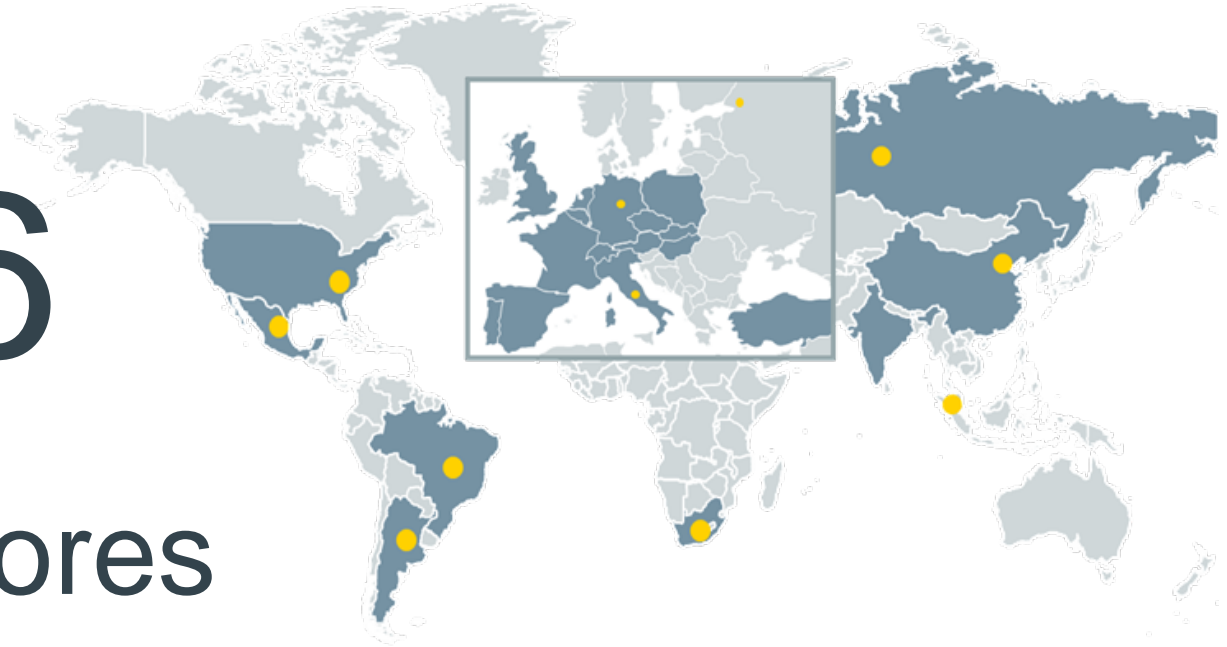


Dados e factos 2013

3.606

colaboradores

308 em outras fábricas do grupoVolkswagen.



Parque industrial da Volkswagen Autoeuropa.

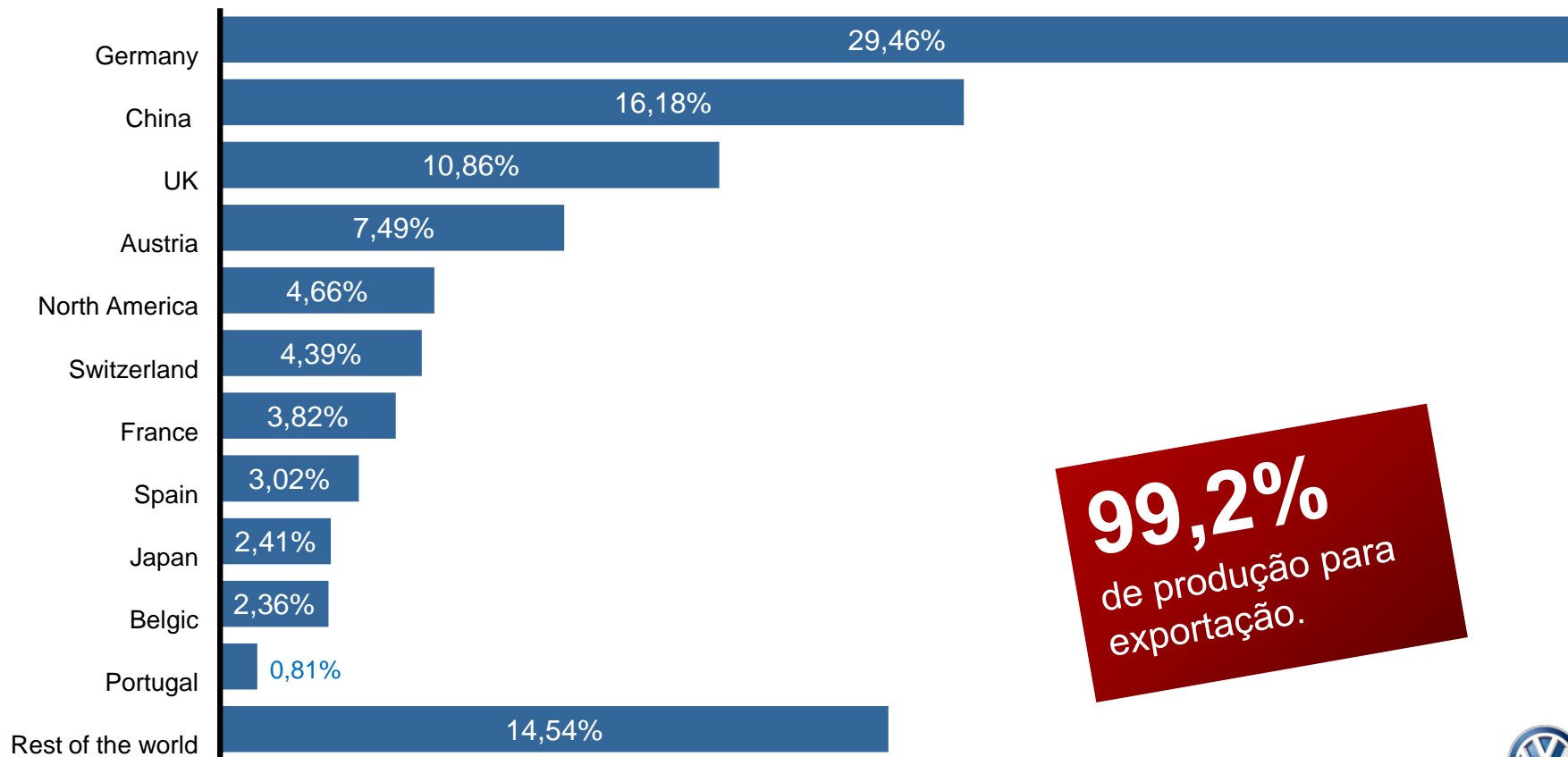
16 fornecedores

2.100 colaboradores

Empresa	Peças principais
SPPM	Pintura (peças plásticas)
Inapal plásticos	Peças plásticas
Webasto	Teto Eos
Tenneco	Sistema de exaustão
Vanpro	Bancos
Benteler	Eixos
Faurecia	Pára-choques
Continental-Lemmerz	Pneus



Principais mercados (janeiro - dezembro 2013)



99,2%
de produção para
exportação.



Agenda

- 1 o grupo Volkswagen
- 2 o enquadramento económico da Volkswagen Autoeuropa em Portugal
- 3 a Volkswagen Autoeuropa
- 4 **a comunicação na Volkswagen Autoeuropa**





COMUNICAÇÃO



Overview 2013 | Top-down communication strategy

MMK | P- Runde | PMK | mach18.FACTORY Mtgs.

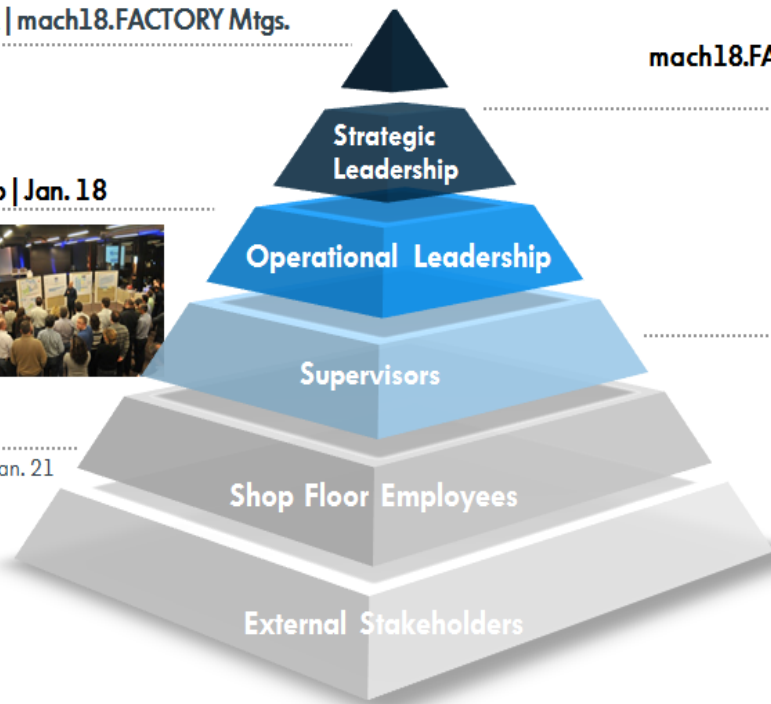
mach18.FACTORY Forum | Jan. 9/14
Plant's KPI Tree Definition

Management Workshop | Jan. 18



Internal Communication

General Information Meeting Jan. 21
Jornal Autoeuropa
Intranet
Blue Spot. Kiosks
Team Meetings
Awareness Campaigns
Corporate Notebooks
GTi TB. F.
New dress code



Areas Activities



General Activities

Sustainability and CSR Projects
Sustainability Report 2012
Corrida Volkswagen



mach 18.FACTORY / CULTURA DE EQUIPA

Campo de ação: cultura de equipa

Mach 18.FACTORY nasceu para "trabalhar" com as equipas de produção, com o objetivo de melhorar a produtividade e a qualidade dos processos produtivos. Para isso, o foco de ação do projeto está a desenvolver a cultura de equipa, que é o ponto de partida para a melhoria dos processos produtivos. Este projeto é liderado por Martin Paule, responsável pela área de Recursos Humanos da Volkswagen do Brasil. O projeto é dividido em cinco áreas de ação: 1. Comunicação, 2. Trabalho em equipa, 3. Resolução de problemas, 4. Inovação e 5. Reconhecimento. Cada uma dessas áreas é abordada através de workshops e atividades práticas.



A equipa



As cinco atividades chave de 2013



Quem está envolvido 2013



Este projeto é liderado por Martin Paule, responsável pela área de Recursos Humanos da Volkswagen do Brasil. O projeto é dividido em cinco áreas de ação: 1. Comunicação, 2. Trabalho em equipa, 3. Resolução de problemas, 4. Inovação e 5. Reconhecimento. Cada uma dessas áreas é abordada através de workshops e atividades práticas.

mach 18.FACTORY / RESULTADOS DE OPINIÃO

Resultados barômetro de opinião 2013

ÁREA DE PRODUÇÃO - COLABORADORES

A realização do 10º Fórum de Opinião dos colaboradores da Volkswagen do Brasil, em 2013, teve como objetivo avaliar a percepção dos colaboradores sobre o desempenho da empresa e a qualidade dos produtos. O fórum foi realizado em formato de perguntas e respostas, com a participação de mais de 100 colaboradores de diversas áreas da empresa.



Este fórum é uma oportunidade para os colaboradores expressarem suas opiniões e sugestões. Os resultados do fórum serão utilizados para melhorar a comunicação e a produtividade da empresa. O fórum é realizado anualmente e é uma das principais atividades do projeto Mach 18.FACTORY.

Resumo dos dados do fórum 2013

Participação: 100%
Respostas: 1000
Áreas envolvidas: 100%

Stimmungsbarenometer 2013 VOLKSWAGEN

Área	Comunicação	Trabalho em equipa	Resolução de problemas	Inovação	Reconhecimento
1. Comunicação	85	75	70	65	60
2. Trabalho em equipa	75	85	70	65	60
3. Resolução de problemas	70	75	85	70	65
4. Inovação	65	60	65	85	70
5. Reconhecimento	60	65	60	65	85

FLASH! semanal



mach 18.FACTORY / CULTURA DE EQUIPA

Uma equipa cada vez mais forte

Onday de 27 de setembro que se transformou num dia espetacular de convívio entre colegas! Foi este o sentimento geral dos 331 líderes de equipa e especialistas de produção/manutenção das áreas de prensas, carroçarias, pintura e montagem que se juntaram na fábrica, entre as 8h e as 16h.

Promover um convívio saudável e a comunicação sem barreiras entre equipas que não se cruzam no dia a dia, foram os objetivos desta iniciativa, enquadrada dentro do campo de ação "cultura de equipa". Os colaboradores foram distribuídos em 32 equipas pelas quatro áreas de produção e realizaram provas de destrezas físicas e intelectual, focadas nos seis campos de ação do mach 18.FACTORY e também nos programas estratégicos de ergonomia (GES) e Think Blue: Factory.



"Strong team" foi o leque que todos quiseram construir para consolidar este dia dedicado ao espírito de equipa.



Área de pintura. Think Blue: Factory. O foco "Trabalho em Equipa" fortalece a comunicação e a colaboração entre as equipas, que não trabalham "isoladamente", mas de forma integrada. A equipa vencedora foi a equipa da área de pintura, com o nome "Companheiros 2".



Área de carroçarias. Campo de ação "Trabalho em Equipa". A equipa vencedora foi a equipa da área de carroçarias, com o nome "Companheiros 1".



Área de pintura. Campo de ação "Resolução de Problemas". A equipa vencedora foi a equipa da área de pintura, com o nome "Companheiros 3".



Área de Montagem. Campo de ação: "Inovação". A equipa vencedora foi a equipa da área de montagem, com o nome "Companheiros 4".

Solidários



Amor, amizade, ações solidárias, paixão de donos, colaboradores... Os colaboradores prepararam mais de 1000 quilos de bens alimentares que foram entregues no projeto de solidariedade da Volkswagen do Brasil. A iniciativa foi liderada por Martin Paule, responsável pela área de Recursos Humanos. O projeto é uma das principais atividades do projeto Mach 18.FACTORY.

90 pontos é uma meta



Todos os participantes alcançaram uma meta de 90 pontos em todas as áreas de produção. Este é um recorde para a empresa e demonstra o alto nível de produtividade e qualidade dos processos produtivos. O projeto é uma das principais atividades do projeto Mach 18.FACTORY.



Relatório de Sustentabilidade 2012



4.2 "Think Blue, Factory"
Eficiência energética dos processos produtivos

Para avaliar e progredir, cada fábrica e continuamente monitorizada através de cinco indicadores-chave: consumo de energia e de água, produção de resíduos, emissões de CO₂ e emissões de voláteis.

Energia

Em 2012, a empresa teve de gastar apenas 46 milhões de euros em energia, um valor 10% inferior ao de 2011. Este resultado foi conseguido graças a uma série de medidas de eficiência energética implementadas em todas as fábricas, nomeadamente a substituição de lâmpadas por lâmpadas LED, a instalação de painéis solares e a utilização de sistemas de aquecimento e arrefecimento mais eficientes.

Água

A água é um recurso essencial para a produção de peças. Em 2012, a empresa consumiu 10,5 milhões de metros cúbicos de água, um valor 10% inferior ao de 2011. Este resultado foi conseguido graças a uma série de medidas de eficiência hídrica implementadas em todas as fábricas, nomeadamente a instalação de sistemas de reutilização de água e a utilização de sistemas de aquecimento e arrefecimento mais eficientes.

2010-2012: Aumento de eficiência energética (%) (média/fábrica)

Ano	2010	2011	2012
Variação	-15%	-23%	-11,6%
Variação	-15%	-23%	-11,6%
Variação	-15%	-23%	-11,6%

4.3 Sensibilização e envolvimento dos colaboradores e comunidade

Para melhorar a sustentabilidade e promover o desenvolvimento sustentável, a empresa investe em programas de sensibilização e envolvimento dos colaboradores e da comunidade. Em 2012, foram realizadas várias iniciativas, incluindo a criação de um programa de voluntariado e a implementação de um sistema de avaliação de impacto social.

A Volkswagen Automóveis promove atividades que estimulam e garantem um maior compromisso com o respeito ao ambiente.

Centros de Formação

Em 2012, a empresa investiu 1,5 milhões de euros em formação para os colaboradores. Este investimento foi realizado através de vários programas, incluindo a criação de um programa de formação contínua e a implementação de um sistema de avaliação de impacto social.

5.1.2 Saúde e segurança

Colaboradores competentes, capazes e motivados são essenciais para alcançar os objetivos da empresa. A saúde e a segurança dos colaboradores são prioridades da empresa. Em 2012, foram realizadas várias iniciativas, incluindo a criação de um programa de saúde e segurança e a implementação de um sistema de avaliação de impacto social.

THINK FIT

Programa THINK FIT

Este programa tem como objetivo promover a saúde e a segurança dos colaboradores. O programa inclui várias atividades, incluindo a criação de um programa de saúde e segurança e a implementação de um sistema de avaliação de impacto social.



ONLINE



Volkswagen Autoeuropa Internet

Registo online
Wilcome JOAO PEDRO DELGADO SOARES
04/01/2014

Área | Serviços | Relatórios | Aplicações | Resumos | Contactos

Volkswagen Autoeuropa Internet / Área / Administração

- Conselho de gestão
- Assistentes de direção
- Compras
- Comunicação
- Sustentabilidade e imagem corporativa



O ano de 2013 foi, sem dúvida, um dos mais desafiantes na história recente de Portugal. As empresas e os cidadãos enfrentaram tempos de incerteza, com as flutuações políticas e económicas a colocarem obstáculos acrescidos ao seu quotidiano. Enquanto comunidade agregada de diversas realidades sociais e uma das forças motrizes da economia nacional, a Volkswagen Autoeuropa tem a responsabilidade acrescida de, em tempos de crise, funcionar como um polo de estabilidade para os seus colaboradores e parceiros de negócio - e em 2013 cumpriremos mais uma vez este papel.

Apesar do impacto negativo da conjuntura económica no nosso volume de produção, sustentámos os princípios de sustentabilidade que sempre existiram na nossa empresa e conseguimos encontrar soluções para contrariar a redução de atividade fabril. O programa de colocação de 200 colaboradores pelo período de um ano em Wolfsburg, assim como o plano de desenvolvimento de competências ministrado na ATEC, são dois bons exemplos não só da nossa capacidade de adaptação, mas também da importância que damos à qualificação tecnológica dos nossos recursos humanos. Tenho a certeza que cada colega envolvido nestes programas voltará com uma visão mais abrangente bem como, com um maior grau de especialização técnica que nos permitirá encarar o futuro com confiança renovada.

Quanto a momentos relevantes que marcaram o ano, sem dúvida que a celebração da produção de 2 milhões de carros, a doação de 3 milhões de euros da Fundação de trabalhadores Volkswagen para a formação de jovens ricos de abandono escolar e o investimento de 38,2 milhões de euros da marca Volkswagen em projetos de melhoria tecnológica da nossa fábrica estão na linha da frente.

Sabemos que 2014 vai ser um ano cheio de novos desafios, onde as nossas capacidades de adaptação e competência técnica serão mais uma vez, postas à prova. Mas esta situação não é nova para nós. Em todos os momentos críticos, as nossas equipas sempre solucionaram as problemas de forma eficaz e inovadora. É exatamente isso que espero de todos no próximo ano e tenho a certeza que juntos conseguiremos a melhor e mais rentável do Volkswagen Autoeuropa no ano do Grupo Volkswagen.

Utilização Útil

- Jornal Autoeuropa
- Planilha Logística Direita
- Planilha Semanal
- Forma do Contorno
- Calendarização de Produção
- Horário de Autómatas
- Orçamentação System
- Portal VW #
- VolkswagenAutoeuropa
- Volkswagen Navigator
- Práticas
- Plano de fins de semana
- Autómatas
- Planilha Cash Invoicer
- Relatório de Despesas de Viagem
- Teleconferências
- Híperdes
- Crédito de Contas
- Templatos e normas gráficas

Links externos | Inquire user
interior por favor

Volkswagen Autoeuropa



Modelos | Sustentabilidade | Relações Públicas | Recrutamento | Empresa | Grupo Volkswagen



Novo Scirocco

Think Blue.Factory



Relatório Sustentabilidade 2012



Supply.Net



Plataforma de Volkswagen Autoeuropa para fornecedores de materiais industriais

[mais](#)

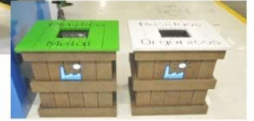
Links

- Autoeuropa Network
- Volkswagen Group
- Perguntas frequentes
- Equipamento Técnico

© Volkswagen Autoeuropa 2013 | [Avisos legais](#) | [Contactos](#) | [Localização](#) | [Volkswagen International](#)



SHOP FLOOR



DRESS CODE

Volkswagen

Volkswagen

Volkswagen



Dress code

70x100 posters para as áreas;

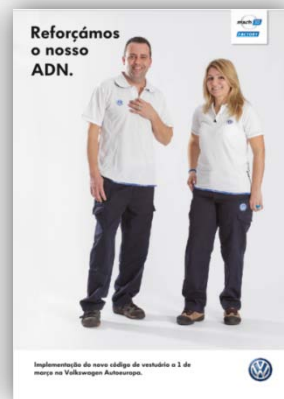
Flash Newsletter;

Flash TV;

Intranet;

Artigo Autogramm (VW AG);

Encarte jornal „Autoeuropa“



Dress code | Media coverage



Subscrever newsletter



Siga-nos:



ok

[Pesquisa Avançada](#)

[Home](#) | **[Atualidade](#)** | [Entrevistas e Opinião](#) | [Emissões](#) | [Portugal Marca](#) | [Temas Especiais](#) | [Travel Brands](#)

Home > Atualidade > Mudar está na moda, para a Volkswagen Autoeuropa



13 de Março de 2014

Mudar está na moda, para a Volkswagen Autoeuropa

Patrocínios



ARTIGOS RELACIONADOS

A mulher que não consegue ver filmes
O que é que os filmes "Toy Story", "Star Wars", "Senhor dos Anéis" ...

ver +

Fidelidade eleita Marca de Confiança
A Fidelidade foi eleita, pelos consumidores portugueses, como Marca de Confiança ...

ver +

A idade "sem rodeios, sem meias-conversas, sem tretas!"
É responsável pelas campanhas de publicidade de marcas como o Licor ...

ver +

"Agarre-se ao verão"
Enquanto no hemisfério norte esperamos ansiosamente a chegada do verão, no ...

ver +





VOLKSWAGEN RUN 2013



DADOS E FACTOS 2013

Volkswagen **Corrida 2013**

2531 PARTICIPANTES

374 COLABORADORES

ESGOTADA **20** DIAS

ANTES DO EVENTO





Programa Responsabilidade Social e Corporativa | 2014



RSC 2014

1. Objetivo do programa

Promoção da cultura organizacional orientada para o envolvimento em projetos de intervenção social e comunitária como um fator de orgulho pessoal, motivação e desenvolvimento de competências dos colaboradores, com impacto ao nível da coesão interna (cultura de equipa) e da identificação com os valores da marca Volkswagen: inovação, responsabilidade e criação de valor.

2. Áreas de atuação

Desde 2010: apoio social à comunidade envolvente (intervenção direta dos colaboradores ou donativos); ambiente; desporto /saúde e bem estar; cultura. **Nova área a partir de 2014: educação e qualificação.**

3. Equipa de trabalho

Equipa multidisciplinar criada em 2010, revista anualmente de acordo com objetivos do programa e disponibilidade dos colaboradores.

4. Auscultação interna de *stakeholders*

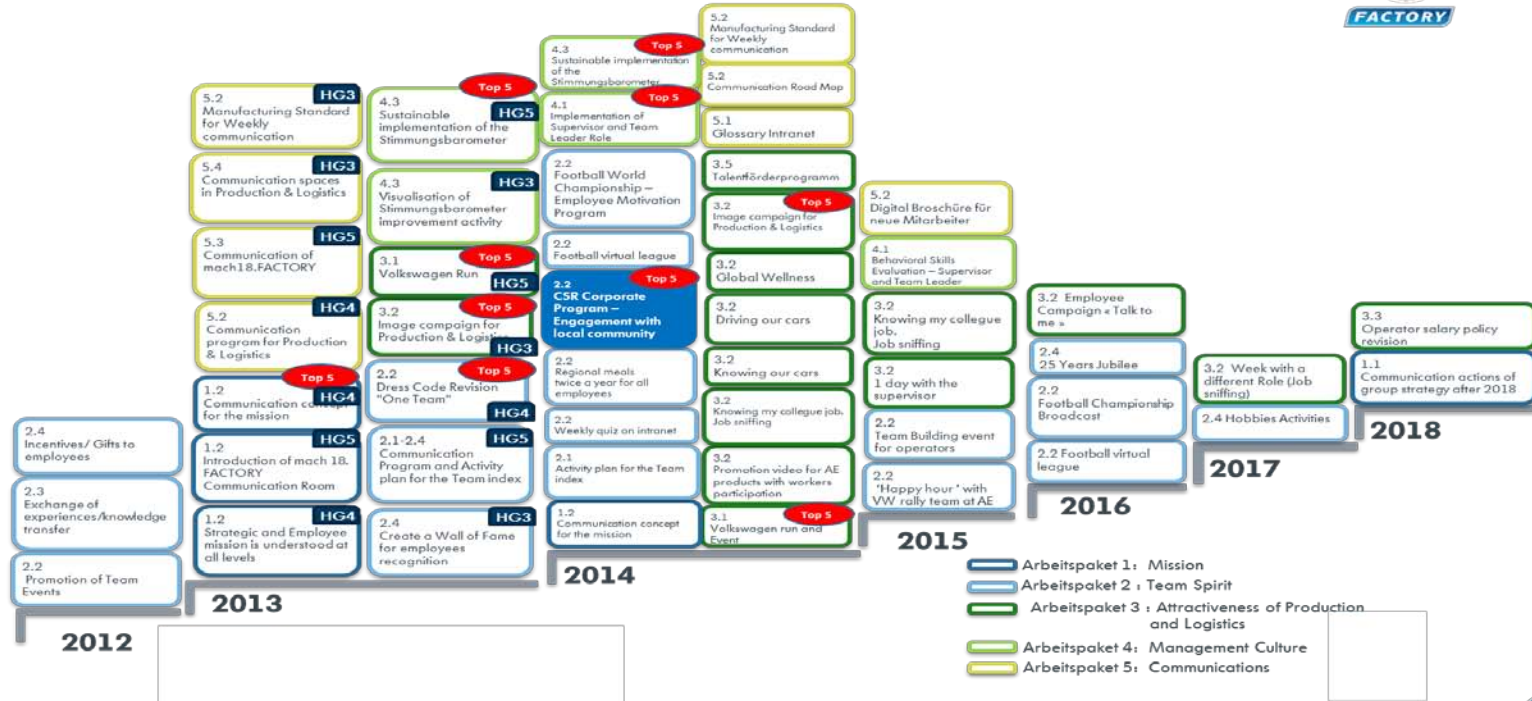
A realizar em 2014, para identificar potenciais colaboradores que queiram participar em ações e/ou novos projetos de parcerias.



RSC 2014

Integração programa RSC no plano estratégico da empresa

Maßnahmentreppe Team Culture Palmela



BRANDING RSC



24 março

Intervenção comunitária.

VESTE A CAMISOLA POR UMA CAUSA.



VESTE A CAMISOLA POR UMA CAUSA.

24 março

Programa de voluntariado empresarial
Lorem Ipsum



VESTE A CAMISOLA POR UMA CAUSA.

Programa de voluntariado empresarial
Lorem Ipsum



Corremos por uma causa.

Programa de voluntariado empresarial
Lorem Ipsum



VESTE A CAMISOLA POR UMA CAUSA.
uma iniciativa da Volkswagen Autoeuropa

Participação ativa na educação.

VESTE A CAMISOLA POR UMA CAUSA.





2014PT

Volkswagen Autoeuropa

Obrigada pela vossa atenção.

