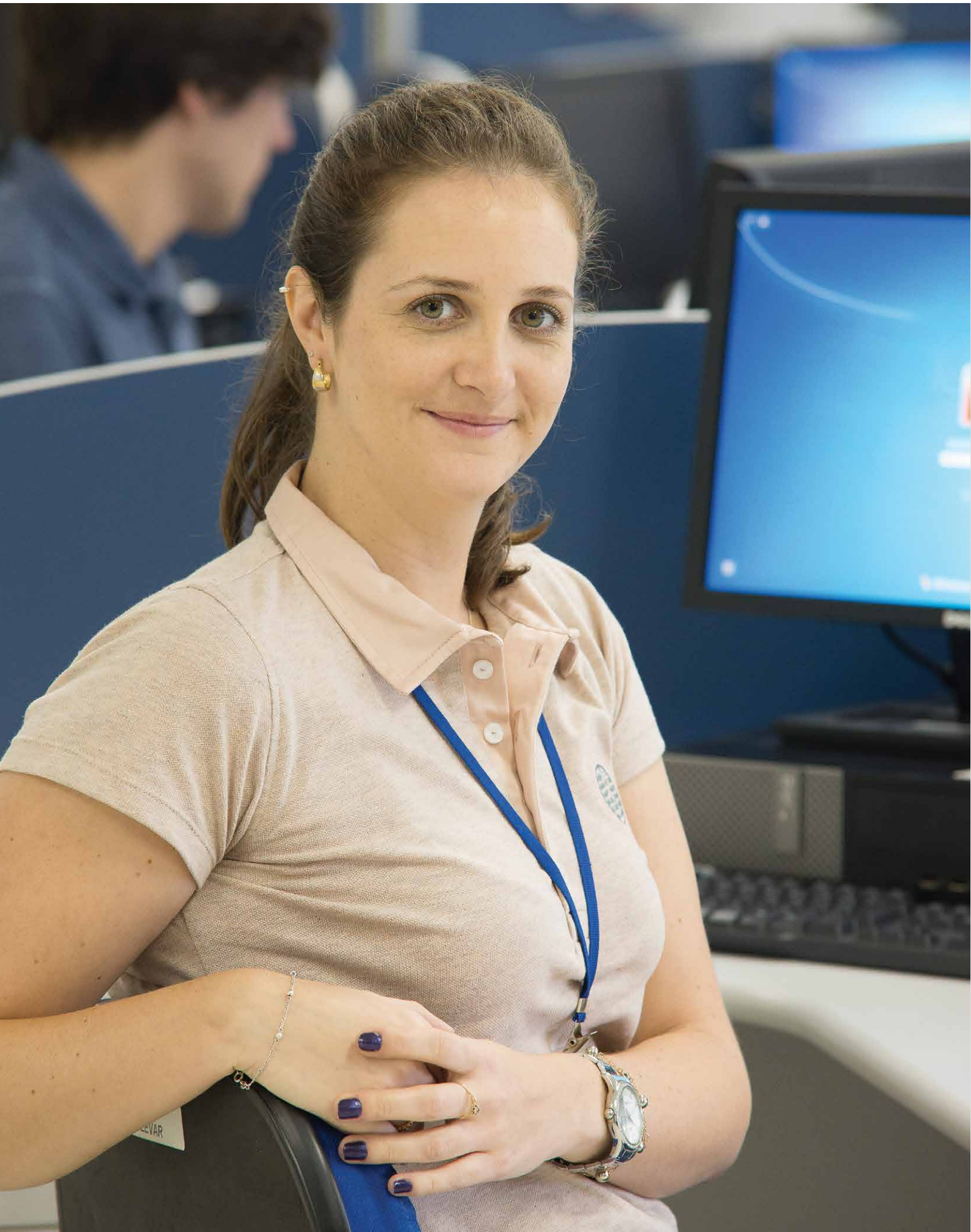
MAHLE

Driven by performance

Relatório Social 2015

Grupo MAHLE Brasil



Sumário

05 Nossa melhor marca

07 Compromisso com o futuro

08 Valores MAHLE

09 Centro Tecnológico, um polo de excelência e inovação

11 Gestão & Pessoas

15 Acolher e abraçar, o segredo do sucesso

19 Prêmios, certificações e reconhecimentos

21 A arte de bem viver

25 Ecoeficiência, compromisso inadiável

28 O valor da comunicação

30 Assim somos nós

31 Grupo MAHLE Brasil

Relatório Social é uma publicação da área de Recursos Humanos do **Grupo MAHLE Brasil**

Gerência de Recursos Humanos Brasil
Renata Trincha Oikawa Garcia
renata.garcia@br.mahle.com

Coordenação
Fernanda Pedreira Rodrigues
fernanda.pedreira@br.mahle.com

Fotos
Gladstone Campos
Arquivo MAHLE

Produção editorial
Thaís Aiello – MTb 13.439
Nexo Comunicação

Editoração
Aya Nakai

Revisão
Patrícia Cueva

Relatório Social e outras informações em www.mahle.com.br

Nossa melhor marca

A MAHLE é uma empresa que olha para o futuro. Alicerçada em sua história e em seus valores, conduz os negócios perseguindo a sustentabilidade, condição alcançada apenas quando existe empenho genuíno em atuar com efetividade nos três pilares que fundamentam esse conceito: o social, o ambiental e o financeiro. A tarefa nada tem de trivial, especialmente em um ambiente de negócios complexo, global e competitivo.

O cenário econômico e político brasileiro permanece desafiador. Já em 2014 era possível constatar grandes dificuldades para os mais diversos setores, e o automotivo não foi exceção. Apesar de ressentir as questões conjunturais e ter de lançar mão de alguns ajustes, nossa operação local manteve a visão de longo prazo, empenhando-se na busca de caminhos e soluções criativas e inovadoras, capazes de imprimir maior dinâmica ao cotidiano de trabalho e criar valor para a empresa, seus colaboradores e familiares, a comunidade próxima e a sociedade como um todo.

Seguimos entendendo o resultado financeiro como questão primordial e válvula propulsora para outras conquistas – e é justamente em momentos mais difíceis, como os que estamos enfrentando, que podemos constatar o quanto a responsabilidade e o comprometimento com essa dimensão da sustentabilidade permitem suportar as adversidades, preservando tanto as ações que garantem o bem-estar e o desenvolvimento dos profissionais da empresa quanto as iniciativas de cunho social e cultural, cujo alcance extrapola as fronteiras da companhia.

Como corporação, a MAHLE está hoje presente em todos os principais mercados da Europa, Ásia, América do Norte e América do Sul. A estruturação dos negócios em diferentes pontos do planeta permite atravessar com mais tranquilidade e harmonia as dificuldades regionais. Além disso, há o esforço de diversificar o portfólio de produtos, a partir de aquisições que aportam novas perspectivas de atuação e ampliam nossa competitividade, a exemplo da compra do controle da Behr em nível global.

Os tempos são complexos, porém temos vigor e autonomia para enfrentá-los, uma vez que o controle acionário exercido pela MAHLE, além da participação dos acionistas minoritários na MAHLE Metal Leve S.A., nos permite reinvestir parte do resultado da companhia em novos projetos e tecnologias. Cria-se, assim, um círculo virtuoso, que fortalece a nossa marca e pavimenta o caminho rumo a novos patamares de evolução e excelência.

Claus Hoppen
Diretor-presidente da MAHLE Metal Leve S.A.

Compromisso com o futuro

Perseguir um mundo mais sustentável é o que move a MAHLE. O compromisso com o futuro faz parte da estratégia do negócio, que se alicerça na força da inovação para criar soluções capazes de harmonizar o desenvolvimento tecnológico e humano. Esse tem sido o fio condutor da empresa nesses seus quase 100 anos de existência, uma história que mescla visão de longo prazo, empreendedorismo e trabalho firme, sempre na perspectiva de exercer o protagonismo na construção do amanhã.

A capacidade realizadora dos cerca de 66 mil colaboradores da MAHLE nos diversos continentes repercute na vida de pessoas das mais diferentes nacionalidades. A competência da companhia em sistemas de motores, gerenciamento térmico e filtração elétrica e mecatrônica se traduz em avanços tecnológicos que contribuem para a saúde do planeta, uma vez que possibilitam a concepção de veículos automotivos mais eficientes e que apresentam menor impacto para o meio ambiente, tanto no processo de fabricação quanto no uso cotidiano.

A história da MAHLE tem início em 1920, em uma pequena oficina na cidade alemã de Stuttgart. Considerada hoje o berço do automóvel, a região fervilhava com a inventividade dos pioneiros da indústria automobilística, que no final do século XIX haviam brindado o mundo com o primeiro modelo de quatro rodas. Foi nesse ambiente que os irmãos Hermann e Ernst Mahle deram início ao negócio, influenciando de forma decisiva a evolução do mercado automotivo ao desenvolver pistões de liga leve para motores a combustão, solução bem à frente do seu tempo e com vantagens muito superiores ao padrão em ferro fundido utilizado na época. Para manter o motor sem sujeira e pó, Hermann e Ernst criaram filtros de ar e óleo – e foi assim, de inovação em inovação, que a MAHLE passou da condição de fabricante de componentes a líder em tecnologia e parceira preferencial dos principais fabricantes de veículos para o desenvolvimento de sistemas globais mais eficientes e comprometidos com a sustentabilidade do planeta. Tanto que, hoje, um em cada dois automóveis do mundo contém componentes MAHLE.

Histórias que se cruzam

No início dos anos 50 Ernst Mahle vem para o Brasil, tornando-se um dos sócios-fundadores da Metal Leve, a primeira fabricante nacional de pistões. Quase três décadas depois, a MAHLE chega ao país, a partir da aquisição da Cima Componentes Automotivos, em 1978. Nesse mesmo ano, a empresa dá início à construção da fábrica de Mogi Guaçu, no interior paulista, que entrou em operação em 1981 e hoje é um dos núcleos mais importantes de produção da companhia, contando com cerca de 45% dos colaboradores da MAHLE no Brasil.

As histórias voltam a se cruzar no final dos anos 90, quando da compra da Metal Leve pela MAHLE, em transação que fortaleceu a robustez dos negócios no Brasil. A MAHLE Metal Leve e as demais empresas da corporação no país integram o Grupo MAHLE América do Sul. Com unidades concentradas na Argentina e no Brasil, a operação regional representa 10% das vendas globais e emprega um contingente superior a 10 mil pessoas, sendo mais de 9 mil profissionais em território brasileiro.

Tempos desafiadores

Comparado a 2013, após os ajustes de câmbio, 2014 foi um ano de significativo crescimento global das vendas para a MAHLE, ainda que condições econômicas específicas de cada mercado tenham afetado os resultados. Na América do Sul, o crescimento menos encorajador das economias argentina e brasileira representa um ponto de atenção, uma vez que a pronunciada desaceleração econômica tem levado à queda de demanda não apenas de veículos de passeio e comerciais, mas também de máquinas agrícolas e de construção. Com isso, as vendas na região ficaram aquém da meta e em patamar abaixo do registrado no período anterior.

Apesar das dificuldades do momento, a visão de futuro segue positiva no que se refere ao potencial da América do Sul como um todo e do Brasil em particular. No país, as sete fábricas e o novo Centro de Distribuição da MAHLE se concentram na região Sudeste, exatamente o polo que reúne as principais montadoras e fabricantes de motores, entre elas GM, Fiat, Ford, Mercedes-Benz, Navistar, VW, PSA, Renault, Scania e Volvo. Há também o Centro de Tecnologia de Jundiaí, onde os investimentos em inovação e no desenvolvimento de patentes são constantes, com projetos que buscam otimização e maior desempenho, da forma mais correta e sustentável. Fazer mais com menos, e sempre com o menor impacto para o meio ambiente e a sociedade, é um compromisso genuíno.

Valores MAHLE

Inovação
Acreditamos que somente com eficiência, precisão e paixão é possível desenvolver inovações ambientalmente responsáveis e capazes de tornar a mobilidade mais confiável, confortável, eficiente e econômica.

Crescimento
Comprometidos com o princípio do crescimento sustentável e favoráveis ao mercado aberto e global, buscamos o sucesso econômico em consonância com uma gestão socialmente responsável.

Perspectiva
Com foco na mobilidade, que constitui o elemento central do nosso avanço tecnológico, concebemos um caminho aberto e amplo rumo a um futuro seguro, moderno, rentável e altamente desenvolvido.

Integridade
É o nosso preceito supremo. Compromissos assumidos com clientes, fornecedores, colaboradores e com o mercado são desafios aceitos e cumpridos, sob quaisquer circunstâncias.

Responsabilidade
Estamos comprometidos com a lei e a ética. Como um dos maiores fornecedores automotivos do mundo, temos consciência de nossa responsabilidade com o mercado e com as forças sociais que o movimentam.

Comunicação
Como empresa global, estamos empenhados em buscar alternativas de interação para acelerar o fluxo das informações, ampliar o conhecimento organizacional e promover maior conexão entre as pessoas e as culturas.

Eficiência
Estamos comprometidos com a melhoria contínua dos processos. Buscamos torná-los sempre mais objetivos, eficientes e econômicos, considerando para tanto o conforto e o bem-estar dos colaboradores.

Princípio democrático
Estimulamos e consideramos as diversas opiniões, procurando implementar sugestões e ideias que agreguem valor ao negócio e à dinâmica de trabalho. Reconhecemos que não somos infalíveis nas nossas decisões e, portanto, incentivamos a autocrítica para o desenvolvimento contínuo.

Mudança
Somos uma empresa dinâmica e em constante transformação e encorajamos a renovação interna e externa, promovendo a energia necessária para o processo de mudança.

Qualidade
Desenvolvemos e criamos produtos, procedimentos, sistemas e processos para atender os clientes e o mercado com excelência e precisão.

Transparência
Asseguramos a transparência dos processos, certos de que somente quem visualiza permanentemente suas metas é capaz atingi-las.

Independência
Adotamos medidas de longo alcance para sustentar e garantir a autonomia econômica e financeira de nossa empresa, bem como sua independência internacional.

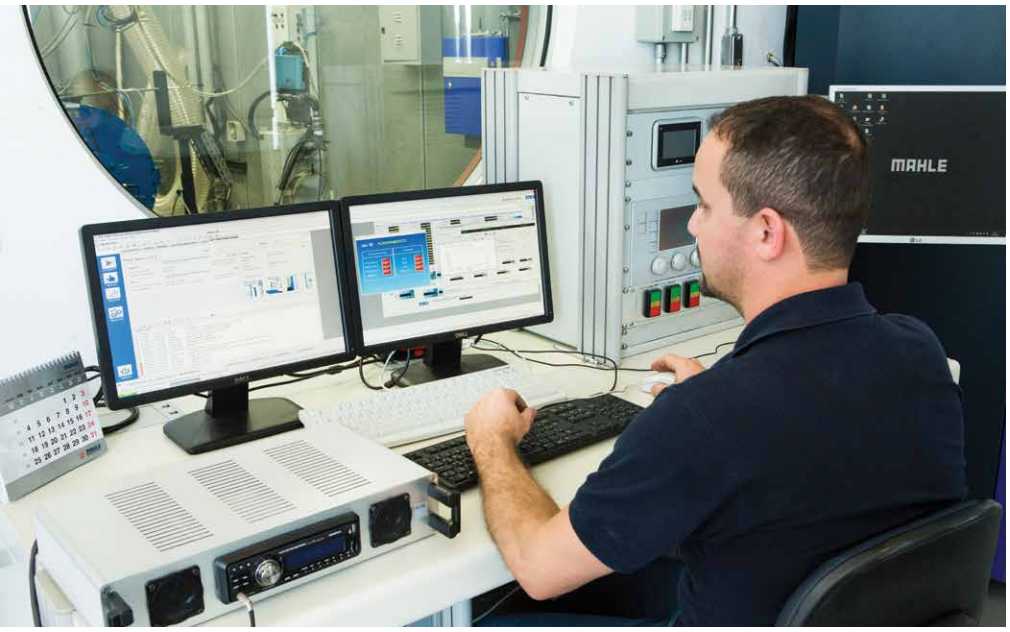
Compromisso
Oferecemos uma plataforma empresarial que coloca como pontos centrais o ser humano e o talento, além do compromisso com o desenvolvimento profissional e pessoal, estimulando igualmente o princípio da responsabilidade de cada indivíduo.

Conhecimento
É a matéria-prima para a construção do nosso futuro. Por isso investimos muito no desenvolvimento e no aperfeiçoamento dos nossos colaboradores, para aprimorar suas qualificações e fortalecer seu entusiasmo pelos nossos produtos e visões.

Orientação ao cliente
Para reafirmar e expandir nossa posição no mercado, oferecemos sempre aos clientes algo a mais em desempenho e proximidade, satisfazendo às suas necessidades com rapidez, eficiência e soluções inteligentes.

Meio ambiente
Entendemos como um dos compromissos mais importantes da nossa empresa o empenho em desenvolver avanços tecnológicos que beneficiem o futuro humano e estejam em plena harmonia com o meio ambiente.

Centro Tecnológico, um polo de excelência e inovação



Criar um futuro mais sustentável, com soluções tecnológicas eficazes, competitivas, viáveis e inteligentes. Essa é a premissa do Centro Tecnológico de Jundiaí, um dos sete centros de pesquisa e desenvolvimento da MAHLE no mundo e o segundo maior deles, precedido apenas pelo núcleo instalado na matriz, em Stuttgart. Enquanto na Alemanha os trabalhos envolvem novas possibilidades para pistões, pinos, eixos de comando e outros componentes, a unidade que funciona no interior paulista coordena globalmente o desenvolvimento em anéis de pistão e camisas, além de ter competências especiais em combustíveis alternativos, sendo mesmo referência em inovações para motores flex.

Em atividade desde 2008, a partir de investimentos de cerca de R$ 90 milhões, o Centro Tecnológico de Jundiaí tem o traço da inovação e da sustentabilidade desde sua concepção. Instalado na Serra do Japi, área de preservação ambiental, ocupa apenas 10% do terreno de 250 mil metros quadrados de reserva natural, com a MAHLE cuidando de replantar, como compensação para o meio ambiente, mais de 4 mil mudas de espécies nativas.

A edificação, por sua vez, foi concebida segundo parâmetros que consideraram a otimização dos recursos naturais, de forma a reduzir a necessidade de consumo de energia para efeito de iluminação e de climatização dos ambientes. Para tanto, o projeto arquitetônico lançou mão de paredes de vidro, espelhos d'agua no teto e claraboias, priorizando a iluminação natural e possibilitando harmonizar a temperatura do prédio. A água também recebe tratamento especial, o que permite seu reúso em sanitários e torres de resfriamento para os equipamentos de testes laboratoriais.

Único no país certificado pelo INMETRO e homologado pela CETESB no tocante a emissões de motores diesel em dinamômetro, o Centro Tecnológico de Jundiaí realiza pesquisas que envolvem quatro unidades de negócios, ficando apto a desenvolver soluções integradas para o mercado mundial. Suas dependências abrigam 16 laboratórios, 13 salas de dinamômetro e 17 simuladores, além de salas especiais, com senha de acesso e total confidencialidade, para trabalhos feitos em parceria com as montadoras, em esquema de sigilo absoluto.

Referência criativa

As inovações geradas no Centro Tecnológico de Jundiaí somam 82 patentes aplicadas nos últimos 3 anos, vinte delas em 2014. O fomento a novas ideias conta com sistema que provê a avaliação de contribuições espontâneas, mas há o caminho da indução de soluções, mediante demandas específicas. Outra vertente é a inovação aberta, que contabilizou em 2014 mais de uma dezena de iniciativas em conjunto com universidades e institutos, a exemplo do Massachusetts Institute of Technology (MIT) e da Universidade de São Paulo (USP), bem como 13 projetos com fornecedores, além de consórcios para a geração de conhecimento.

Entre as realizações de destaque do Centro Tecnológico em 2014 está o desenvolvimento de uma célula de potência que traz impactos positivos para o Inovar-Auto, sigla para o Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica e Adensamento da Cadeia Produtiva de Veículos Automotores, iniciativa do governo federal. Trata-se de tecnologia que viabiliza de 3% a 6% de redução no consumo de combustível para veículos leves. Outros avanços do período incluem o uso da nanotecnologia para estruturar multicamadas em anéis de pistão, visando ampliar a durabilidade, e a estruturação de um sistema eletrônico autocontrolável de partida a frio.

Gestão & Pessoas

Se 2014 fica registrado na história do Brasil como um ano de dificuldades do ponto de vista da conjuntura política e econômica do país, para a MAHLE será lembrado como um período bastante dinâmico em termos de ações internas, seja no que se refere a programas voltados ao desenvolvimento dos profissionais, seja na implantação de novos projetos. Com visão de longo prazo e maturidade para enfrentar as dificuldades de um cenário incerto e de um mercado em desaceleração, a MAHLE maximizou recursos internos e se mobilizou para implementar melhorias em seus processos, o que ocorreu também na área de gestão de pessoas.

Estiveram em pauta questões importantes, como o fortalecimento das ferramentas de feedback e a interação dos gestores da companhia com os processos de RH, por meio do projeto Requisições Eletrônicas. Trata-se de uma solução inovadora, que coloca ao alcance dos líderes o gerenciamento dos trâmites necessários a ações de promoção, transferência, admissão e demissão. O sistema agiliza, simplifica e dá confiabilidade aos processos, conferindo mais autonomia aos gestores. O RH, por sua vez, atua como parceiro e facilitador, respaldando as áreas de negócios.

Ética como valor

Outro grande tema para a organização como um todo e que tem demandado atenção especial do RH foi o programa de desenvolvimento em compliance.

Para a MAHLE, mais do que atitude, ética é um valor. Nesse sentido, há um forte movimento para ampliar a consciência e a clareza sobre o que é atuar em conformidade com leis, acordos internacionais, contratos, políticas e regulamentos internos.

Mundialmente a corporação implementou em 2012 uma estrutura de compliance, promovendo o treinamento global online para executivos e colaboradores das áreas de vendas, compras e outras estruturas que lidam diretamente com contratos, clientes e fornecedores. No processo de replicar o conceito e permear a organização de modo mais abrangente, a MAHLE Brasil tomou a iniciativa de estruturar um programa para os gestores locais, confiando a alguns de seus gerentes corporativos a missão de, eles mesmos, serem os instrutores nessa jornada.

Foi assim que executivos das áreas jurídica, de recursos humanos, controles internos, relações com investidores e compras se lançaram a campo para treinar, de junho a setembro de 2014, 400 lideranças, que, por sua vez, ficaram incumbidas de atuar como multiplicadores do tema para seus times.

Ajustes e novos negócios

A conjuntura econômica adversa de 2014 repercutiu no setor automotivo brasileiro, que apresentou queda de mais de 20% nas vendas de automóveis e veículos comerciais. Esse cenário demandou da MAHLE alguma acomodação de headcount, mas a opção foi por uma redução em menor escala.

Apesar dos ajustes necessários em virtude da oscilação negativa do mercado, aquisições mundiais realizadas pela companhia mantiveram estável o número total de colaboradores no país, e a operação local encerrou 2014 com uma estrutura superior a 9 mil funcionários. Contribuiu para tanto a absorção da fábrica de Arujá, resultado da incorporação da BEHR, bem como outras transações concretizadas em 2014, a exemplo da aquisição do grupo esloveno Letrika, com presença também no Brasil.

Cuidar de integrar esses novos colaboradores na cultura MAHLE e nas políticas e práticas de gestão dos negócios e das pessoas tem demandado atenção e empenho especial do RH.

Diálogo produtivo

Para aprimorar as interfaces e garantir formas estruturadas de feedback em todos os níveis da organização, a MAHLE Brasil colocou em prática o Diálogo Anual com o Colaborador, sistema estruturado para auxiliar os supervisores na gestão de seus times. Auditado, o instrumento tem metas estabelecidas e acompanhadas.

Dentro da perspectiva de melhorar a motivação e a satisfação dos colaboradores, bem como discutir opções de desenvolvimento profissional, os diálogos partem das habilidades individuais e se estruturam em tópicos como expectativas mútuas, tarefas, qualidade do trabalho em equipe e evolução profissional. A partir das inteirações, tratadas de forma sigilosa, são definidas as ações de melhoria.

Educação em foco

Desde 2013 a MAHLE vem adotando uma política mais encorpada de educação corporativa. Da condição prévia de 21 horas/ano de desenvolvimento por colaborador, saltou-se para uma média

de 37 horas por funcionário ao ano. Os investimentos são de aproximadamente 3 milhões de reais.

No âmbito da equipe de gestão e dos profissionais estratégicos, a MAHLE oferece programas de desenvolvimento e de treinamento especializados. Buscando a perenidade do negócio, colaboradores identificados como potenciais participam de programas especiais de desenvolvimento de liderança. Já os programas de treinamento têm o objetivo de capacitar os profissionais para a realização de suas atribuições.

Entre as principais iniciativas da MAHLE para o desenvolvimento de seus colaboradores estão:

- Programa de Desenvolvimento de Executivos (EEP)
- Programa de Desenvolvimento Internacional (IDP)
- Programa de Desenvolvimento Gerencial (MDP)
- Programa de Desenvolvimento de Liderança (LDP)
- Programa de Desenvolvimento Profissional (PDP)
- Programa de Treinamento Operacional

Em 2014, 88 gestores participaram de programas de formação, enquanto profissionais técnicos e administrativos contaram com 42 cursos e 8.884 horas de capacitação em temas como negociação, gestão do tempo, comunicação, finanças e gestão de processos, contabilizando 701 participações. Para o time operacional foram oferecidas aproximadamente 154 mil horas de treinamento, em mais de 1,4 mil oportunidades, nas categorias técnica e on-the-job. Já nas áreas de qualidade, segurança e meio ambiente, as iniciativas de educação totalizaram quase 140 mil horas, envolvendo uma dinâmica que somou perto de 11 mil participações.

A área de gestão de pessoas também buscou atualização, a partir da implantação da Academia de Recursos Humanos. Composto por 24 disciplinas, o programa foi conduzido por especialistas da casa, responsáveis diretos por processos de gestão de pessoas da companhia.

Melhores práticas

Em 2014, a área corporativa de gestão de pessoas da MAHLE Brasil realizou a primeira edição do Reconhecimento Melhores Práticas em RH, espécie de premiação que identifica e dá visibilidade a iniciativas de destaque. Os vencedores foram revelados durante o Workshop Anual de RH 2014, e a Academia de Recursos Humanos foi uma das iniciativas contempladas.

Oportunidades de carreira

O recrutamento interno tem sido uma prática recorrente na MAHLE, abrindo oportunidade para que os profissionais da companhia possam se candidatar às vagas que surgem. A empresa estabelece regras claras, imprimindo transparência ao processo. Ficam aptos a participar da seleção todos os colaboradores efetivos com pelo menos um ano de casa e/ou na função, desde que preencham os requisitos do cargo em aberto. As normas impedem a participação em processos simultâneos e estipula prazo de pelo menos um ano para nova candidatura. Em 2014, 143 vagas foram preenchidas por meio de recrutamento interno.

Prata da casa

Reconhecer os profissionais que contribuem para a evolução e o crescimento da MAHLE é uma política de gestão de pessoas consolidada na companhia, que a cada ciclo presta homenagem àqueles que completam 10, 15, 20, 25, 30, 35 e 40 anos de atuação na empresa. Em 2014, esses parceiros de longo tempo somaram 1,1 mil colaboradores.

Marca de empregador

Atrair talentos e mantê-los é um desafio constante e exige trabalho sistemático de reforço da marca de empregador. Interessada em ampliar o diálogo com as novas gerações, a MAHLE tem empreendido globalmente um trabalho de gestão de sua marca, que deverá ser intensificado nos próximos anos. A operação brasileira também se engajará no processo, mas já vem realizando, ao longo dos anos, ações que concorrem para o fortalecimento de suas relações com os diferentes públicos, externa e internamente.

Atração de talentos

A Página de Carreiras é um canal que a MAHLE coloca à disposição dos interessados em conhecer a companhia e se candidatar a integrar seu corpo funcional. Acessível pelo link www.jobs.mahle.com, abrange tanto profissionais formados que queiram cadastrar o currículo no banco de dados como estudantes de graduação e de nível técnico em busca de oportunidades de estágio. Há também um campo especialmente voltado a pessoas com deficiência (PCD´s), no qual a MAHLE reafirma seu compromisso de empresa cidadã, que cumpre a legislação vigente e age de acordo com princípios éticos.

E-Recruiting – Parte integrante da Página de Carreira, a ferramenta permite gerenciar pela internet as candidaturas às vagas de trabalho na empresa, otimizando os processos seletivos. Global, o sistema traz maior rapidez e eficiência na identificação de pessoas adequadas ao perfil de cada função, propiciando ainda ganhos em termos de transparência, tempo, custo e melhor aproveitamento dos talentos. O Brasil foi o quarto país a receber o E-Recruiting, após implantação na Alemanha, na Polônia e nos Estados Unidos.

LinkedIn – Rede profissional igualmente utilizada pela MAHLE para estabelecer relacionamento com os talentos do mercado. Em 2014, foram divulgadas cinco oportunidades de emprego por intermédio do LinkedIn, registrando-se a aplicação de mais de 1,5 mil pessoas às vagas ofertadas.

Feira de Talentos – Divulgação institucional que estreita a relação com universitários, oferecendo oportunidades de trabalho a estudantes. Em 2014 houve participação na Feira Profissional da Unifei, em Itajubá, além da Feira do Cegep e da Feira da Fatec, em Mogi Guaçu.

Integração Empresa/Escola – Promove a integração entre a MAHLE e o setor acadêmico. A iniciativa compõe as metas do Centro de Tecnologia de Jundiaí, que tem atuado firmemente para intensificar o relacionamento da empresa com instituições de ponta, como a Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e a Universidade Federal de Itajubá (UNIFEI). Entre as iniciativas há o Prêmio MAHLE, que reconhece o melhor aluno dos cursos de engenharia mecânica e de engenharia de controle e automação da Unicamp. Outras ações envolvem colaboração tecnológica para participação de equipes de alunos nos campeonatos Fórmula SAE e Fórmula Baja. Em 2014, esse apoio foi ainda mais expressivo e contou com a mobilização do RH, de profissionais do Centro de Tecnologia e de outras unidades da empresa para a estruturação de um programa de educação corporativa ministrado pelos próprios colaboradores da MAHLE, colaborando assim para o desenvolvimento profissional dos alunos e fornecendo ferramentas e informações que contribuem para a profissionalização das equipes e para o alcance de melhores resultados nas competições.

Portas abertas – Abrir as portas da empresa para que os familiares conheçam o local e a realidade de trabalho do colaborador é uma prática que reforça o sentimento de pertencimento e de orgulho, com grande impacto para o engajamento dos profissionais. Em 2014, Itajubá recebeu 600 convidados, que percorreram 4 quilômetros para conhecer as minifábricas de anéis, buchas e arruelas. Em Limeira, foram outros 432 participantes, que visitaram os diferentes setores do Centro de Distribuição. Trata-se de um dia de congraçamento, com várias ações organizadas, tanto palestras informativas quanto atividades de lazer e entretenimento. Pesquisas de satisfação demonstram o alcance do programa, que conta com alto nível de aprovação.

Tech Forum – Voltado ao grupo do Centro Tecnológico e convidados, prevê apresentações técnicas sobre temas relevantes de gestão do conhecimento, inovação, tecnologia e de interação em diferentes áreas. Foram realizados cinco encontros em 2014. Destaque para as apresentações realizadas em eventos estratégicos como SAE Brasil e SIMEA, que foram replicadas internamente.

Acolher e abraçar, o segredo do sucesso

Cada vez que a MAHLE tem sua atenção despertada para um projeto social, invariavelmente ele adquire envergadura e floresce. É certo que o suporte financeiro, calcado no bom uso de recursos por meio de leis de incentivo, é um impulso da maior relevância. O êxito da empreitada, no entanto, vai muito além desse aspecto, e tem a ver com a forma como a empresa e suas pessoas abraçam as causas, acolhendo seus propósitos e empenhando o melhor de si para fazer dar certo.

Não faltam bons exemplos de como essa acolhida é decisiva, e o repertório de experiências bem-sucedidas só aumenta, uma vez que há sempre o esforço de exercer uma influência positiva para a perenidade e a sustentabilidade de cada iniciativa. Educação, arte, cidadania, esporte, humanização hospitalar, preparo de jovens para o mercado de trabalho, capacitação de pessoas em condições econômicas desfavoráveis – muitos são os motes, e a singularidade entre eles está no real empenho de contribuir para o crescimento e a evolução das pessoas e das comunidades.

Formare, um rito de passagem

A Escola Formare MAHLE tem transformado vidas. A cada ano, nas diversas unidades da empresa, 150 jovens de baixa renda iniciam uma jornada capaz de abrir novas possibilidades de futuro. Dentro do ambiente corporativo, interagindo com os profissionais da casa, eles recebem capacitação técnica e muito mais: aprendem cidadania e ganham inserção social, adquirindo conhecimentos que podem efetivamente mudar seus destinos.

Desde 2002, quando da implantação do Formare na empresa, 1.392 adolescentes já participaram do projeto, que conta com a parceria da Fundação Iochpe. Em 2014, foram quase 150 formandos entre as escolas localizadas nas diversas unidades – Mogi Guaçu, Itajubá, São Bernardo do Campo, Limeira, Indaiatuba, Jundiaí e Arujá. Além das aulas, os jovens participam ativamente dos principais acontecimentos corporativos, contribuindo com entusiasmo para as realizações de responsabilidade socioambiental. Acolhidos pelos colaboradores, eles compõem uma força vital para energizar a companhia e servem como elemento desafiador para promover o desenvolvimento dos educadores voluntários, colaboradores especialmente treinados para atuar como instrutores do Formare.

Aprendiz Formare MAHLE

Em atendimento à lei da aprendizagem de jovens entre 14 e 24 anos, houve decisão estratégica de promover alterações no modelo clássico das escolas, a partir da criação do programa Aprendiz Formare MAHLE. Em 2014 teve início a seleção dos participantes da primeira edição do novo modelo, em processo que considerou também a situação de desvantagem econômica e social dos candidatos. Implementada em Mogi Guaçu, Limeira, Arujá, Jundiaí e Indaiatuba, a mudança ocorre igualmente na unidade de São Bernardo do Campo. Da sala de aula, os participantes passam a um ambiente de aprendizagem profissional e contam com registro na Carteira de Trabalho, o que assegura a vantagem de poder contabilizar o período como tempo de serviço. Além disso, recebem outros benefícios oferecidos pelo programa de aprendizagem. Com relação à Itajubá, foi mantido o formato anterior.

Jovem Agricultor do Futuro

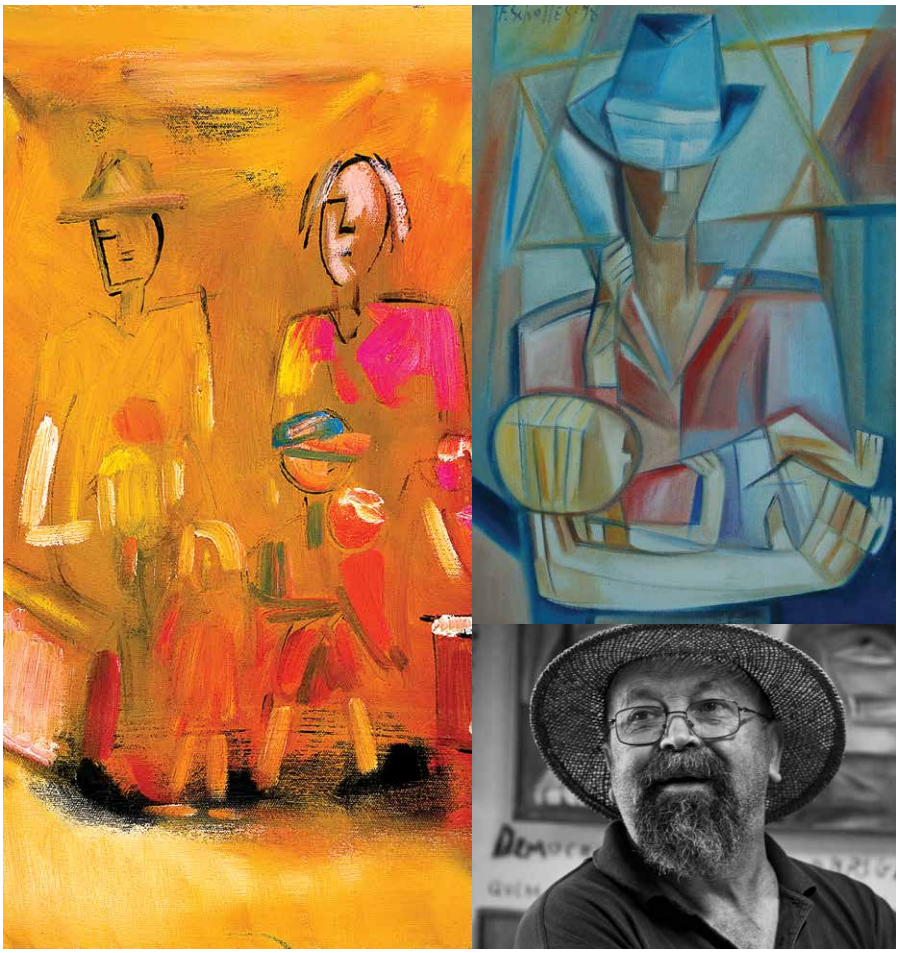
A MAHLE tem contribuído para transformar a realidade de Vergel, em Mogi Mirim, assentamento regularizado pelo Instituto de Terras do Estado de São Paulo (ITESP) e que hoje possui 97 sítios, uma cooperativa e três associações. Entre elas está a Associação de Mulheres Agroecológicas (AMA), idealizada por Maria Ileide e outras quatro agricultoras/empreendedoras locais. Voltada à plantação de produtos orgânicos e à confecção de artesanato, a entidade surgiu como alternativa de trabalho para as mulheres da comunidade, uma vez que os empregos disponíveis no local envolviam corte e venda de madeira, ofício considerado prejudicial à saúde e inadequado à natureza feminina.

No contato com a AMA, a MAHLE identificou a necessidade de capacitar os jovens do assentamento e, em parceria com o Sindicato Rural de Mogi Mirim, por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), estruturou o projeto Jovem Agricultor do Futuro. A primeira turma, composta por 28 participantes, se formou em novembro de 2014, depois de oito meses de atividades. Dessa forma, o

projeto da horta comunitária preexistente ganhou também um componente educacional, ensinando técnicas para o desenvolvimento da agricultura familiar e a colheita de verduras em esquema tradicional e a partir de estufa hidropônica. A produção é destinada às entidades assistenciais de Mogi Guaçu, Mogi Mirim e Estiva Gerbi, com a MAHLE contribuindo não apenas material e financeiramente, mas também de modo a dar sustentabilidade ao projeto a partir da qualificação do jovem.

A sala de aula e os canteiros estão localizados no Centro de Lazer Dr. Ernst Mahle. Dos 2.500 metros quadrados de horta convencional, cerca de mil metros são de total responsabilidade dos alunos. Além das aulas relacionadas diretamente à horta, há também disciplinas pedagógicas, como trabalho em equipe, noções de saúde, ação comunitária, recursos humanos, marketing e comunicação oral e escrita. No total são 600 horas de curso, de segunda a sexta-feira.

Em 2014, a parceria da MAHLE com os agricultores do assentamento Vergel se deu por meio da aquisição de produtos naturais utilizados na preparação das refeições servidas no restaurante da unidade de Mogi Guaçu. Houve apoio também para o empreendimento Marias da Terra, liderado por Maria Ileide e outras moradoras do assentamento, que produzem mandioca chips, geleias, doces em compota e outros produtos para venda em eventos e feiras da região. O projeto, que também conta com a parceria da Universidade de Campinas (Unicamp), é desenvolvido em um galpão reformado com a ajuda da iniciativa privada, com a MAHLE ficando responsável por toda a parte elétrica da edificação.



Arte, o alimento da alma

Arte e cultura também integram as ações de responsabilidade social da MAHLE, que apoia manifestações nas áreas de teatro, música, dança, literatura, cinema e artes plásticas por meio de leis de incentivo. O olhar é amplo, incluindo desde projetos próximos às comunidades em que a empresa está diretamente inserida até iniciativas de alcance mais abrangente, que vencem barreiras de espaço e tempo.

Nessa linha, uma realização importante envolveu a reunião em livro das obras do gaúcho Flávio Scholles. O contato inicial com o artista se deu por meio de documentário realizado pela cineasta Rejane Zilles, que retratou a realidade de Walachai, que em alemão quer dizer lugar longínquo e distante de tudo. Pois foi nesse lugarejo, a apenas 100 quilômetros de Porto Alegre, que cresceram a própria Rejane e Flávio Scholles, falando um alemão antigo e vivenciando, cada qual a seu tempo, a realidade local de aprender o português apenas aos 7 e aos 10 anos, respectivamente.

Com uma história que traz subjacente uma abordagem universal sobre valores e propósitos, o documentário contou, em sua versão para o cinema, com apoio da MAHLE na parte de distribuição. Como personagem real do filme, com seu ateliê que funciona na região de Walachai, Flávio despertou a atenção da empresa, não apenas por sua ascendência alemã, mas pela temática de sua obra, que retrata o homem em diferentes situações do cotidiano e do trabalho, em suas interações com a cidade e com a lógica do crescimento urbano.

O livro, que contou com o apoio da MAHLE, reúne boa parte das 10 mil telas produzidas pelo artista, que nasceu em 15 de fevereiro de 1950, em São José Herval, no Rio Grande do Sul.

Música clássica

O maestro Ernst Mahle, filho de um dos irmãos Mahle que fundou a empresa no início do século XX, tem participação ativa no projeto cultural da ópera *A Moreninha*, cuja temporada contou com patrocínio cultural da MAHLE. Autor musical e regente, demostrando vigor aos 90 anos, o maestro comandou a série de apresentações realizadas gratuitamente no interior paulista, para um público estimado em mais de 2 mil pessoas. Rio Claro, Americana, Limeira, Tatuí, Campinas, Jundiaí, Cosmópolis e Espírito Santo do Pinhal fizeram parte do circuito de apresentações, realizadas entre março e abril de 2014. Em cena, uma orquestra composta por 22 instrumentistas e 13 cantores interpretou a história escrita por Joaquim Manuel de Macedo, em livro publicado no ano de 1844.

Ainda no campo da música, a MAHLE apoia o Instituto Cultural Ivoti, voltado ao desenvolvimento e à atualização dos professores da área e que dispõe de corais, além de oferecer aulas para menores e docentes da comunidade de Ivoti, no Rio Grande do Sul. A Camerata da entidade, composta por crianças e jovens, realiza turnê pelo Brasil e em outros países, incluindo a Alemanha, onde há mais de cinco anos faz apresentações na cidade de Stuttgart, sede da MAHLE. O suporte corporativo se dá a partir da concessão de bolsas de estudo a professores do idioma alemão.

Outro projeto relevante, igualmente apoiado pela MAHLE, é o Mozarteum Brasileiro, uma das principais associações culturais do Brasil, voltada ao desenvolvimento da cultura musical. Sem fins lucrativos, a entidade se beneficia das leis de incentivo à cultura para realizar uma programação anual variada, com apresentações de orquestras, solistas, grupos de câmera, óperas e companhias de dança.

Dança e teatro

O balé clássico também integra o leque de patrocínios da MAHLE, por meio do projeto Dança e Cidadania, que abrange 400 crianças e adolescentes de baixa renda da região de Mogi Guaçu, Campinas e Sumaré. Para alguns dos beneficiados, o programa foi a porta de entrada para novas oportunidades de aprimoramento, inclusive no exterior.

Já em termos de artes cênicas, há apoio para o projeto Teatro Folclórico, peça infantojuvenil que retrata mitos e lendas da cultura popular brasileira, destacando a importância do folclore nas questões sociais e ambientais. Encenada pela companhia de Teatro Parafernalia, é uma realização do Instituto Eco Ambiental e Social. Com o patrocínio da MAHLE, via incentivo fiscal Proac-ICMS, a peça percorre cidades do interior paulista onde a empresa está presente – Mogi Guaçu, Limeira, Indaiatuba, São Bernardo do Campo e Jundiaí.

A força do voluntariado

Uma parceria de longa data firmada pela MAHLE é com a Associação Viva e Deixe Viver, que visa à humanização hospitalar por meio da formação de contadores de histórias. Hoje, são 130 voluntários da empresa que se dedicam a essa atividade. O objetivo do projeto é fomentar educação e cultura na saúde, por meio da leitura e da brincadeira, transformando a internação hospitalar de crianças e adolescentes em uma experiência menos traumática e mais leve, amena e terapêutica. É uma forma de contribuir para o bem-estar dos pacientes, familiares, equipe multidisciplinar e voluntários.

Os colaboradores do Centro Tecnológico de Jundiaí, que têm participação ativa no Viva e Deixe Viver, também atuam no projeto de voluntariado da Casa de Nazaré, instalada na mesma cidade e voltada ao amparo de crianças e jovens em situação de risco social. Lá, os profissionais da empresa desenvolvem atividades lúdicas para os internos e também o programa 5S, auxiliando no cuidado e na organização da estrutura da casa.

Em Itajubá, o projeto Pessoas de Brilho reúne quase 60 voluntários para uma atuação bem ampla, que vai da montagem e distribuição de cestas básicas para famílias de baixa renda até o auxílio na arrecadação de materiais de construção e na reforma de dependências de instituições da região.

Muitas são as iniciativas de voluntariado por todas as unidades da MAHLE, algumas delas envolvendo a doação de conhecimento. Em Mogi Guaçu, colaboradores da área de Tecnologia da Informação promoveram a inclusão digital de adultos no Assentamento Vergel, enquanto voluntários de Itajubá se mobilizaram para fortalecer o Easy English, projeto social que oferece aulas de inglês básico para os próprios colaboradores da unidade.

Esporte consciente

Além de caminhadas inclusivas e corridas em que há sempre a doação de alimentos não perecíveis para instituições beneficentes, a MAHLE desenvolve outras ações sociais no campo do esporte. É o caso do projeto Jovem Promessa, que atende 350 crianças e adolescentes entre 7 e 17 anos. Com realização pela Secretaria de Esportes e Turismo de Mogi Guaçu e patrocínio da empresa por meio da Lei Paulista de Incentivo ao Esporte, a iniciativa envolve atividades de handebol, vôlei, basquete, ginástica e judô.

Mais uma ação de destaque é a Atividade Física Adaptada (AFA), da Secretaria de Educação de Mogi Guaçu, que teve sua nona edição em setembro de 2014. Apoiada pelo Sesi, pela MAHLE e por outras empresas da região, busca incentivar a inclusão social e disseminar valores como o respeito às diferenças. Destina-se a cerca de 900 alunos de 24 escolas municipais de ensino fundamental da cidade, oferecendo oficinas, atividades e esportes adaptados como o futebol, voleibol sentado, basquete em cadeira de rodas, atletismo, capoeira e jogos de mesa.

Projeto Gente Nova

A MAHLE reconhece trabalhos sociais sérios, que somam anos de realizações e história. Um deles é o Projeto Gente Nova (PROGEN), criado há três décadas para desenvolver ações dirigidas a crianças e adolescentes em situação de risco social e violação de direitos.

Em 2014, a operação local e o Instituto MAHLE, a partir de ação conjunta com outras empresas, subsidiaram a construção da sede própria da unidade II Satélite, em Campinas. A instituição atende mais de 300 crianças e jovens, firmando-se como espaço de cidadania para o desenvolvimento integral dessa população e o fortalecimento de vínculos familiares e comunitários.

Prêmios, certificações e reconhecimentos

MAHLE Metal Leve, Brasil

Toyota Brasil	Quality Achievement Performance
Fipecafi	Prêmio Troféu Transparência / Fundação Instituto de Pesquisa Contábeis, Atuariais e Financeiras da USP (Fipecafi)

MAHLE Behr Gerenciamento Térmico Brasil, Arujá, Brasil

SAE Brasil	Menção Honrosa - Emissions

Jundiaí, SP

SAE Brasil	Menção Honrosa – Impact of lubricant viscosity and additives on engine fuel economy. Autores: Eduardo Tomanik, em parceria com Margareth Carvalho, da Infineum Brasil. Menção Honrosa – Folded metal and other surface parameters on combustion engine cylinders. Autores: Eduardo Tomanik, em parceria com Rafael Obara e Roberto Martins de Souza, da POLI-USP.
AEA 	8º Prêmio Meio Ambiente, categoria Tecnologia Otto. Low Friction Components for Reduced Fuel Consumption on Flex Fuel Engines. Autores: Eduardo Tomanik, João Rafel Dezotti e Luiz Otavio Moretti Gomes / Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA). Menção Honrosa – Categoria Acadêmica. Morfologia de Recobrimentos CrN/NbN Nanoestruturados Depositados por PVD. Autores: Juliano Avelar Araujo em parceria com André Paulo Tschiptschin, Nelson Batista de Lima e Roberto Martins de Souza, do Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN) / Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA). Menção Honrosa – Categoria Responsabilidade Social. Contadores de História: Educação e Cultura na Saúde. Autores: Graziela Tamayosi e Luana Gonçalves Mendes da Costa, em parceria com Valdir Cimino, da Associação Viva e Deixe Viver / Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA).
Prêmio Rei	Revista Automotive Business – Categoria Powertrain. Nova unidade de potência para o Inovar-Auto. Autor: Eduardo Nocera. Trabalho classificado entre os 70 finalistas.

Mogi Guaçu, SP

PSA Peugeot	Supplier Award for Industrial Excellence / PSA Peugeot Citroën do Brasil
John Deere	Achieving Excellence - In Recognition of Partner-level Performance 2013 / John Deere Power Systems
Volvo	Diploma de Excelente Fornecedor 2012-2014 / Volvo Cars, Suécia
Cummins	Melhor Fornecedor de Componentes para os Motores Cummins / Melhor Fornecedor da Cummins em 2014
Hyundai	Prêmio Excellence in Quality

Itajubá, SP

Cummins	Melhor Fornecedor da Cummins em 2014
MAHLE Aftermarket GmbH	Melhor Fornecedor interno em 2014

São Bernardo do Campo, SP

Cummins	Melhor Fornecedor da Cummins em 2014

Limeira, SP

Inova	Editora Novo Mundo
Everest	Prêmio Everest / Process Improvement / Customer Service

LABOR
Excelência em qualidade

A arte de bem viver

Atuar de forma integrada e com sinergia está no DNA da MAHLE, que sempre busca alternativas para otimizar esforços e alcançar resultados robustos e consistentes. No campo da saúde e da qualidade de vida, a máxima também se aplica, com iniciativas que muitas vezes ganham perspectiva mais abrangente. É assim que uma corrida de rua se mescla à diversão engajada e permite exercitar não apenas o físico, mas também a cidadania.

A MAHLE adota o conceito integral de saúde, considerando que bem-estar envolve aspectos físicos, mentais, psicológicos e outras dimensões, como controle financeiro, convívio social, arte, cultura e lazer. É nessa medida que, além de programas internos estruturados e contínuos, a empresa viabiliza parcerias e patrocina ações que criam oportunidades para um cotidiano mais saudável e com maior qualidade de vida, tanto para o colaborador quanto para seus familiares.

Saúde e educação

Nos últimos dois anos a MAHLE procedeu a uma ampla atualização do perfil de saúde de seus colaboradores, trabalho que trouxe subsídios para a criação de grupos de controle em diferentes patologias, entre elas obesidade, hipertensão e diabetes. O levantamento orientou a estruturação de campanhas preventivas e de programas específicos, muitos deles dirigidos também ao núcleo familiar, a exemplo do que trata da prevenção ao uso de álcool e de outras drogas. Com um esforço maior nessa área em 2013, os avanços já puderam ser notados ao longo de 2014, com o crescimento de cinco pontos percentuais no índice de adesão espontânea a essa iniciativa.

Criar hábitos saudáveis é um esforço constante. A ginástica laboral, que proporciona melhor adequação musculoesquelética para as rotinas do dia a dia, é realizada antes, durante e após as tarefas diárias, e conta com educadores físicos ou mesmo colaboradores devidamente capacitados para replicar os exercícios programados. Outro ponto de atenção diz respeito à nutrição. Em 2014, uma ação de peso foi a campanha De grão em grão a gente faz a diferença, que trabalhou a conscientização para evitar o desperdício de alimentos e, ao mesmo tempo, incentivou a adoção de uma dieta mais equilibrada e de melhor qualidade.

Cuidado constante

A MAHLE mantém em todas as suas unidades no Brasil ambulatórios com equipe formada por médico do trabalho, enfermeiro e auxiliares aptos a atender necessidades ocupacionais e prestar primeiros socorros.

No tocante a rotinas ocupacionais, a empresa contabilizou em 2014 mais de 9 mil atendimentos, entre consultas médicas, exames periódicos, admissionais ou de retorno ao trabalho. No âmbito da enfermagem, foram 36.842 atendimentos, tanto de rotina como pré-ocupacionais. Já nos ambulatórios ocorreram milhares de exames laboratoriais, incluindo os de caráter preventivo para monitorar a saúde dos colaboradores e aqueles destinados ao cumprimento das Normas Regulamentadoras de Segurança e Saúde do Trabalho (NRs).

Corridas inclusivas

O incentivo à atividade física conheceu avanços em 2014. A frequência diária no Espaço Fitness da unidade de Mogi Guaçu teve aumento de 16% de um ano para outro, com as dependências recebendo mais de uma centena de pessoas a cada dia. Já o Clube MAHLE, no mesmo local, incentivou colaboradores e familiares a participar da 1ª Ação Indústria MAHLE, realizada pelo Sesi no início de agosto. Jogos, ginástica funcional, teste de glicemia e orientação odontológica foram algumas das atrações, bem como atividades de lazer, recreação e cuidados de beleza. O evento recebeu 1.347 visitantes, que contribuíram com doações de alimentos não perecíveis encaminhados a entidades assistenciais da cidade.

Em Itajubá, o Sesi utiliza a boa estrutura da Área de Lazer para realizar partidas dos Jogos Industriais. Trata-se de um equipamento de lazer composto por academia de ginástica, campos de futebol, quadra poliesportiva, quiosques, salão de festas e parquinho. Para otimizar o uso das dependências e organizar torneios internos de sinuca, futebol de campo e outras modalidades, o espaço conta com administração de empresa especializada.

Muitos foram os eventos esportivos que tiveram efetiva participação dos colaboradores-atletas e de seus familiares. Os destaques ficam com o Circuito Cidades Paulistas de Corrida de Rua e Caminhada; a Corrida Ainda, realizada pela Associação Integrada de Deficientes e Amigos; e as Corridas Inclusivas, nas quais 25% das 2 mil vagas foram destinadas a concorrentes com algum tipo de deficiência. Essa e outras oportunidades receberam patrocínio da MAHLE, por meio do bom uso de recursos viabilizados pelas leis de incentivo. Várias iniciativas envolveram doações de alimentos, unindo atividade física e ação social.

MAHLE

Ecoeficiência, compromisso inadiável

Fazer mais e melhor, com menos recursos e maior eficiência, é um desafio que se impõe a toda organização comprometida com a perenidade, tanto do ponto de vista do seu próprio negócio como na perspectiva da responsabilidade de cada indivíduo e cada empresa com relação ao futuro do planeta.

A MAHLE persegue a ecoeficiência e está empenhada em diminuir sua pegada ecológica, ou seja, o impacto de suas atividades no meio ambiente, por meio de programas e diretrizes que visam alcançar resultados significativos nos pilares ambiental, social e econômico-financeiro, o tripé que fundamenta as boas práticas em sustentabilidade. Nessa medida, a empresa tem priorizado o uso racional e consciente dos insumos produtivos e não produtivos, em alinhamento com o conceito que preconiza atenção total aos 3 R's – Reduzir, Reutilizar e Reciclar. De inovações tecnológicas limpas à promoção de mudanças comportamentais, todos os esforços são empreendidos rumo à excelência e à superação.

Desde 2009, as áreas de meio ambiente e de segurança do trabalho foram organizadas na MAHLE sob um mesmo guarda-chuva, o Sistema de Gestão Integrado (SGI). A junção propiciou um ganho de sinergia, e o compartilhamento de especialidades viabilizou uma atuação mais abrangente e ágil.

Sem desperdício

Em 2011, a MAHLE América do Sul lançou uma iniciativa voltada à otimização do uso de recursos naturais e ao combate do desperdício. Surgia assim o Programa *Waste Management*, implantado em dez unidades da região, a maioria delas no Brasil. Aliada à preocupação ambiental e ao compromisso social, havia também questões relacionadas ao pilar financeiro da sustentabilidade, tendo em vista diminuir custos, melhorar o desempenho e maximizar receitas. Ao longo de 2014, em virtude da conjuntura econômica brasileira, esse aspecto ganhou evidência, com a priorização dos projetos de maior retorno, em menor espaço de tempo. Três pontos centrais do programa orientaram as ações do período:

1. Adoção de tecnologias internacionalmente reconhecidas de forma a promover o uso otimizado de recursos naturais internos, tendo em vista a melhoria de desempenho dos processos;
2. Identificação de sinergias e oportunidades de reúso interplantas e interprocessos;
3. Maximização das receitas a partir da melhor transformação da matéria-prima e consequente redução de custos, bem como com o reaproveitamento e a venda de resíduos.

Desde o nascimento até o final do ano de 2014, o programa *Waste Management* alavancou ações expressivas, que resultaram na conquista de ganhos ambientais reais, tais como:

Redução de consumo	2.828 toneladas em matéria-prima 554 toneladas em produtos químicos 861 toneladas em materiais auxiliares
Substituição de produtos químicos perigosos	4 toneladas
Redução de disposição de resíduos em aterro	733 toneladas
Adoção de melhores tecnologias para tratamento de resíduos	4.373 toneladas
Redução de geração de efluentes	6.269 m³
Redução de geração de resíduos	12.224 toneladas
Redução de consumo de água	20.929 m³

Outro ganho no âmbito ambiental foi a ampliação da consciência dos colaboradores e a adoção de comportamentos e atitudes mais responsáveis, dentro e fora da empresa. Do ponto de vista social, o programa tem contribuído para a criação de novos empregos e a geração de renda ligada a processos de reciclagem. No aspecto econômico, os benefícios incluem a diminuição do uso dos recursos naturais, viabilizada pelo melhor aproveitamento dos insumos.

No processo evolutivo do Programa *Waste Management*, vale destacar um esforço de 2013 que teve grandes repercussões no período seguinte. Trata-se da iniciativa Blitz de Oportunidades, na qual especialistas multidisciplinares se dirigiram a outras unidades que não as suas de origem para, com uma nova perspectiva e sem os vícios da rotina cotidiana, verificar possibilidades de aprimoramento. Dessa ronda surgiram cerca de 230 novos projetos para estudo de viabilidade, com a implantação daqueles que foram aprovados.

Para a MAHLE, atuar na busca de ganhos ambientais, coletivos e abrangentes, significa trabalhar na essência e não somente no resultado. As práticas identificadas e fomentadas pelo Programa *Waste Management* se legitimam, portanto, como iniciativas sustentáveis e economicamente viáveis, traduzindo o respeito da companhia à natureza e seu comprometimento com o futuro da humanidade e do planeta.

Segurança, um bem maior

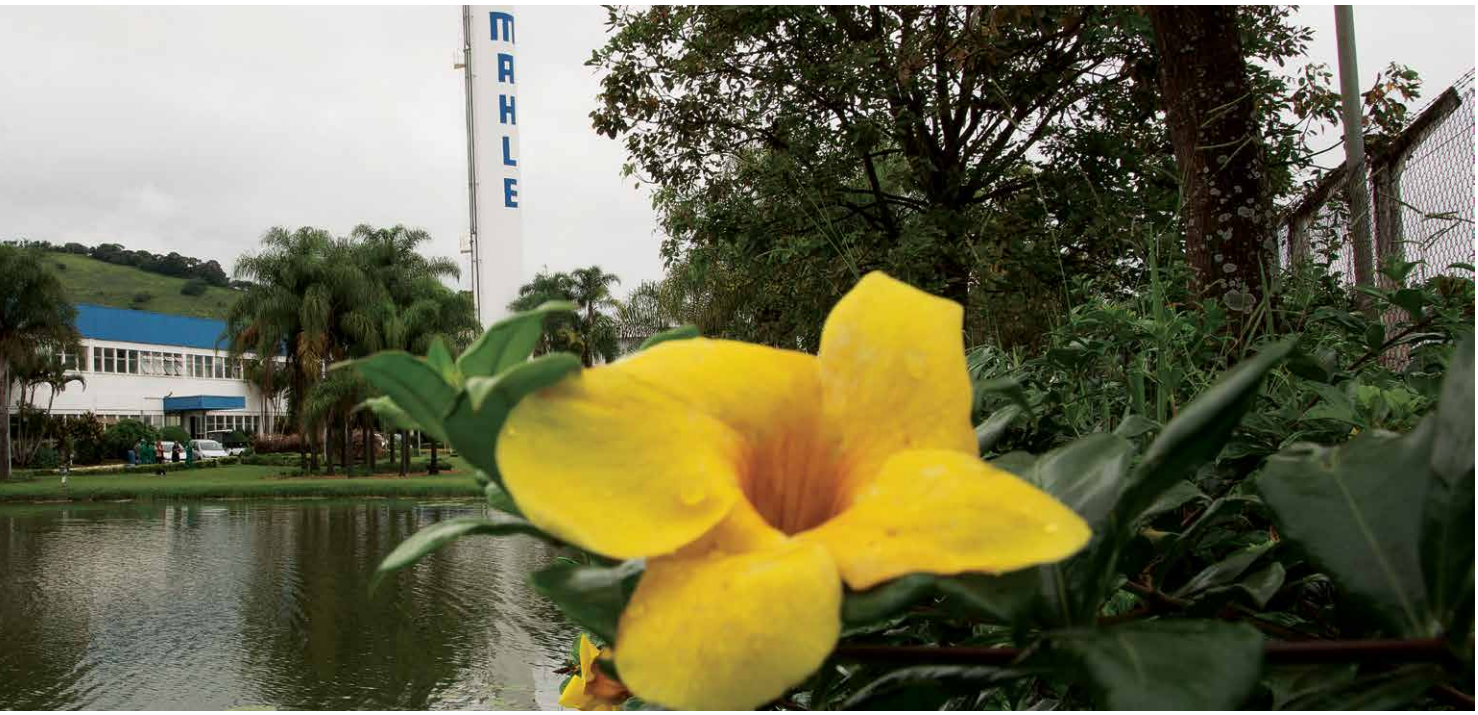
O grupo MAHLE atua fortemente na conscientização de seus colaboradores, e o foco prioritário está na prevenção, a fim de eliminar riscos e evitar acidentes que possam trazer danos à segurança e ao bem-estar dos profissionais. O incentivo é para que eles estejam alertas e sejam proativos, evitando situações de perigo não apenas nas dependências da empresa, mas também na comunidade em que vivem e dentro de casa, zelando pela integridade de suas famílias.

Capacitação permanece uma estratégia eficaz para mobilizar as pessoas, e em 2014 a MAHLE manteve os investimentos no preparo e no desenvolvimento de suas pessoas, promovendo mais de 80 mil horas de treinamentos em temas relacionados a meio ambiente e a segurança do trabalho. As iniciativas vão muito além das exigências legais, incluindo treinamentos comportamentais para sensibilização e conscientização de todos os colaboradores para a adoção de atitudes seguras e responsáveis.

Programa Coopere

Ao término de cada jornada, o mais importante é poder voltar bem para casa. Isso significa efetivamente brindar a vida, retornando com segurança para o convívio familiar. Por vezes, um detalhe ou uma breve desatenção podem desencadear o perigo e provocar uma situação insegura. Para evitar situações de risco, a MAHLE conta com o Coopere, programa de segurança comportamental que traz à tona inquietações quanto a comportamentos inseguros, a partir do estímulo à colaboração e à responsabilidade coletiva pelo bem-estar de todos. Há o incentivo para que cada um apure o olhar para os afazeres do dia a dia, observando os colegas de forma a cooperar e zelar pela segurança no ambiente de trabalho.

Como instrumento para uma observação mais sensível, foi criado um cartão de reporte, no qual o colaborador des-



creve o risco, indica seu potencial de lesão em uma escala que prevê os níveis baixo, médio e alto, e assinala os aspectos comportamentais que contribuíram para o comportamento inseguro – pressa, desapontamento (frustração), cansaço e excesso de confiança. A título de orientação e não de qualquer tipo de repreensão, solicita-se que seja identificado o agente da situação de risco, seja ele o próprio relator ou outro profissional da empresa.

Implantado inicialmente na unidade BU1 Mogi Guaçu, na minifábrica de Fundição de Ferro e Fundição de Alumínio, o Programa Coopere possibilitou o mapeamento dos principais comportamentos de risco, gerando um trabalho intenso de conscientização feito ao longo de mais de 350 reuniões de diálogo com os colaboradores das áreas envolvidas.

SIPAT

Segurança no trânsito foi o mote da edição 2014 da Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho (SIPAT). Para envolver os colaboradores desde o início, a MAHLE promoveu concurso para definir o slogan do evento. "A imprudência é de alguns, a consciência, de poucos, mas a segurança no trânsito é dever de todos", de autoria de Valter Batista Fortes, da minifábrica de pré-usinagem de Itajubá, foi a frase vencedora.

O destaque da programação ficou por conta do stand up *Pé no Freio*. A abordagem lúdica permitiu tratar de um tema sério, que envolve a preservação de vidas, mesclando a seriedade da mensagem com a leveza da forma, o que imprimiu assertividade à iniciativa. As apresentações, ocorridas em diferentes unidades, alcançaram aproximadamente 7,5 mil colaboradores do Grupo MAHLE no Brasil.

Direção defensiva, excesso de velocidade, acidentes de trânsito e muitas outras situações às quais todos ficam expostos, seja na condição de motorista, seja na de pedestre, foram tratadas na peça, que também incluiu questões internas, a exemplo do uso do estacionamento e do respeito às faixas de pedestres sinalizadas nas fábricas. Adicionalmente, houve distribuição de folder contendo um jogo de segurança, peça que também utilizou o aspecto lúdico para passar informações relevantes sobre a prevenção de acidentes no trânsito.

Visitas técnicas

Compartilhar conhecimento faz parte do jeito de ser da MAHLE, que tem atuação significativa em diversos projetos socioambientais estendidos à comunidade. A empresa incentiva que seus profissionais busquem fazer de suas atividades diárias uma referência para a sociedade e estimula a abertura para o intercâmbio de informações e para a difusão das boas práticas, mantendo as portas abertas para visitas técnicas de faculdades e escolas de nível técnico.

Alunos do curso de pós-graduação em Gestão Integrada de Meio Ambiente, Segurança e Saúde do Trabalho do Senac de Campinas compareceram à unidade MAHLE de Mogi Guaçu em 2014, obtendo informações sobre políticas e práticas da empresa na área. A visita técnica incluiu acesso às instalações de reúso de água, às estações de tratamento de efluentes, ao sistema de recuperação de cavacos, ao pátio de resíduos e aos processos produtivos, em um exercício corporativo de colaborar para a formação de jovens profissionais mais conscientes e comprometidos com a sustentabilidade e a segurança do trabalho.

O valor da comunicação

Estabelecer uma interação aberta, clara, objetiva, transparente e eficaz com seus colaboradores e com os diversos públicos de interesse é tão primordial para a MAHLE que um dos dezesseis valores corporativos é precisamente a comunicação. A definição é explícita: como empresa global, o empenho está em buscar alternativas para acelerar o fluxo das informações, ampliar o conhecimento organizacional e promover maior conexão entre as pessoas e as culturas.

Há a preocupação de explicitar políticas e práticas, de modo a não deixar dúvidas quanto aos mecanismos de funcionamento da empresa e à sua forma de ser e fazer negócios. Nessa medida, todo colaborador, assim que contratado, recebe o Regulamento Interno, documento que integra o contrato individual de trabalho. Nele estão detalhadas as normas que regem as relações entre as partes, o que contribui para a construção de relacionamentos harmônicos, em prol de interesses e objetivos comuns.

Outro instrumento da maior importância, apresentado de imediato aos recém-contratados e revisitado periodicamente em campanhas internas, é o Código de Ética MAHLE. Além de dispor sobre os princípios que orientam o trabalho e as relações na empresa, o documento define a conduta ética esperada de cada profissional no exercício de suas atividades e dispõe sobre as políticas e os valores corporativos, abordando também aspectos da responsabilidade da companhia nas comunidades em que está inserida.

Ética e conformidade, acima de tudo

Reafirmando a postura ética e o comprometimento de atuar em estrita conformidade com leis, acordos internacionais e contratos, em 2012 a MAHLE implementou mundialmente uma política específica de compliance para reger suas relações com a cadeia de valor, a esfera pública e outros interlocutores críticos. O primeiro passo envolveu o treinamento global e online de executivos e times de Vendas, Compras e demais setores diretamente envolvidos com clientes e fornecedores.

Em alinhamento com as diretrizes globais, a operação brasileira estruturou um documento para dar ampla ciência do tema a seus colaboradores e, em 2014, cuidou de proceder a uma divulgação abrangente. Para apoiar os gestores no processo, foram realizados treinamentos presenciais, ministrados pessoalmente pelos executivos que lideram as áreas de RH, Controles Internos, Compras e Relações com Investidores.

Na revista corporativa, compliance foi tema recorrente ao longo de 2014, incluindo matéria na qual a empresa não deixa dúvidas quanto à crença de que é melhor perder um negócio do que incorrer em conduta ilegal e antiética. Houve visibilidade também para um novo canal de comunicação que possibilita a colaboradores e parceiros o relato de situações em desacordo com as normas estabelecidas. Acessível pela intranet, no caso dos colaboradores, ou pela internet, para os demais, esse meio de contato trata os assuntos de forma profissional e sigilosa, preservando a identidade daquele que se manifestou. A questão é acolhida pelo Comitê de Ética, que dá o devido encaminhamento e cuida de fazer a devolutiva ao relator quanto às medidas tomadas.

O caminho do diálogo

Treinamentos cuidam de preparar os gestores para a interação face a face, prática que conta com o respaldo de ferramentas institucionais estruturadas em diferentes plataformas, das mais consagradas às mais novas e modernas ferramentas. Campanhas de endomarketing e outros recursos engrossam o arsenal para fazer fluir a informação e o processo de comunicação.

De ferramentas consagradas e tradicionais, como os quadros de comunicação, à praticidade da intranet, procura-se aproveitar ao máximo a potencialidade de cada canal. Os comunicados eletrônicos, que levam por e-mail informações estratégicas e dados essenciais para o trabalho cotidiano, permanecem eficientes. Nas páginas da revista MAHLE GLOBAL, publicação impressa trimestral, os colaboradores e suas famílias tomam conhecimento do que acontece na empresa local e globalmente, conferindo aspectos pertinentes à estratégia do negócio, os avanços em inovação e produtos, ações de responsabilidade socioambiental, eventos corporativos e histórias acerca das conquistas pessoais e profissionais dos profissionais da MAHLE.

Outra ferramenta de comunicação de extrema utilidade é o RH On-Line, que dá acesso a produtos e serviços de RH, bem como a informações úteis para o dia a dia de trabalho. Disponível pela internet, também pode ser acessado em totens de autosserviço distribuídos pelas unidades. Por meio do RH On-Line, é possível consultar escala de trabalho, folha de pagamento, holerite, avaliações de competência, cursos disponíveis, etc. O sistema é porta de entrada também para os serviços de apoio e os canais de comunicação Fale Conosco, Ética e Compliance.

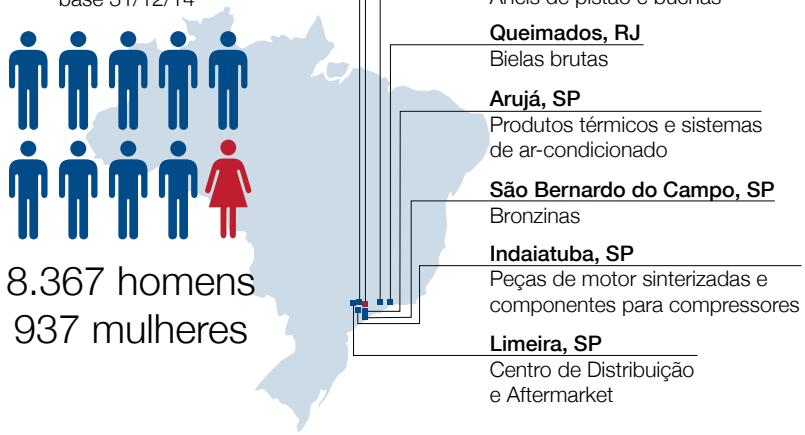
Outra iniciativa importante é o Café com Gestor, encontro entre o gerente da planta ou o diretor da unidade e um grupo previamente selecionado, tendo como mote o cenário conjuntural e temas pertinentes ao trabalho, com espaço para esclarecimento de dúvidas.

Assim somos nós

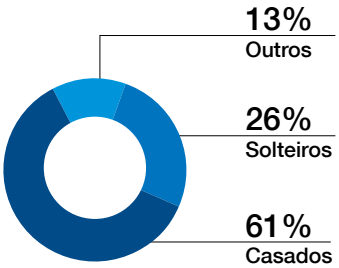
A MAHLE Brasil integra a operação sul-americana da companhia, juntamente com as unidades produtivas da Argentina. Juntos, os dois países empregam mais de 10 mil profissionais, sendo que em solo brasileiro se concentra a grande maioria dos trabalhadores da região: 9.304 pessoas. Esse contingente se divide em sete fábricas, Centro Tecnológico e Centro de Distribuição, negócios distribuídos por oito cidades de três estados da porção Sudeste do país.

MAHLE Brasil

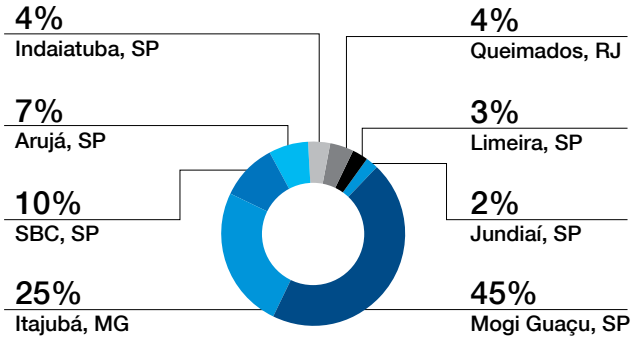
9.304
colaboradores
base 31/12/14



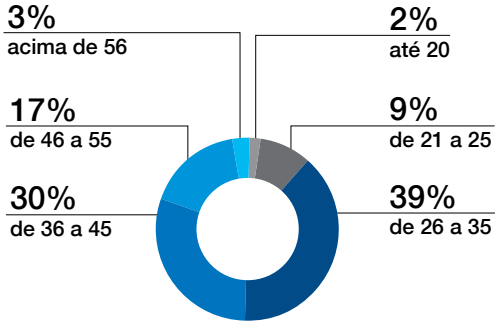
Estado Civil



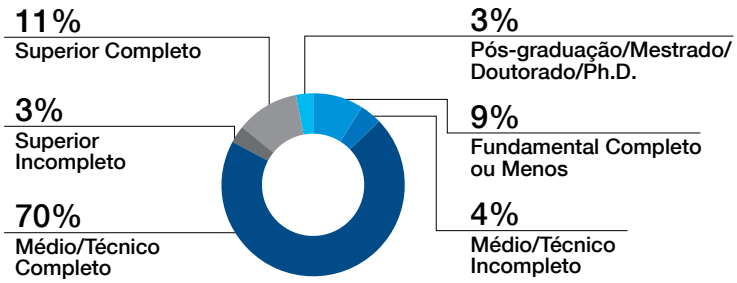
Distribuição dos colaboradores (por unidade)



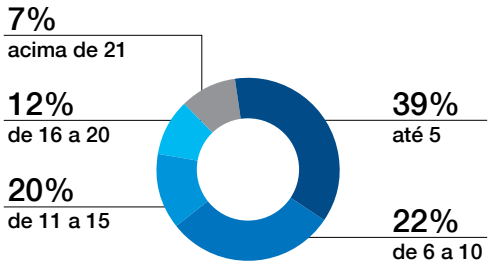
Faixa etária (anos)



Nível de instrução



Tempo de casa (anos)



Grupo MAHLE Brasil

As unidades da MAHLE no Brasil estão localizadas na região Sudeste, em três estados: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

São Paulo

Mogi Guaçu	Av. Ernst Mahle, 2000, Mombaça, CEP 13846-146
MAHLE Metal Leve S.A. Tel. +55 19 3861-9100	Inaugurada em 1981, é a maior unidade do grupo MAHLE no Brasil. Produz pistões, camisas de cilindro, pinos de pistão, bielas e eixos de comando de válvula.
MAHLE Metal Leve S.A. Filtros Tel. +55 19 3861-9572	Inaugurada em 2000, desenvolve produtos e sistemas completos (filtros de ar, óleo, combustível, ar para cabine), Canister com carvão ativado e separadores de óleo.
MAHLE Filtroil Ind. e Comércio de Filtros Ltda. Tel. +55 19 3861-9572	Resultado de joint venture realizada em 2007, produz e comercializa filtros para diesel voltados a postos de combustível.
MAHLE Industry do Brasil Ltda. Tel. +55 19 3861-9100	Inaugurada em 2011, produz e comercializa filtros (hidráulicos, de processo, separadores de água/óleo), bem como sistemas de filtragem para água de lastro e cabines de despoeiramento.

Jundiaí	Rodovia Anhanguera Km 49,7, CEP: 13.210-877, Caixa Postal: 3534
MAHLE Metal Leve S.A. Tel. +55 11 4589-0400	Inaugurado em 2008, o Centro Tecnológico (CT) desenvolve componentes e soluções tecnológicas para motores de combustão.

Limeira	Rodovia Engenheiro João Tosello, Km 96, CEP:13486-264
MAHLE Metal Leve SA Tel. +55 19 3404-7770	Inaugurado em 2014 um novo centro de distribuição que dobrou a sua capacidade logística para atender o mercado de reposição nacional e também internacional, via exportação. Disponibiliza produtos para manutenção e reparação de motores de veículos.

Arujá	Estrada dos Fernandes, 510, Mirante, CEP:07400-970
MAHLE Behr Gerenciamento Térmico Brasil Ltda. Tel. +55 11 4562-0300	Pertencente ao Grupo Behr, passou ao controle integral da MAHLE em 2013. Fábrica de sistemas e componentes de refrigeração e ar-condicionado veiculares para aplicação em veículos de passeio, utilitários, ônibus, caminhões e máquinas agrícolas.

Indaiatuba	Rodovia Santos Dumont Km 57,2, CEP: 13330-970 / Caixa Postal: 133
MAHLE Metal Leve Miba Sinterizados Ltda. Tel. +55 19 3834-9911	Fruto de joint venture com a austríaca MIBA em 1998, produz ressaltos, polias, componentes VVT, rodas dentadas de correntes, mancais, sincronizadores, cubos, anéis sincronizadores, garfos turnos, bielas, placas de válvulas, pistões.

São Bernardo do Campo	Av. 31 de Março, 2000, Jd. Borborema, CEP: 09660-000
MAHLE Metal Leve S.A. Tel. +55 11 4173-0758	Localizada no maior centro industrial do país, produz bronzinas planas e flangeadas. Em atividade desde 1981, foi adquirida pelo grupo MAHLE em 1996.

Minas Gerais

Itajubá	Av.: Tiradentes, 251, Distrito Industrial Sérgio Pacheco, CEP: 37504-088
MAHLE Metal Leve S.A. Tel. +55 35 3629-4000	Antiga fábrica de anéis de pistão da Cofap, adquirida em 1996, consolidou a liderança do Grupo MAHLE na produção de anéis de pistão no Brasil. Desde 2005, a unidade se dedica também à fabricação de buchas.

Rio de Janeiro

Queimados	Rod. Presidente Dutra, 12240 KM 190, CEP: 26390-410
MAHLE Hirschvogel Forjas S.A. Tel. +55 21 2139-0601	Juntamente com a alemã Hirschvogel Umformtechnik GmbH a MAHLE estabeleceu em 2008 uma joint venture com a Forjas Brasileiras SA, sediada em Queimados (RJ). Os processos de forjamento envolvem produtos como bielas, sistemas de injeção de combustível, cruzetas, eixos, braços, links para correias transportadoras, entre outros.

MAHLE

Driven by performance

www.mahle.com.br