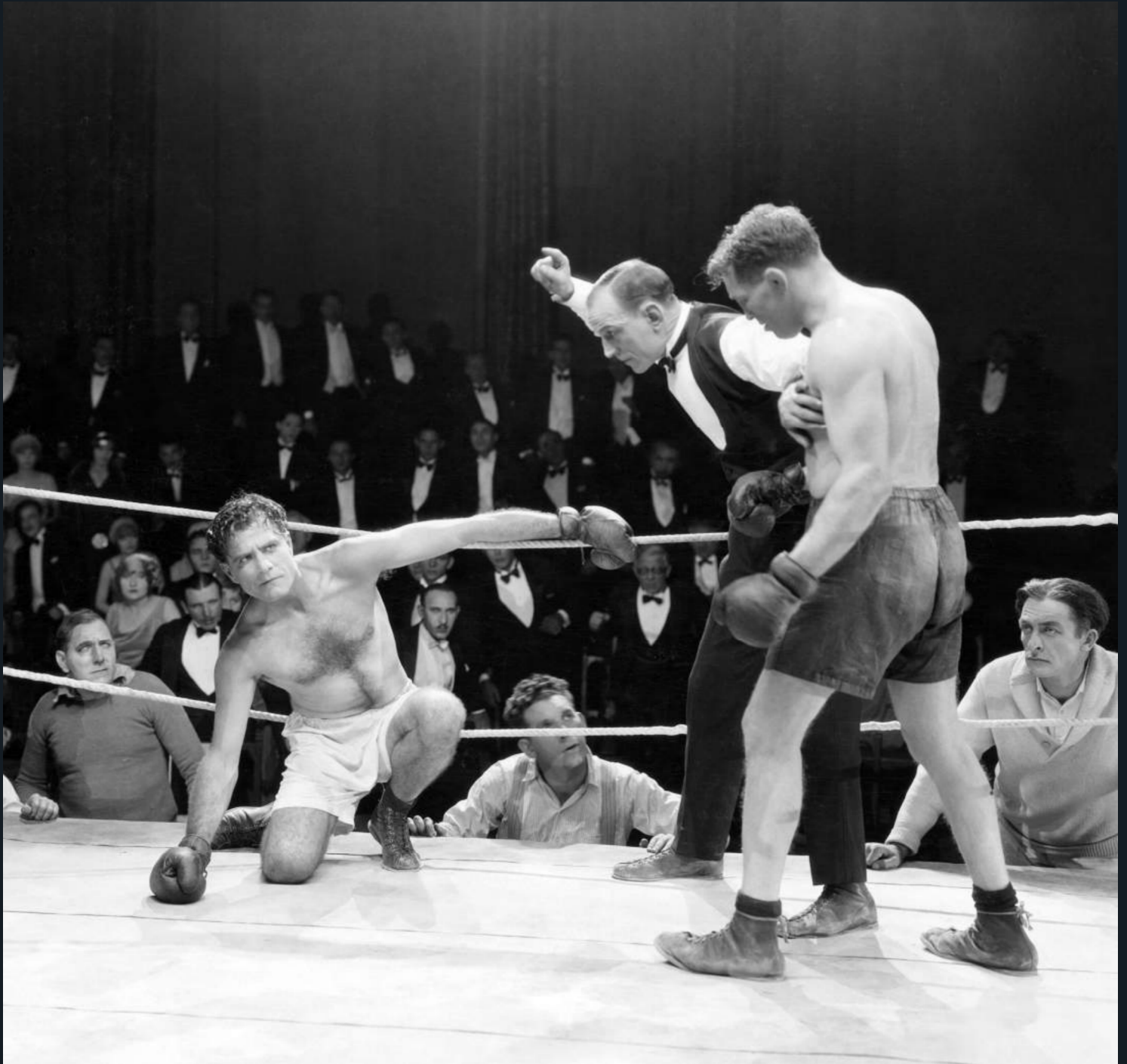


Ano 26 Fevereiro 2018 Edição 341

AUTO DATA



From the Top
Pablo Di Si, presidente
da Volkswagen



Nessa edição
revelamos os
bastidores da luta
para o novo regime
automotivo não se
tornar uma

DERROTA 2030

A primazia global de produzir e lançar com exclusividade o Virtus quer dizer muito sobre a nova Volkswagen do Brasil. A começar pela excelência na produção desse sedã na fábrica Anchieta, São Bernardo do Campo, SP: R\$ 2,6 bilhões revitalizaram a histórica unidade, que atualmente trabalha em três turnos com tecnologia de manufatura de ponta. E produzindo dois novos produtos mundiais que, espera a VW, ajudarão a retomar a liderança no Brasil e o protagonismo na América Latina e Caribe, a região SAM, com 29 países.

O Virtus é apenas o segundo de vinte modelos que serão lançados no Brasil nos próximos dois anos, muitos deles inéditos – como o T-Cross, o primeiro SUV nacional da VW (veja box). O aporte total, R\$ 7 bilhões de 2016 a 2020, demonstra a importância do Brasil, terceira maior operação global, nos planos Volkswagen.

"Estamos nos preparando para reto-

As virtudes do Virtus

Em latim o nome do novo sedã significa virtude e poder, duas associações que fazem muito sentido na estratégia VW de retomar a liderança de vendas no Brasil



Divulgação/VW

mar o protagonismo de um passado não tão distante. Por isso, além da ofensiva de produtos e um novo posicionamento da marca com os clientes e os funcionários, já estamos trabalhando para tornar viável o próximo ciclo de investimentos”, revela Pablo Di Si, presidente para o Brasil e América do Sul.

CRESCER NAS AMÉRICAS

Além do mercado interno, o maior exportador da indústria automotiva brasileira está direcionando seus esforços para ganhar participação em mercados que algum tempo atrás não tinham tanta relevância na estratégia da companhia. Além de produtos inéditos, como Polo e Virtus, mudança conceitual importante é a forma como as equipes estão debruçadas no crescimento da marca em outros países:

“Temos um núcleo reunido em São Bernardo do Campo que estuda e define o portfólio para cada país da região, além de trabalhar outros atributos como o desenvolvimento da marca, a rede de concessionários, a forma como os veículos são vendidos para aquele cliente específico e como será o atendimento pós-venda. Podemos dizer que é um olhar customizado para cada especificidade”, explica Thomas Owsianski, vice-presidente de vendas e marketing para a América do Sul.

Em 2017 as exportações da VW chegaram a 163,3 mil unidades, salto de 52% ante 2016, acima da média da indústria, 46,5% e maior volume da história, 762 mil unidades. Di Si espera que o Virtus possa contribuir para aumentar o volume de embarques VW em 2018. “Estou otimista, acredito que fecharemos novos acordos de exportação este ano em todo o mundo.”

A estratégia de exportação da VW não se resume aos veículos prontos: não só a Anchieta mas todas as fábricas da companhia no Brasil também estão capacitadas a fornecer componentes para o resto do mundo. O primeiro caso é a exportação de motores EA211 1.4 TSI produzidos em São Carlos, SP, para equipar Jetta, Golf e Golf Variant feitos no México. Um contrato de



Plataforma MQB sustentará também boa parte da estratégia local Volkswagen para SUVs

250 mil motores brasileiros que serão exportados até 2020.

Di Si também comemora ainda um segundo contrato de motores a partir de São Carlos, este com a Alemanha, a partir de 2019. Ainda estão em definição volumes e prazos de fornecimento.

CRESCER NO BRASIL

A expectativa da VW é ambiciosa com o Virtus: “Queremos ser líderes no segmento de sedãs compactos premium”. Nessa conta Di Si considera que as três versões do Virtus, MSI 1.6, Confortline e Highline 200 TSI, possam disputar clientes que vão desde os sedãs de entrada, como Hyundai HB20S, até os médios, como Toyota Corolla e também o próprio VW Jetta.

Assim, a matemática do executivo resulta em até três mil Virtus negociados ao mês. Contando com o novo sedã e o bom desempenho do Polo, Di Si abre um enorme sorriso de otimismo quando o tema são as previsões para 2018.

“No último seminário de AutoData [em outubro de 2017] estimei um crescimento do mercado total em 10%. Creio que foi uma projeção conservadora. Ali eu estava há uma semana no Brasil, tinha acabado de chegar. Agora, passados alguns meses, acredito em incremento de até 15% este ano, com a VW crescendo mais que a média do mercado. Com o Polo e agora o Virtus vamos buscar a vice-liderança de vendas em 2018”.



SEDÃ BRASILEIRO

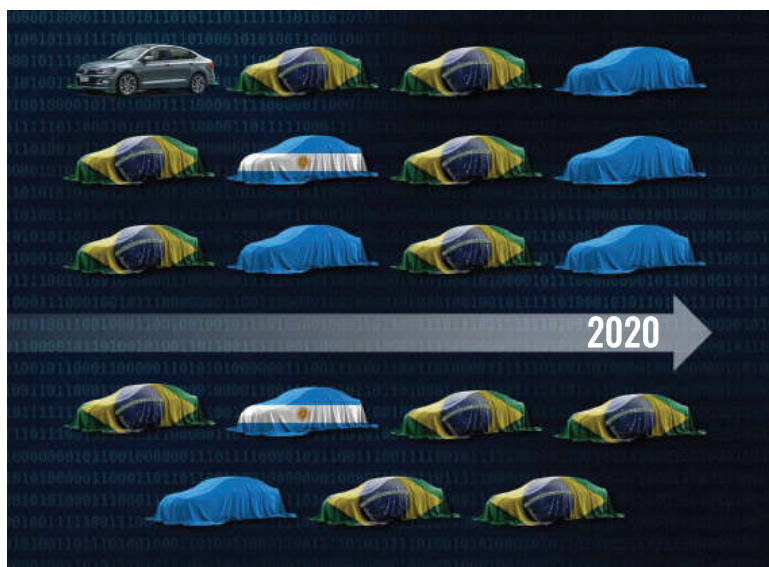
O Virtus é mais um fruto da versátil plataforma MQB, que lhe confere ótimo espaço interno por conta da distância entre-eixos de 2,65 metros – exatamente a medida do Jetta e 8,6 cm além do Polo – e um dos maiores porta-malas da categoria, com 521 litros.

O design, criado especificamente para agradar o consumidor brasileiro, é assinado pela equipe liderada por José Carlos Pavone, chefe da área para América do Sul. Pavone e seu irmão gêmeo, Marco, construíram carreira na Volkswagen do Brasil – Marco Pavone é hoje o chefe de design exterior da VW no mundo.

Tudo bem que Pavone, líder do projeto, repetiu a dianteira do Polo no Virtus. O conjunto é que vai entrar na conta do cliente na faixa dos 40 anos, de acordo com estudos da fabricante. Um público até mais jovem pode encontrar no Virtus as virtudes esperadas para seu próximo carro novo. À primeira vista, o design realmente aguça a curiosidade.

Outro forte argumento é a segurança. No mesmo dia do lançamento foi divulgada a avaliação do Latin NCAP para o sedã, e a nota foi de cinco estrelas para todos os ocupantes. Nesse quesito a construção, compartilhada com o Polo, dono da mesma nota, adicionada de todos os equipamentos de segurança ativa e passiva de

Serão mais dezoito lançamentos VW aqui até 2020: onze fabricados no Brasil, dois na Argentina e cinco importados



VW E NEO RODAS. PRODUTOS DESENVOLVIDOS
NO BRASIL, PARA O BRASIL E PARA O MUNDO.



VW Divulgação

ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686

BEM-VINDO NOVO VW VIRTUS.

NEO
RODAS

www.neorodas.com.br



série, evidencia um novo padrão para os carros fabricados no País.

Ele também é o primeiro VW nacional a contar com um manual cognitivo: aplicando inteligência artificial com tecnologia IBM Watson – capaz de aprender com as perguntas e cruzamento de informações – esse sistema responde ao usuário questões sobre o veículo, incluindo todas as informações contidas no manual do proprietário, um primeiro passo para tornar o livreto provavelmente ultrapassado em alguns anos.

Para os fissurados em tecnologia esse manual cognitivo, associado à boa oferta do pacote de conectividade, herdado do Polo, pode ser um argumento e tanto de compra.

São três versões as do Virtus que che-

gam às lojas no início de fevereiro: MSI 1.6, a partir de R\$ 60 mil, Confortline 200 TSI, abrindo em R\$ 73,5 mil, e Highline 200 TSI, que começa em R\$ 80 mil. Com opcionais como o painel de instrumentos digital os preços podem aumentar em até R\$ 5 mil.

O conjunto da obra, como foi ressaltado durante a apresentação de lançamento, pode levar o Virtus ao topo da preferência nacional no que diz respeito a sedãs. Como argumentos de venda estão motores eficientes e desempenho digno da linhagem VW, construção primorosa, espaço, tecnologia e personalidade.

A expectativa da Volkswagen do Brasil no que diz respeito à preferência do consumidor dentro do mix ofertado é a de que as versões com motorização 200 TSI sejam as mais procuradas. ■

Os últimos poderão ser os primeiros

O ciclo de renovação do portfólio da VW é longo e posicionará a fabricante em 92% da oferta de modelos de veículos no País em 2020. Atualmente a VW está ausente em 30% do total dos diversos segmentos que compõem o mercado nacional, como, por exemplo, o dos SUV compactos.

Mas isso vai mudar: "Teremos o maior portfólio de SUVs do mercado", afirma Pablo Di Si, que reconhece escorregada na estratégia da fabricante em ficar ausente desse segmento até agora.

Dos vinte SUVs que serão lançados globalmente pela VW até 2022 cinco virão ao Brasil. O primeiro é o Tiguan Allspace, versão de sete lugares que será importada do México no primeiro semestre. A partir de agosto terá início a produção do compacto T-Cross em São José dos Pinhais, PR, com apresentação



já agendada para o Salão do Automóvel, em novembro. Está nos planos a produção de outro SUV inédito na Argentina para o segmento acima dos compactos, o Tarek. Ainda não ficou claro se ele chega este ano ou em 2019, mas é certo que será produzido na plataforma MQB – a mesma de Polo, Virtus e T-Cross. Um SUV ainda menor, também criado a partir da MQB, pode ser o quarto elemento dessa ofensiva, segundo Di Si.

Completa o quinteto um SUV grandalhão que vai substituir o Touareg. Especula-se que o Atlas, desenvolvido para o mercado estadunidense, deva ser o escolhido. "Até 2021 os SUVs devem representar de 25% a 30% das vendas totais, e estaremos muito bem posicionados para oferecer diversas opções ao consumidor." Atualmente a venda de SUVs no Brasil corresponde a 20% do mercado interno.