

Volkswagen do Brasil vem obtendo desempenho superior ao mercado em 2012

Gol caminha para 26º ano consecutivo na liderança de vendas no País, completando 50 anos de liderança de um modelo Volkswagen no mercado brasileiro (com 24 anos do Fusca)
. Volkswagen do Brasil torna-se a 2ª maior operação da marca Volkswagen no mundo, atrás apenas da China

A empresa acaba de conquistar o marco de 3 milhões de unidades exportadas para 147 países, reforçando posição de maior exportadora do setor automotivo brasileiro
A Volkswagen do Brasil caminha para um fechamento bastante positivo em 2012. A empresa tem mantido um desempenho de vendas acima do mercado nacional, com 635.791 unidades vendidas entre janeiro e outubro, 10,8% acima do registrado no mesmo período em 2011, enquanto o mercado cresceu 7,2%, e segue para o 26º ano consecutivo da liderança do Gol nas vendas no País. Com esse novo recorde, a empresa conquistará o marco de 50 anos de liderança de um modelo Volkswagen no mercado brasileiro (somados aos 24 anos do Fusca). A expectativa de vendas da marca no fechamento de 2012 é de um total de mais de 770 mil unidades comercializadas no mercado brasileiro, sendo que só o segmento de comerciais leves deve responder por 115 mil unidades. A expectativa de produção da Volkswagen no Brasil, até o fechamento de 2012, é de chegar a 850 mil unidades (superior às 828.444 em 2011), registrando um novo recorde histórico no País. Em 10 anos (2003-2012) o volume de produção irá praticamente dobrar, saltando de 490.880 para a provável marca de 850 mil unidades em 2012.
“Em 2012 a Volkswagen do Brasil está se consolidando mais uma vez como a maior fabricante e maior exportadora de veículos do País, comemorando mais um ano de liderança de vendas do Gol. Ao longo de quase seis décadas de atividades no Brasil, temos dado uma expressiva contribuição ao desenvolvimento do País, por meio de nossas operações, que têm apoiado o

aumento da relevância do mercado brasileiro internacionalmente. O Brasil é peça fundamental para a estratégia mundial do Grupo Volkswagen, de se tornar líder global até 2018, e em 2013, no ano em que completaremos 60 anos no País, trabalharemos para ampliar ainda mais a participação brasileira nas operações mundiais da marca", diz Thomas Schmall, presidente da Volkswagen do Brasil.

Somente no mês de outubro, com 70.561 unidades emplacadas, a marca superou em 14,2% as vendas em relação ao mês de setembro de 2012. No entanto, o melhor mês em vendas para a marca ainda continua sendo agosto, quando registrou recorde histórico, com 88.748 unidades.

De janeiro a outubro, o segmento de automóveis de passeio a Volkswagen totalizou 539.027 unidades comercializadas, apresentando um crescimento de 12% em relação ao mesmo período 2011. Só no mês de outubro, as vendas da marca atingiram 59.810 unidades no segmento, com aumento de 34% em relação a outubro de 2011.

O modelo mais vendido do mercado brasileiro continua sendo Gol, com praticamente 26 anos consecutivos de liderança, com 263.901 unidades no período de janeiro a 29 de novembro de 2012. São 28.142 unidades acima do segundo colocado em vendas. Em 2012, o modelo conquistou o marco de 7 milhões de unidades produzidas no País, consolidando-se como o veículo mais produzido, comercializado e exportado do Brasil.

No segmento de comerciais leves, a Volkswagen apresentou crescimento de 4,7% nos primeiros dez meses do ano, com 96.764 unidades emplacadas. Só em outubro de 2012, com 10.751 unidades comercializadas dos modelos Saveiro, Kombi, Amarok e Tiguan, a marca aumentou em 24,3% as vendas no segmento em relação a outubro do ano passado.

Entre janeiro e outubro de 2012 foram produzidas 724.042 unidades nas três fábricas da empresa no País, 4% acima do fabricado no mesmo período em 2011 (697.103). Em maio desse ano, a Volkswagen do Brasil conquistou o marco histórico de 20 milhões de veículos produzidos desde o início de suas operações no País.

Relevância internacional

Esse desempenho impulsionou a Volkswagen do Brasil a se tornar a 2ª maior operação da marca Volkswagen no mundo, atrás apenas da China, e 3ª maior operação do Grupo Volkswagen globalmente. A relevância do mercado brasileiro ficou comprovada pela participação marcante da Volkswagen no Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, evento que ganhou neste ano uma projeção maior no cenário global, sendo inserido no grupo dos grandes salões do mundo. Pela primeira vez, foi promovido o Group Media Night no Brasil, que reuniu representantes de marcas que integram o Grupo Volkswagen, além de membros do board do Grupo Volkswagen e mais de 300 jornalistas nacionais e internacionais.

O Group Media Night, realizado na cidade de São Paulo, contou com apresentações do presidente do mundial do Grupo Volkswagen, Prof. Dr. Martin Winterkorn; dos membros do board do Grupo Volkswagen Christian Klingler (responsável por Vendas e Marketing) e Dr. Michael Macht (responsável pela Produção do Grupo); do presidente da Volkswagen do Brasil, Thomas Schmall, e do vice-presidente de Recursos Humanos da Volkswagen do Brasil, Dr. Josef-Fidelis Senn, além de representantes de outras marcas do Grupo, inclusive presidentes, que mostraram novidades como a Amarok Canyon; o Audi S8; o Novo Continental GT V8, da Bentley; o Bugatti Grand Sport Vitesse; o Lamborghini Gallardo LP 560-4; e o Porsche 911 Carrera 4S Cabriolet. Na área de veículos comerciais pesados, a MAN apresentou os caminhões TGX 29.440 e o VW 25.390 Constellation 6x2. A Scania apresentou o R440. A

fabricante de motocicletas Ducati exibiu a Diavel e anunciou a criação da Ducati do Brasil, a lém da produção de motos da marca em Manaus (AM).
Em meio às apresentações dos veículos, Thomas Schmall conversou, no palco, com integrantes do board do Grupo Volkswagen e do board da Volkswagen do Brasil. Para Christian Klingler, Schmall perguntou sobre a importância do País. "O Brasil é um mercado estratégico para o crescimento do Grupo Volkswagen e, portanto, um país determinante na trajetória para atingirmos nossas metas para 2018", disse Klingler.
Ao ser entrevistado pelo presidente Thomas Schmall, Dr. Michael Macht falou sobre a estratégia de produção do Grupo: "Vamos evoluir na padronização de nossas fábricas, tornando-as ainda mais flexíveis. Estamos elevando nossa eficiência em todos os setores para desenvolver novos e inovadores conceitos de veículos economicamente viáveis. Eu vejo um enorme potencial de desenvolvimento no Brasil".

Investimentos em produção
O ano de 2012 também foi marcado pela realização de obras de infraestrutura nas unidades produtivas da empresa. Entre as principais realizações estão a Nova Unidade de Pintura em Taubaté, com investimentos de R$ 427,8 milhões, e a expansão da unidade de São Carlos, por meio da construção de novo prédio produtivo, com investimentos de R$ 335 milhões.
A Nova Pintura da fábrica de Taubaté foi inaugurada em outubro com a presença do presidente do Grupo Volkswagen, Prof. Dr. Martin Winterkorn, do presidente da Volkswagen do Brasil, Thomas Schmall, em evento que marcou o início da operação em KTL (aplicação da primeira camada de tinta), sendo que a produção em larga escala começará em fevereiro de 2013. A unidade estabelece novos padrões de tecnologia e proteção ambiental, e conta com a mais alta tecnologia mundial em equipamentos, tornando-se referência na indústria automobilística brasileira.
As inovações tornam o processo produtivo mais ecológico, permitindo reduções de 30% no consumo de energia e de 20% no consumo de água por veículo produzido, em comparação a um processo de pintura convencional. Outro benefício é que a Nova Pintura aumentará a capacidade produtiva da fábrica de Taubaté dos cerca de 1.000 veículos/dia atuais para aproximadamente 1.300 unidades diárias, com utilização plena das instalações da fábrica, que produz o Novo Gol e o Novo Voyage.
Em São Carlos, o novo empreendimento ampliará a capacidade produtiva de 3.800 motores/dia para 4.800 em 2013, atendendo a demanda de mercado brasileiro e abastecer as unidades de São Bernardo do Campo, Taubaté (SP) e São José dos Pinhais (PR), além da fábrica de Pacheco, na Argentina. Ambos os aportes fazem parte do plano de investimentos de R$ 8,7 bilhões do Grupo Volkswagen para serem aplicados no Brasil até 2016.

3 milhões de veículos exportados
Maior exportadora do setor automotivo brasileiro, a Volkswagen reforçou seu posicionamento com a conquista do marco histórico de 3 milhões de veículos exportados para 147 países desde 1970, quando tiveram início as vendas da marca para o Exterior. A Volkswagen é a primeira empresa da indústria automobilística brasileira a alcançar esse volume de exportações.
Atualmente, a Volkswagen do Brasil tem a América Latina como seu principal mercado de exportações. Segundo levantamento do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a Volkswagen do Brasil é a 18ª maior empresa exportadora do País, considerando

todos os setores, e a primeira automobilística do ranking; a segunda colocada entre as automobilísticas aparece na 24ª posição geral.
O Gol, que é o modelo mais exportado da história da indústria automobilística brasileira, totalizou, em outubro, 1.121.215 unidades exportadas, que já foram enviadas para 66 países.
O Fox é o segundo modelo mais exportado pela Volkswagen do Brasil, totalizando 425.016 unidades vendidas, até outubro, para 62 países. O Voyage vem em terceiro lugar no ranking de exportações da Volkswagen do Brasil, com 328.679 unidades vendidas, até outubro, para 58 países.

Lançamentos de produtos
O ano também foi marcado por lançamentos de produtos importantes e icônicos ao mercado nacional. O Novo Gol e o Novo Voyage receberam atualizações visuais, com o design mundial da marca e com mais inovação tecnológica, evolução na motorização 1.0 e novos equipamentos de série. Foi lançado também o Novo Fusca, que resgata o nome de um dos automóveis mais bem sucedidos e emblemáticos da história, em uma versão que é a mais potente de todos os tempos, com motor de 200 cv e muitos equipamentos tecnológicos e de segurança incorporados.
A Amarok versão automática, lançada em março, proporcionou à Volkswagen um expressivo crescimento nas vendas do modelo, provocando uma revolução na categoria, com novos padrões de tecnologia e conforto e uma inovadora transmissão automática com oito marchas. As vendas nos primeiros 10 meses de 2012 (15.291) já ultrapassaram em quase 50% o volume comercializado durante todo o ano de 2011 (10.229).
O portfólio de modelos com o Conceito BlueMotion Technologies também foi ampliado com a chegada do Fox BlueMotion, em abril, e do Novo Gol e do Novo Voyage na versão BlueMotion, em julho. Com o lançamento dos modelos, que proporcionam maior eficiência energética e índices reduzidos de emissões, a Volkswagen se consolida como a marca a oferecer o maior número de opções de produtos com essa proposta, que se juntam ao Polo BlueMotion, lançado em 2009, e o Gol G4 Ecomotion, em 2010. Modelos diferentes, de segmentos distintos, com o mesmo propósito: a mobilidade sustentável.
O segmento premium também foi contemplado com grandes lançamentos, como o CC, que teve sua dianteira e traseira completamente redesenhadas, adaptando o modelo ao DNA de design da Volkswagen, e a configuração R-Line, que passou a ser oferecida aos modelos Touareg e Tiguan, e dá aos veículos uma aparência ainda mais dinâmica e esportiva.
Um dos pontos altos do ano foi a estreia mundial do conceito SUV compacto, o Volkswagen Taigun, apresentado em outubro no Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, pelo Dr. Ulrich Hackenberg, responsável mundial da marca Volkswagen por Desenvolvimento do Produto, e Walter de Silva, chefe da área de design do Grupo Volkswagen. Segundo o Dr. Hackenberg, o Taigun é um tributo ao Brasil. "Os brasileiros passaram a ter as mesmas necessidades e desejos dos europeus, ou seja, eles buscam design, qualidade, segurança e conforto, além de preços acessíveis", disse Hackenberg. O visual exterior do conceito segue o DNA global de design marcante e limpo da Volkswagen.

Comunicação
Em 2012 a Volkswagen do Brasil anunciou o patrocínio ao jogador de futebol Neymar Jr., que se tornou embaixador da marca. O craque do Santos e da Seleção Brasileira estrelou algumas das principais campanhas publicitárias da Volkswagen no ano: “O Cara”, que destacou os

valores da Volkswagen, como inovação e proximidade com o povo brasileiro, e reforçou o slogan mundial da marca (Das Auto – em português, O Carro); e o filme do Novo Gol, gravado no estádio do Marcanã em obras e em pontos turísticos do Rio de Janeiro.
Neymar também participou da avant première do Fusca, em evento que reuniu celebridades como Adriane Galisteu e Ricardo Pereira, em São Paulo, e no lançamento mundial do Novo Gol versão duas portas durante a coletiva de imprensa do Salão Internacional do Automóvel de São Paulo.
Patrocinadora oficial da Seleção Brasileira de Futebol e da CBF (Confederação Brasileira de Futebol), a Volkswagen destacou mais uma vez a sua aposta no futebol na campanha do Novo Gol duas portas, que relembrou o gol marcado pelo jogador Bebeto durante o mundial de 1994, em homenagem ao filho Mattheus.
Em 2012 a marca renovou o patrocínio ao Rock in Rio, um dos maiores festivais de música do mundo, e que já gerou diversas ações em mídias sociais e a criação de produtos voltados ao público do evento, como o Gol e o Fox Rock in Rio. O evento já tem data marcada e será realizado nos dias 13, 14, 15, 19, 20, 21 e 22 de setembro de 2013, na cidade do Rock, no Rio de Janeiro.
Coroando o trabalho de gestão da marca, a Volkswagen do Brasil foi reconhecida pelo 22º ano consecutivo como a marca de automóveis mais lembrada no País, segundo a pesquisa Top of Mind, realizado pelo jornal Folha de S.Paulo.

Sustentabilidade
Em junho, durante a realização da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, a Volkswagen do Brasil apresentou a iniciativa global "Think Blue.", que incorpora o objetivo de criar soluções e produtos sustentáveis. Durante o evento a empresa deixou claro o compromisso da marca com o desenvolvimento sustentável por meio de práticas ligadas aos três pilares de sustentabilidade: o ambiental, o social e o econômico.
Com a meta de se tornar o fabricante de veículos mais sustentável do mundo, a marca Volkswagen lançou em 2010 o "Think Blue.", por meio do qual a marca busca aumentar a consciência pública para a ação sustentável. O conceito "Think Blue." tem como proposta tornar a mobilidade mais eficiente e sustentável, acessível a todos e se aplica em tecnologias ambientais, como por exemplo o desenvolvimento de carros mais eficientes, e na redução de emissões na produção de veículos, por meio do conceito "Think Blue. Factory.".
Por meio dessas ações, a Volkswagen busca motivar todos os públicos, sejam funcionários, consumidores, fornecedores, concessionários, comunidade ou a sociedade, a terem um comportamento cada vez mais consciente em relação ao meio ambiente, contribuindo para um futuro sustentável.
No Brasil, o conceito se aplica a diversas iniciativas já realizadas pela Volkswagen há alguns anos, como o investimento em energias renováveis, por meio da construção de Pequena Central Hidrelétrica, a reciclagem e reutilização de materiais na produção, o desenvolvimento de veículos com o conceito BlueMotion, o investimento social por meio de projetos educacionais realizados pela Fundação Volkswagen há mais de 30 anos e a Bomba D'Água Popular, que possibilita a capitação de água no semiárido do país, entre muitas outras ações.
"Com a estratégia 'Think Blue.', a Volkswagen reúne todas as iniciativas ambientais da marca no mundo. Essa estratégia põe em evidência os principais valores da Volkswagen e consiste em produzir automóveis inovadores, sustentáveis e responsáveis. Assim, pretendemos responder ao desafio da mobilidade sustentável, um caminho que a Volkswagen pretende

continuar a liderar", disse o Dr. Josef-Fidelis Senn, Vice-Presidente de Recursos Humanos e responsável pelas ações de sustentabilidade da Volkswagen do Brasil.

Marcos e Reconhecimentos da Volkswagen do Brasil em 2012
Conquista do marco histórico de 20 milhões de veículos produzidos no País
7 milhões de unidades do Gol fabricadas no Brasil
3 milhões de veículos exportados para 147 países
7,5 milhões de motores produzidos na unidade de São Carlos
1 milhão de unidades do Voyage produzidas no Brasil
Conquista de créditos de carbono pela Pequena Central Hidrelétrica
Top of Mind pelo 22º ano consecutivo, pelo jornal Folha de S.Paulo
“Empresa Mais Admirada” da indústria automobilística nacional, pela revista Carta Capital
“A Marca Mais Desejada” na categoria Automóveis e Comerciais Leves, pela Fenabrave
“A Maior Empresa do Brasil" na categoria Veículos e Peças", na edição especial Valor 1000, publicada pelo jornal Valor Econômico
Top of Mind na categoria "Automóvel - Fabricante", e Gol líder na categoria "Automóvel - Modelo", na pesquisa Aba/Top Brands.
Prêmio "Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas", na categoria "Automotivo", concedido pela revista Negócios da Comunicação
Novo Gol foi eleito o melhor carro nacional até R$ 30 mil na 12ª edição do Prêmio TOP Car TV.

“Melhor Motor acima de 2,5 litros” para o motor 4,2 litros V8 que equipa o modelo Touareg, eleito pela Abiauto – Associação Brasileira de Imprensa Automotiva.

Reconhecimentos regionais
Prêmio Topvale 2012 na categoria “Top do Top”, como marca mais lembrada do Vale do Paraíba, além das categorias "Indústria do Vale", pela 5ª vez, "Responsabilidade Social", pela 3ª vez e “Meio Ambiente”, pela 2ª vez
Marcas dos Cariocas, na categoria “Fabricante de Automóvel” pelo 3º ano consecutivo, realizado pelo jornal O Globo
Conquista, pela 3ª vez, do Troféu Onda Verde no Prêmio Expressão de Ecologia, no Paraná
Melhor "Montadora de Veículos" da região sul do País, no Projeto Reputação Corporativa, realizado pela Revista Amanhã
Prêmio 100 Maiores Contribuintes do ICMS do Paraná, promovido pela Federação do Comércio e Jornal Indústria & Comércio.
"Fábrica de Automóvel" e "Consórcio de Automóvel" na pesquisa."Recall de Marcas", do jornal A Gazeta, de Vitória, principal publicação do Espírito Santo.
Para informações sobre a Volkswagen do Brasil, acesse: www.imprensavw.com.brEm 2012, Volkswagen do Brasil vem se consolidando como maior fabricante e maior exportadora do País e caminha para o 26º ano consecutivo de liderança de vendas do Gol

Foto: Divulgação VW
Volkswagen do Brasil
Assuntos Corporativos e Relações com a Imprensa
MAXPRESS