



From the Top
Miguel Jorge,
da Barral M Jorge

AUTODATA

CONGRESSO AUTODATA

O que de mais importante foi dito no mais importante dos eventos do gênero

LANÇAMENTO SCANIA

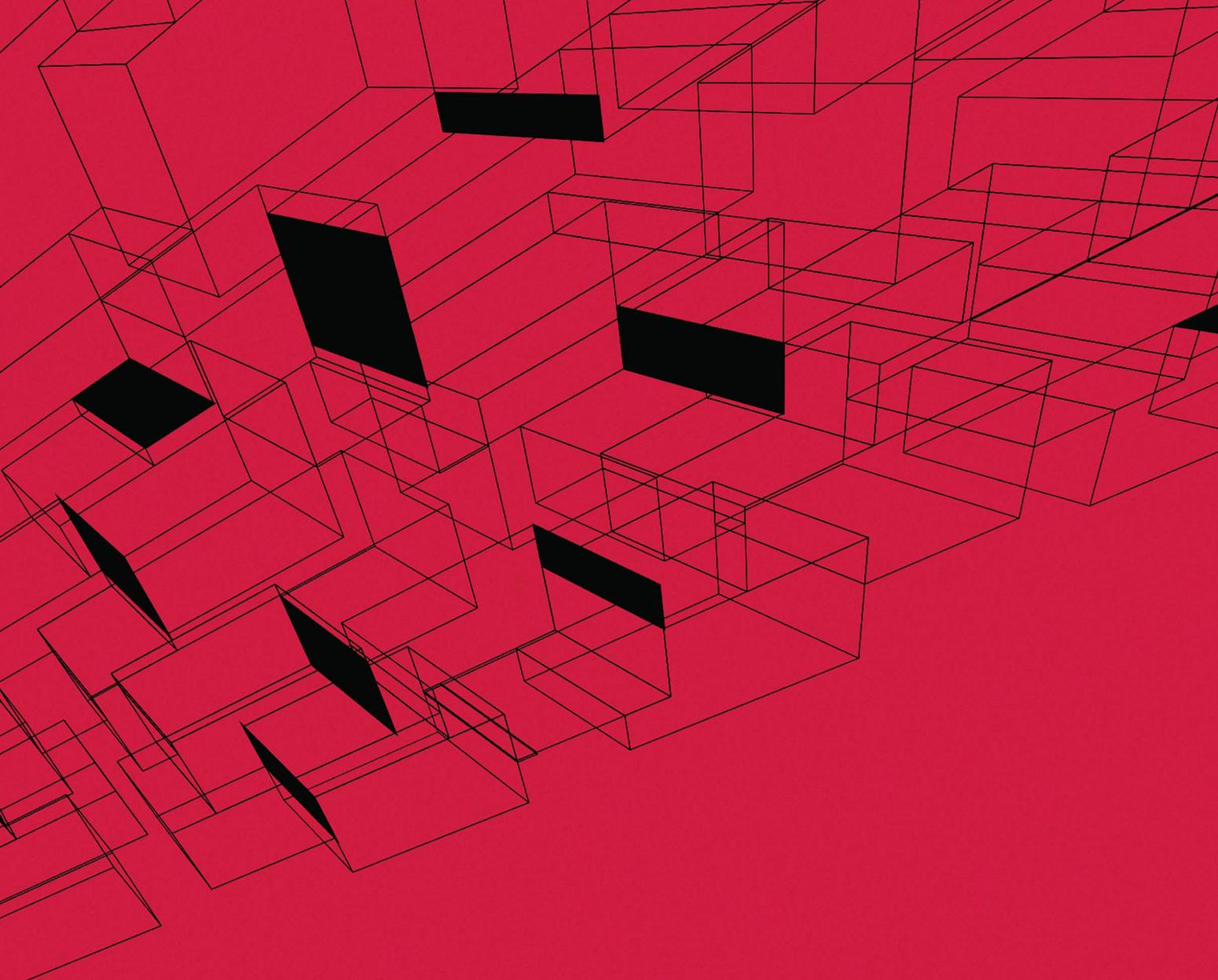
Estrutura grandiosa para mostrar novos caminhões, motores e métodos de venda

TYRANNOSSAURUS CROSS



Ele quer ser o maior predador da espécie, mas seus rivais já afiaram as garras e os dentes. É uma nova era na selva dos SUVs compactos.

**Expo
di cui
aos se
cros.**



Esportividade,
tecnologia
e eletrificação.

Visite o stand
Audi no Salão do
Automóvel e
conheça parte das
nossas inovações.

De 8 a 18
de novembro,
no São Paulo
Expo - SP.

Saiba mais em
audinosalao.com.br

LANÇAMENTOS

VOLKSWAGEN T-CROSS

18



RENEGADE E HR-V 2019

24



CAOA CHERY ARRIZO 5

28



CAMINHÕES SCANIA

30



O caçula dos SUVs compactos quer chegar devorando adversários. Apresentado no Salão do Automóvel, mas nas concessionárias só no segundo trimestre de 2019.

Aproveitando o tempo que falta para o T-Cross chegar ao mercado Jeep e Honda afiam garras para recepcionar o VW, aprimorando seus modelos inclusive na tabela de preços.

Caoa encorpora a operação Chery em Jacareí com produção do terceiro modelo, o sedã Arrizo 5, que se soma a QQ e Tiggo 2. Traz consigo programa de nacionalização.

Scania monta estrutura grandiosa para apresentar seus novos caminhões, de larga oferta de novas cabines e motores, além de mudança no sistema de comercialização.

EVENTO

CONGRESSO AUTODATA PERSPECTIVAS 2019

Plateia de cerca de 1 mil pessoas reunida no Hotel Transamérica, em São Paulo, ouviu em dois dias os principais executivos do setor automotivo sobre 2019.

36

MERCADO
OFERTA DE CRÉDITO

Cenário para financiamentos, mais uma vez, será fundamental para sustentar nova elevação das vendas de veículos no Brasil.

44

50

ANIVERSÁRIO
CHEVROLET OPALA

Novembro marca o cinquentenário do Chevrolet Opala, primeiro automóvel produzido pela GM no Brasil e dono de uma legião de fãs até hoje.

52

ANIVERSÁRIO
IOCHPE-MAXION

Em novembro também se comemora nada menos do que um século de Iochpe-Maxion, atualmente a maior empresa nacional de autopeças.

AUTODATA Empresarial**56 NEO RODAS**

Ainda jovem, a fabricante brasileira de rodas de alumínio mais do que dobrou sua produção em apenas dois anos de operação.

58 VWCO

Modelos MAN e VWCO contam agora com tecnologia de conectividade RIO, que também faz parte do Grupo Traton.

60 HELLA

Em Indaiatuba, SP, a empresa produz sistemas que oferecem maior segurança e eficiência energética para veículos nacionais.

62 GENTE E NEGÓCIOS

As movimentações de executivos e as novidades das empresas que atuam no setor automotivo brasileiro.

8

LENTE

Os bastidores do setor automotivo. E as cutucadas nos vespeiros que ninguém cutuca.

10

FROM THE TOP

Miguel Jorge, da Barral M Jorge, avalia as primeiras ideias do governo que inicia mandato em 2019

34

AD PERGUNTA

Elegemos mensalmente um tema e convidamos um especialista para responder

66

FIM DE PAPO

As manchetes mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidas a dedo pela nossa redação

Farol direcional

Marcos Rozen, editor

Oano que vem será de crescimento independente de quem vencer a eleição, a não ser que o novo governo faça alguma bobagem muito grande na economia.

No geral, este foi um dos principais comentários que ouvimos recentemente de executivos do setor automotivo tanto nas entrevistas para produção da edição Perspectivas 2019, do mês passado, quanto durante o Congresso AutoData Perspectivas 2019, realizado no intervalo do primeiro para o segundo turno.

A eleição está decidida e a equipe do novo governo começa a dar indicações de como pretende tocar as coisas a partir de janeiro de 2019 – e algumas delas são muito importantes sob o ponto de vista econômico, como a provável junção dos ministérios da Indústria e da Fazenda com o do Planejamento e uma revisão das relações do Brasil com o Mercosul.

Nesta edição procuramos levar ao leitor, desde já, uma primeira percepção do que estas iniciativas poderiam representar para nossa indústria. Para isso ouvimos a melhor fonte possível: Miguel Jorge, homem de grande experiência tanto como ministro da Indústria quanto na condição de executivo do setor automotivo.

Mesmo que muitas coisas ainda possam acontecer até o início do novo mandato essa é nossa função jornalística: servir como uma espécie de farol direcional neste ambiente ainda pouco claro do que nos espera pelos próximos quatro anos a partir de 2019.

Mais do que certo, de qualquer forma, é que o novo ano verá uma batalha feroz no segmento de mercado que mais cresce aqui, o dos SUVs compactos, com a chegada do VW T-Cross: por isso ele é nosso destaque de capa. Mas chamamos sua atenção também para outros lançamentos importantes de Scania e Caoa Chery, além de um levantamento completo sobre o cenário do crédito para financiamentos de veículos no Brasil.

A todos, o nosso desejo de boa leitura.

Correção: Na reportagem 2019 Dependerá da Argentina, da edição 349, página 116, apontamos que a projeção da Iveco para o ano que vem é de crescimento de 5% a 10% nas vendas de caminhões no País. Essa estimativa é para o mercado interno total e não para a empresa em particular, como diz o texto.



www.autodata.com.br



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora



Diretoria Márcio Stéfani, publisher **Conselho Editorial** Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Leandro Alves, diretor adjunto de redação e novos negócios, Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Glauco Lucena

Projeto gráfico/arte Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** ArteAD sobre foto Divulgação/Paramount Pictures

Mídias sociais Allex Chies **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 5189 8900: André Martins, Érika Coleta, Luiz Giadas **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunis, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna

Distribuição Correios **Pré-imprensa e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda, tel. 11 3531-7900 **ISBN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora Ltda., Rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Márcio Stéfani, MTB 16 644



Imagens meramente ilustrativas.

Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

**Chegou a nova família Delivery.
Sob medida para os dias de hoje.**

Acesse: NovoDelivery.com.br

**Se hoje os pedidos
são pela internet,
as entregas não podem
ser menos modernas.**



Uma marca da MAN Latin America.
www.vwco.com.br

Totalmente renovado

- Novo design moderno e robusto
- Novo câmbio de 6 marchas
- Novo chassis modular
- Novos retrovisores modernos e funcionais
- Nova coluna de direção ajustável
- Novo painel com computador de bordo



**Caminhões
Ônibus**

IRAJÁ É POUCO

Telefona José Luiz Gandini, preocupado, e trata de dissociar a Kia do Brasil, e sua diretoria, daquele vergonhoso espetáculo proporcionado por antigo campeão de automobilismo cujo nome cito para que não reste dúvida, um certo Emerson Fittipaldi – a propósito na nota E Emerson, quem Diria..., publicada neste espaço na edição 349 de **AutoData**. Tudo o que a Kia fez, relatou Gandini, foi contratar o antigo campeão para dois eventos, relativos ao Stinger GT, como já o fizera a Kia of America. E o antigo campeão a ninguém informara sua disposição de fazer proselitismo político, Gandini jurou.

IRAJÁ É POUCO 2

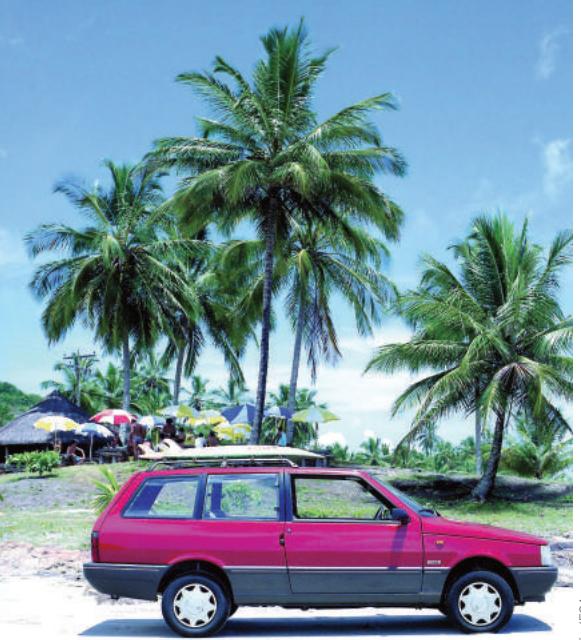
Mas, cá conosco, é incrível que um já antiquíssimo garoto-propaganda – bem antiquíssimo, mesmo, bem rodado – tenha a coragem de tomar aquele tipo de atitude pública. Para quem já alugou tanto a imagem para empresas transnacionais é simplesmente risível qualquer alegado desconhecimento do comportamento obrigatório nessas ocasiões: ele conhece muito bem o dress code e, obviamente, todo o resto, inclusive o compliance. Enfim é aquela atitude horrorosa de quem se julga acima do bem e do mal. Faz todo sentido.

IRAJÁ É POUCO 3

O que resta, agora, aceito o discurso de Gandini, é ficar de olho nos sinais públicos que o antigo campeão emitir de que conseguiu escapar da ruína a que submeteu seus negócios, para os quais nem amigos ricos nem instituições financeiras se dispuseram a dotar de liquidez. Pior ainda: se isto acontecer quem de nós não apostará em negociata?



Divulgação/Kia Motors



Divulgação/FCA

É APOLÍTICA E O ESCAMBAU

Também a Anfavea, senhora de meia idade, e que já foi conhecida como A Foderosa, não escapou recentemente de enfiar o pé na lama – e em dois episódios eleitorais, o que demonstra que experiências históricas, ali, não são, mais, transmitidas de pai pra filho. Não há, mais, guardiões da história, nem das boas maneiras. Primeiro: em Brasília, DF, em encontro com repórteres de... política, aos quais não é habituado, o presidente Antônio Megale admite que o setor automotivo já conhece o figurino PT e que o outro candidato

era o desconhecido. O reportariado deixou o almoço com a convicção de que a indústria de veículos apoiaria "o já conhecido". Correria, e foi necessária divulgação de nota, no dia seguinte, e passar pelo desgaste, interno e externo: a entidade é apolítica, não tem candidatos e o escambau.

É APOLÍTICA E O ESCAMBAU 2

O segundo episódio foi ainda pior do que jogar o presidente no aquário das piranhas. Suspeita-se até de armação. Foi assim: a campanha "do outro candidato" solicita a presença de entidades que representam o mundo exportador para expor suas reivindicações – e lá estava diretor da FCA, Antônio Sérgio Martins Mello, também diretor da AEB, Associação de Comércio Exterior do Brasil. Aos repórteres entregou seu cartão de visitas da FCA e, dispensado após a foto e sem nada reivindicar, aparentemente considerou normal aquelas circunstâncias. E a foto logo ganhou as mídias, com texto-legenda anunciando novos apoios àquela campanha – inclusive o da Anfavea, da qual Antônio Sérgio é vice-presidente e alegre conviva. Mais correria, só desgaste.

É APOLÍTICA E O ESCAMBAU 3

São episódios inconcebíveis, implausíveis para o perfil discreto, quase sombrio da entidade. Onde está sua histórica experiência institucional acumulada, sua maneira peculiar de atuar? Conheço dois ou três ex-diretores que não teriam permitido os dois episódios nem sobre seus próprios cadáveres. A bem da história: executivo da mesma empresa protagonizou tentativa de agenciamento de apoio ao candidato da época, trinta anos atrás. Depois de muito esforço restou apurada a doação de Ferrari F40 para um e de reles station-wagon Elba para outra. Ouviu-se falar, vagamente, de viagem de casal a Paris, de dor de dentes inesperada, de uma visita solitária a banco e de um retorno urgente, também solitário, a Brasília com maleta carregada no colo... O fim desse processo gerou a única vantagem competitiva que o setor automotivo conheceu na época, conhecida como Uno Mille – lembram? Mas isto é só imaginação fértil de quem não tem mais o que fazer, né mesmo?

Compostura
Ricardo Martins:
alguém conhece?



Por Vicente Alessi, filho
Sugestões, críticas, comentários,
ofensas e assemelhados
para esta coluna podem ser
dirigidos para o e-mail
vi@autodata.com.br

A depender do processo e do desenho

Miguel Jorge, com toda certeza, foi o ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior que melhor conhecia a indústria automotiva: ocupou o cargo de 2007 a 2011, após passagem de treze anos por Autolatina e Volkswagen. Desde então é sócio sênior da Barral

M Jorge Consultores Associados e hoje também atua como conselheiro da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

Não haveria, portanto, ninguém melhor para apontar o que poderá acontecer no setor automotivo no ano que vem diante das circunstâncias colocadas à indústria bra-

sileira com a definição da eleição presidencial.

Nesta entrevista exclusiva ele ponderou as consequências de provável junção do MDIC com a Fazenda e o Planejamento, a mudança de enfoque do Mercosul, o Rota 2030 e mais. Confira os principais trechos da conversa.

Uma das principais propostas do novo governo é unir o MDIC à Fazenda e ao Planejamento. Parece uma boa ideia?

Há alguma resistência, de alguns setores. Em princípio não se pode condenar, dependerá de como será o processo, o desenho. É evidente que não se pode ter um único ministro para as três pastas, teria que haver uma espécie de ministro supervisor e vice-ministros, ou secretários-executivos, para cada área. Não haverá mudança estrutural em termos de pessoal, porque não se pode dispensá-los, não haverá economia relevante neste ponto, todo mundo é estável: só se sai por escolha, aposentadoria ou morte. O que pode ser positivo é que o MDIC essencialmente estuda

políticas que dependem da Fazenda, a dotação de verba do ministério é muito pequena, praticamente é toda para pessoal. Se você tem alguém ali que decida algo relativo à indústria e comércio e já obrigue a Fazenda a aplicá-lo há uma vantagem indiscutível, porque hoje é muito difícil discutir qualquer coisa com a Receita.

Nas palavras do provável ministro da Economia o MDIC representa "trincheira da primeira guerra, onde quem tem lobby consegue incentivo e quem não tem consegue Refis". Que impactos este tipo de ponto de vista pode ter sobre o setor automotivo nacional? O senhor acredita que o Rota 2030 corra risco?



“É evidente que não se pode ter um único ministro para as três pastas [MDIC, Fazenda e Planejamento], precisaria haver uma espécie de ministro supervisor e vice-ministros, ou secretários-executivos, para cada área.”



Sobre esse negócio do Refis o provável futuro 'superministro' falou uma bobagem, Refis não tem nada a ver com o MDIC: tem a ver é com a Fazenda. O Rota 2030 hoje é um problema do Congresso, não é mais do ministério, e foi por iniciativa do Congresso que entrou a questão da extensão do regime do Nordeste, do Centro-oeste... Dessa forma pode haver um entendimento, uma iniciativa do Congresso, de colocar no Rota 2030 algum outro tipo de subsídio. Isso acontece. Por exemplo:

aconteceu no caso das desonerações da folha de pagamento, um absurdo do governo passado. A desoneração originalmente foi criada para atender apenas um setor específico, de TI, que trabalhava muito em esquema de PJ, todo mundo era PJ, e boa parte ainda é. Na época a Argentina estabeleceu uma legislação para TI que era muito vantajosa e várias empresas podiam ir para lá, a desoneração foi para segurar esses caras aqui, mas era só esse segmento, e de repente entraram ao todo 58 segmentos. O MDIC, na época, foi contra. Essa iniciativa não foi do MDIC, grande parte veio do Congresso. É preciso muito cuidado com isso.

O senhor é contra ou favor de incentivos para a indústria automotiva?

Quando eu fui ministro recebi três vezes o pessoal da Anfavea. Para mim era mais fácil, eu conheço bem a indústria automotiva, eu dizia aos colegas, inclusive alguns com os quais eu já tinha trabalhado: 'Rapaz, não diga isso para mim que eu sei que não é bem assim'. Naquela fase não houve nenhum incentivo para a indústria automotiva. Depois que eu saí do ministério veio o Inovar-Auto, que no meu ponto de vista foi um erro, pelos benefícios que foram dados. Nas crises em que o mercado caía pela metade, por exemplo, se estávamos produzindo quase 2 milhões e de repente isso se reduzia para 800 mil, ai entendo que tudo bem dar algum tipo de incentivo. Mas quando há, como acontece hoje, trinta, quarenta indústrias competindo, gente com 2% de mercado, não se pode dar incentivo: se ela não for competente tem que fechar. Não tem cabimento o Brasil ter o número de indústrias automotivas que têm, não há país que tenha tanta marca quanto aqui, não faz sentido.

O sr. diria que a indústria no Brasil se acostumou a pedir proteção e incentivos para o governo?

Sim, é impressionante. 80% das reuniões

**Boa de agro.
Melhor ainda
de negócio.**

**Amarok
Highline
com**



15%
de desconto

para produtor rural
e profissional com CNPJ.



FAZER PARTE DA NOVA

Volkswagen#vale | volkswagenvale.com.br



 Imagens meramente ilustrativas.

Transito seguro, você faz a diferença.



Volkswagen

Ofertas válidas até 31/12/2018 ou enquanto durarem os estoques nas Concessionárias Autorizadas Volkswagen, para o modelo Amarok Highline 2.0, ano/modelo 2018/2018 e 2018/2019 (cód. S7BC3A + SW7), à vista a partir de 156.391,50 já com condições especiais para cliente produtor rural e profissional com CNPJ, sendo imprescindível, para tanto, o porte de documentos que comprovem essa condição e que estejam devidamente regularizados. Condição exclusiva para aquisição de veículos por meio do canal de Vendas Corporativas. Esta condição não é cumulativa com outras ações vigentes. Fotos meramente ilustrativas. Consulte as regras do programa para venda a cliente produtor rural e profissional com CNPJ junto a uma Concessionária Autorizada Volkswagen. Garantia de 3 anos para todo o veículo sem limite de quilometragem. A garantia está condicionada à realização de manutenção em uma Concessionária Volkswagen. Central de Relacionamento com o Cliente (CRC): 0800 0195775.



que tínhamos com setores da indústria eram para pedir algum tipo de proteção. Nunca foi alguém lá apresentar um plano industrial de crescimento, de abertura de empregos, de modernização. Por isso a indústria perdeu relevância, foi superada pelo agronegócio e pelos serviços, já foi 40% do PIB e agora responde por algo como 17%. Eu dizia, e irritava muita gente com isso: 'Vocês têm que se espelhar no agronegócio, que quando perdeu os incentivos se transformou e hoje é o maior desta área no mundo'.

Mas o agronegócio ainda tem muito incentivo.

Não quando comparado, por exemplo, ao que existe de incentivo nos Estados Unidos. E o agronegócio passou por um grande processo de modernização, algo que não se viu e não se vê na indústria automotiva.

Pode-se entender então, da fala do provável futuro ministro da Economia, que acabarão negociações envolvendo incentivos para a indústria automotiva?

Entendo que sim, e deveria. Você tem que estimular é o investimento. Como existe uma taxação enorme todos os empresários pagam imposto só via empresa, pessoa jurídica, e nada na física. Costumo dizer que o único empresário que paga imposto de renda no Brasil

“Quando eu fui ministro recebia a Anfavea e para mim era mais fácil, eu dizia aos colegas, inclusive alguns com os quais já tinha trabalhado: ‘Rapaz, não fale isso para mim que eu sei que não é bem assim’.”

é o Silvio Santos. É preciso criar algum tipo de processo em que o empresário seja estimulado a produzir, e isso só vai acontecer quando o protecionismo diminuir. Só a competição faz o empresário se virar, não é o subsídio, o incentivo. Nós temos esse problema. Há uma frase antiga, mas ainda atual: a empresa pode ir mal mas o empresário sempre vai bem.

O Rota 2030 não é positivo por trazer previsibilidade, em particular no que diz respeito à eficiência energética, por exemplo?

Eu acho que sim, e acho que essa parte passa no Congresso, mas faltou dizer algumas coisas, indicar antecipadamente quais serão os índices de eficiência energética, o que é que será votado



exatamente. Do contrário é caixa preta. Na minha época como ministro, por exemplo, eu chamei o Inmetro para criar o que se transformou depois no programa de etiquetagem veicular, e ali, naquela ocasião, uma das empresas da Anfavea ficou muito brava comigo. Mas aconteceu, saiu.

E o incentivo a pesquisa e desenvolvimento previsto no programa, também não pode ser considerado importante?

No que diz respeito a P&D tem pouca empresa aplicando recursos nessa área, deste ponto de vista o Rota é bom, mas precisa existir um acompanhamento, não adianta estabelecer um objetivo e depois ninguém se certificar do que realmente foi feito, quanto foi gasto efetivamente naquilo. Há também a questão do trabalho: quando fizemos lá trás um acordo com as empresas [por redução do IPI, para combater os efeitos da crise global], era obrigatório manter o nível de emprego, não podia demitir. No Inovar-Auto não havia compensação dos incentivos com manutenção ou aumento do emprego, e no Rota 2030 também não tem e deveria ter. Falava-se em modernização da indústria, de automação, mas é preciso requalificar os trabalhadores, tem gente que vai se aposentar e que precisará ser substituída. Sem falar dos itens de segurança: até existe um cronograma mas é muito

longo, é tudo muito lá na frente sendo que as tecnologias já existem.

O que o sr. pensa da questão dos incentivos para as regiões Norte, Nordeste e Centro-oeste?

Entendo que seja necessário, sim, criar algum incentivo para uma fábrica se instalar, por exemplo, em Goiana, Pernambuco [caso da FCA], seja de carro ou de biscoito. É uma região com menos cultura industrial, menos riqueza, menos infraestrutura, serão necessários investimentos maiores em várias áreas, em treinamento etc. Mas o que precisa existir, e não está existindo, é um prazo para isso. E quando o prazo termina tem que terminar, não pode depois estender. Não está certo isso. Se você não conseguiu ser competitivo dentro daquele planejamento que você apresentou ao governo e que o governo concedeu a você... não pode alongar o prazo indefinidamente. Quantas vezes mais isso será prorrogado?

E o Mercosul? Tanto o futuro presidente quanto o provável ministro da Economia criticaram a forma atual de funcionamento do bloco. Há ameaça às negociações com a União Europeia?

Creio que aí há um erro de avaliação. O Mercosul é o Brasil, a Argentina, o Uruguai e o Paraguai, não tem nada de viés ideológico nisso. A entrada da



“80% das reuniões que tínhamos com setores da indústria eram para pedir algum tipo de proteção.

Nunca foi alguém lá apresentar um plano industrial de crescimento, abertura de empregos, modernização.”

Venezuela foi uma bobagem, e ela nem entrou realmente, não significou nada. A dificuldade é que pelo regimento um país não pode fazer acordo bilateral sem a aprovação dos congressos dos de-mais países membros, o que é uma loucura, e aí nunca se aprova nada. O que tem que mudar é o regimento. E não dá para dizer 'vamos rever a questão com a Argentina, o Chile é mais importante', pois é um raciocínio errado. O mercado do Chile só tem 12 milhões de consumidores e é um dos mais competitivos do mundo, só de caminhão lá há quarenta marcas, ali chega tudo da Ásia via Pacífico muito mais barato. O Brasil tem que descer até a Argentina e subir por Paso de Los Libres, que fica seis meses com neve, não passa ninguém. Não tem cabimento essa história. A ideia original do Mercosul era de acordos regionais, de bloco para bloco, com Nafta, Bloco Andino, com a própria União Europeia. Ainda que isso nunca tenha acontecido o Brasil jamais conseguirá fazer sozinho

um acordo com a União Europeia, não interessa a eles, em uma comparação do tamanho dos mercados não faria sentido algum.

De forma geral o senhor diria que está otimista ou pessimista com o que pode acontecer a partir de 2019?

Estou cuidadosamente otimista, porque não se tem direito ainda ideia do que realmente pensa o novo presidente. Quanto ao provável futuro ministro da Economia é uma pessoa da área financeira, conhece bem essa área mas não tem nada a ver com a indústria. Mas se houver pessoas abaixo dele responsáveis pelas respectivas áreas, inclusive a indústria, há uma boa possibilidade. Acredito que há uma expectativa favorável, de mudança, sempre é positivo. Não gosto muito de falar em mercado, porque 80% dele é especulativo, mas se percebe esse espírito de mudança, de algo novo, fora da tradição política... pode vir a ser uma vantagem.



JEEP.COM.BR
CAC 0800 7037 150
facebook.com/jeepdobrasil

No trânsito, a vida vem primeiro.
Jeep é marca registrada da FCA US LLC.

Foto: F. Bizi

S E U
I N S T I N T O
É J E E P



—
TELA UCONNECT DE 8,4"
com Apple CarPlay e Android Auto

NOVOS FARÓIS FULL LED

RODAS ARO 19"

7 AIRBAGS

MOTOR 1.8 FLEX

NOVO JEEP RENEGADE



Jeep

T-CROSS QUER SER O T-REX



O bicho é novo e chegará com apetite – trazendo junto exército de quinhentos que estavam em layoff em São José dos Pinhais.

Até o fim do primeiro trimestre do ano que vem os trabalhadores afastados temporariamente pela Volkswagen em São José dos Pinhais, PR, retornarão aos seus postos. Desde meados de 2017 a companhia reveza em layoff grupos de quinhentos metalúrgicos, de

um total de 2,5 mil operários da unidade, enquanto finaliza os preparativos da fábrica para a produção do T-Cross, seu primeiro SUV nacional.

Foi a solução encontrada pela empresa para manter, no período, todos os trabalhadores em seu quadro, porque sabe que precisará deles para alavancar a produção do utilitário esportivo. Inaugurada em 1999 para produzir VW Golf e Audi A3 a unidade paranaense do Grupo Volkswagen é conhecida na região como fábrica da Audi, mesmo durante o período de

quase dez anos sem produzir modelos com o emblema das quatro argolas – eles retornaram à linha em 2015. De lá saem, atualmente, os VW Fox e Golf e os Audi A3 Sedan e Q3, com volumes bem inferiores à capacidade instalada de 160 mil veículos/ano.

O ritmo subirá com o novo SUV do grupo, embora seu presidente Pablo Di Si não revele a expectativa de produção do modelo para o primeiro ano. Sua meta é colocar o T-Cross no pódio dos SUVs do mercado brasileiro – o que demandaria um volume mínimo de 5 mil unidades por mês, tomando como base o desempenho dos concorrentes nos últimos meses. Além do Brasil a fábrica abastecerá as concessionárias dos demais países da América Latina, a começar pela Argentina dois ou

três meses depois do lançamento por aqui.

Os investimentos para a adequação da unidade para a produção do novo modelo consumiram R\$ 1,4 bilhão dos R\$ 7 bilhões aplicados pela VW no Brasil até 2020. São José dos Pinhais ganhou uma área completamente nova para abrigar a montagem da carroceria do T-Cross: nos 5,5 mil m² da ampliação predial foram instalados

239 robôs com tecnologia de ponta e equipamentos de solda a laser.

Modificações na área de pintura permitem ao T-Cross receber uma segunda cor na carroceria – a VW se rendeu à demanda do consumidor por outro tom na parte superior. Um inédito equipamento de aplicação de cera nas cavidades, para garantir proteção extra contra a corrosão, foi instalado na área.

A unidade recebeu também as tecnologias disponíveis no Grupo Volkswagen para se modernizar com foco na aplicação de inovações da Indústria 4.0. Segundo a empresa será possível reduzir o tempo de ajuste das ferramentas na estamparia e melhorar a ergonomia na montagem final, além da aplicação de novas tecnologias em processos de todas as áreas produtivas.

Assim como o Golf o T-Cross é montado sobre a plataforma global MQB, sigla em alemão para matriz modular transversal. Além de tornar o processo produtivo mais flexível essa arquitetura permite compartilhar a base estrutural para modelos de diversos segmentos, gerando sinergias em cadeia.

OFENSIVA DE SUVS

Por ser o segmento que mais ganha relevância dentro do mercado brasileiro de veículos leves os utilitários esportivos mereceram especial atenção da Volkswagen em seu plano de investimentos. Serão cinco novos SUVs lançados no País, sendo o T-Cross o segundo: o primeiro foi o Tiguan Allspace, importado do México, com capacidade para sete pessoas.

Shutterstock.com/Sébastien Kaulitzki



Di Si não esconde a sua ansiedade pela chegada do T-Cross, peça fundamental para retomar a liderança do mercado brasileiro – objetivo que ele não tem o pudor de esconder. Em recentes entrevistas o presidente da VW do Brasil afirmou que com o lançamento do novo SUV "a briga vai ficar boa".

Até setembro, comparado com os primeiros nove meses de 2017, as vendas de utilitários esportivos cresceram 26% no mercado brasileiro ante elevação média de 8% no mercado total sem contar os SUVs.

Por isso a VW não economizou no mistério e na criação de expectativa pelo lançamento do modelo. Foi revelando pouco a pouco pormenores do desenho e especificações. Semanas antes do Salão do Automóvel de São Paulo, onde debuta junto ao público consumidor, o T-Cross teve finalmente todas as suas linhas reveladas em eventos simultâneos que reuniram em Amsterdã, Holanda, jornalistas europeus, em São Paulo, Brasil, jornalistas latino-americanos, e em Xangai, China, asiáticos.

Mas venda que é bom mesmo, por aqui, somente em abril.

Presente à apresentação aos jornalistas da América Latina Jürgen Stackmann, que integra o board da VW responsável por vendas, marketing e pós-vendas globais, projetou que os SUVs representarão 40% das vendas mundiais da Volkswagen no futuro.

"Este ano as vendas de carros VW cresceram 2,9% até setembro em todo o mundo, enquanto os SUVs da marca avançaram 43,2%. O Tiguan é o modelo Volkswagen mais vendido no mundo no segmento."

A expectativa é a de que as vendas do T-Cross cresçam a ponto de torná-lo o segundo do ranking global de SUVs da marca. E é na América Latina que os executivos da VW acreditam poder alcançar maior êxito, pois os modelos compactos, como o T-Cross, ganham participação a cada dia.

Sem querer entrar em pormenores Di Si contou que a ofensiva de SUVs no mercado latino-americano seguirá no ano que vem com o início da produção do Tarek, com medidas pouco menores do que as do Tiguan e pouco maiores do que do T-Cross, na fábrica de General Pacheco, Argentina. O plano é colocar o modelo no mercado a partir do primeiro trimestre de 2020.

FEITO PARA A REGIÃO

O T-Cross que já está sendo produzido em pré-série em São José dos Pinhais é 10 mm mais alto do que o europeu e tem 88 mm a mais de entre-eixos. São ao todo 4 mil 199 mm de comprimento e 1 mil 568 mm de altura, com 2 mil 651 mm de entre-eixos.

"Ofereceremos, também, apenas para os consumidores brasileiros, ar-condicio-

**INovação.
ADAPTABILIDADE.
MOBILIDADE
SUSTENTÁVEL.**

groove



Na Magneti Marelli pensamos globalmente, mas agimos localmente. Desenvolvemos tecnologias e inovações para uma mobilidade cada vez mais segura, confortável e sustentável, que se adaptam às estradas do Brasil e de qualquer lugar do mundo.

**MAGNETI
MARELLI**

Respeite a sinalização de trânsito.



IGUAL MAS DIFERENTE
O T-Cross nacional difere
levemente de outros
mercados globais para
atender exigências locais:
só aqui ele tem saída do
ar-condicionado no banco
traseiro, por exemplo.

nado nos bancos traseiros, bem como entradas USB para estes ocupantes, além de teto solar opcional", afirmou Di Si. "Não é algo que veio da nossa cabeça: identificamos essas necessidades em clínicas feitas com consumidores daqui."

Os motores do modelo comercializado no Brasil serão todos TSI, ou seja, equipados com turbo e injeção direta. O 250 TSI Total Flex é 1.4, gera até 150 cv com etanol e será oferecido somente com câmbio automático de seis velocidades Tiptronic. Outro motor, 200 TSI Total Flex 1.0, alcança

128 cv com etanol e pode receber transmissão manual ou automática.

Di Si afirmou também que a oferta de itens de infotainment será superior à da concorrência. Um sistema com tela touchscreen de 8 polegadas reunirá áudio, navegação e inteligência artificial: "Só o T-Cross terá o IBM Watson", uma espécie de manual cognitivo, que responde ao motorista questões sobre o veículo.

Da linha de pintura sairão T-Cross de oito cores: branco, preto, prata, cinza, vermelho, azul, laranja e bronze. Opcionalmente o teto pode ser na cor preta ou panorâmico, formado por dois painéis de vidro.

Itens de segurança incluem sete airbags e ampla gama de sistemas de assistência de condução, como o ESC, controle eletrônico de estabilidade, HHC, controle de assistência de partida em rampa, HBA, que auxilia em situações de frenagem de emergência, EDS, bloqueio eletrônico do diferencial, monitoramento da pressão dos pneus e frenagem automática pós-colisão.

Versões e preços só no lançamento comercial. Até lá os outros competidores se preparam: ganham corpo e afiam dentes e garras. A briga promete ser selvagem. ■

Vida longa ao Fox

Um dos mais longevos automóveis de produção ininterrupta em uma mesma plataforma da indústria brasileira, o Volkswagen Fox, está longe de sua aposentadoria. Produzido desde 2003 em São José dos Pinhais o modelo teve o número de versões e complexidade de catálogo reduzido pouco a pouco nos últimos anos, dada a chegada de novidades da casa como as novas gerações do Gol e do



Polo. Hoje as concessionárias oferecem Fox somente em duas versões, Connect, com opção de câmbio manual

e automatizado, e Xtreme, somente manual, sem opcionais.

Mas em setembro ordem inesperada chegou aos diretores da fábrica: ampliem a produção do Fox. Pablo Di Si, presidente da Volkswagen, justificou: "Os concessionários nos pedem mais Fox. Simplificamos o portfólio, reduzimos as opções de cores e mesmo assim o consumidor quer comprá-lo. Então, vida longa ao Fox".



New!

VOCÊ NUNCA PARA

NÓS IMPULSIONAMOS O SEU NEGÓCIO

A FPT é uma das líderes mundiais na fabricação de motores para caminhões, ônibus e veículos especiais. Tecnologia de ponta que se transforma em produtividade para o seu negócio *on road*. Nossa eficiência, sua força para chegar mais longe.

Consulte nossa rede de distribuidores FPT em:
www.fptindustrial.com

FPT. Um dos líderes mundiais na produção de motores, eixos e transmissões. 0800 378 0000

CURSOR 13



PEDESTRE, USE SUA FAIXA.





RIVAIAS AFIAM SEUS DENTES E GARRAS

Primeira reestilização de Renegade e de HR-V é tímida no design, mas há bons esforços em conectividade. Plano de preços levou cada qual a uma trincheira.

O Ford Ecosport sempre foi o dominador, verdadeiro T-Rex dos SUVs compactos, até por reinar quase sozinho na selva desde seu lançamento, em 2003. Essa era acabou em 2015, quando dois ferozes competidores chegaram e dominaram o terreno, o Jeep Renegade e o Honda HR-V. Hoje os dois travaram disputa acirrada pela preferência do consumidor no segmento que mais ganha participação nas vendas totais, deixando o EcoSport isolado.

Porém chegou a hora de mudar para manter a competitividade diante da concorrência que avança a passos largos. E nem Jeep nem Honda foram ousadas no facelift de meia vida: a ideia de ambas foi avançar mais em conectividade, um imperativo nos dias de hoje, do que em arroubos estéticos.

Diferença mesmo está no plano das marcas em estabelecimento de mercado. A Jeep aposta na identidade da sua marca, relacionada a aventuras e ao universo



Divulgação/FCA

off road, enquanto a Honda busca mais o perfil urbano.

A tabela de preços também mostra objetivos distintos: se o Renegade teve redução de até R\$ 8 mil na versão de entrada a Honda elevou em até R\$ 3 mil os valores das quatro versões do HR-V.

Essas alterações na definição dos preços estão mais relacionadas à chegada de novos competidores do que à inclusão ou retirada de equipamentos dos dois veículos. Para a diretora comercial da FCA, Tania Silvestri, "a redução dos preços da versão de entrada do Renegade atenderá aos clientes que desejam entrar no segmento SUV e que neste momento procuram opções em hatches e sedãs".

Os novos preços, calcula, poderão elevar a participação da versão de entrada dos atuais 25% do mix de venda do produto

para algo superior a 40%. "A competição no segmento é duríssima e tende a ficar ainda maior a partir do ano que vem. Trazendo novos clientes para o Renegade desenharmos uma estratégia para mantê-los na marca mesmo depois de alguns anos".

Por seu lado a Honda conhece bem o perfil do seu consumidor e os atributos valorizados do HR-V. Para ela seu SUV compacto tornou-se mais "refinado" na linha 2019, o que justifica elevar o preço. Pedro Rezende, gerente geral de comunicação, alega: "É o Honda mais vendido no Brasil, com valores que consolidaram seu sucesso no mercado e são referência para o consumidor".

A empresa, no entanto, não revela sua ambição de vendas, mas a limitação da produção total da sua fábrica no Brasil a 125 mil unidades/ano evidencia que não

Valores menores aqui...

A reestilização do Jeep seguiu regra de não mexer em time que está ganhando. O desenho da dianteira foi alterado sutilmente, em particular a grade, com as tradicionais sete fendas verticais da Jeep um pouco mais baixas. As versões Limited e Trailhawk ganharam faróis de LED, que segundo a empresa aumentam em 50% o alcance da iluminação. E todas as versões ganharam para-choque dianteiro com maior ângulo de ataque e rodas de alumínio de 17, 18

ou 19 polegadas com novos desenhos.

Por dentro leve reforma em console e painel: a maior novidade é a central multimídia touch screen de 8,4 polegadas de série nas versões Longitude, Limited e Trailhawk, compatível com smartphones Apple e Android. O Sport, de entrada, recebeu um sistema multimídia mais simples, com tela de 5 polegadas.

O porta-malas do Renegade foi redimensionado e assim ganhou 47 litros extras, agora

320 no total. A tampa traseira também recebeu discretas modificações para facilitar sua abertura.

O que não mudou nada foi a oferta de motores. As versões 4x2 Sport, Longitude e Limited seguem usando o 1.8 flex de 139 cv, com transmissão manual ou automática de seis velocidades. Já o motor diesel 2.0 de 170 cv, só com transmissão automática de nove marchas, está disponível nas versões 4x4 Longitude e Trailhawk.



Sport 1.8 Flex MT5	R\$ 78,5 mil, redução de R\$ 7 mil
Sport 1.8 Flex AT6	R\$ 84 mil, redução de R\$ 8 mil
Longitude 1.8 Flex AT6	R\$ 97 mil, mesmo valor da versão 2018
Limited 1.8 Flex AT6	R\$ 103,5 mil
Longitude 2.0 Diesel AT9 4x4	R\$ 125,5 mil
Trailhawk 2.0 Diesel AT9 4x4	R\$ 136,4 mil

há espaço para crescimento significativo no volume.

O ranking de vendas do segmento até setembro aponta o Honda como vice-líder com quase 10%, abaixo dos 12% de há um ano, quando liderou a faixa. A chegada do T-Cross e de outros concorrentes pode tirar mais um posto do Honda, mesmo com as novidades da linha 2019.

Já o Renegade tem uma rampa dura para enfrentar: fechava o pódio há um ano mas hoje é apenas o quinto mais vendido, com 9%. O novo regime de preços preten-

de elevar a participação para algo mais próximo de 10%, mas não será nada fácil.

A Jeep também enfrenta limitação produtiva por causa do sucesso de vendas do líder dos SUVs, o Compass, além da picape Fiat Toro: os três compartilham a mesma linha do Renegade em Goiana, PE, que já roda no limite de 250 mil unidades/ano. De acordo com Silvestri a crise na Argentina pode ajudar a deslocar mais unidades para o mercado brasileiro: "Produzimos para vários países e podemos remanejar a produção para atender às demandas". ■

...e maiores acolá.

A Honda não alterou significativamente a linha 2019 do HR-V: além de discreta mudança visual o modelo recebeu novo isolamento acústico, que com a recalibragem na suspensão e na transmissão proporcionarão rodar "mais refinado", na opinião da empresa.

A grade frontal foi redesenhada, com destaque para o cromado que apoia o logotipo da Honda de maneira mais horizontal. No interior novos bancos, com assento mais comprido e apoio lombar maior, além de sutis alterações no acabamento e porta-copos. Exclusiva para a versão EXL nova central

multimídia de 7 polegadas conecta celulares Apple e Android. A montadora compara o funcionamento da nova central do HR-V EXL ao de um tablet. As versões LX e EX oferecem sistema de áudio com tela de 5 polegadas com conexões USB e bluetooth.

HR-V LX	R\$ 92,5 mil, aumento de R\$ 2,3 mil
HR-V EX	R\$ 98,7 mil, aumento de R\$ 1,6 mil
HR-V EXL	R\$ 108,5 mil, aumento de R\$ 3 mil



Divulgação/Honda

DAF CAMINHÕES E SCHULZ AUTOMOTIVA

UMA PARCERIA DE CLASSE MUNDIAL



DAF



DAF Caminhões, mundialmente conhecida, vem conquistando o mercado brasileiro, e a Schulz sempre acreditou nesta trajetória. Continuaremos nossa parceria, agregando excelência em qualidade e entrega para que a DAF Caminhões ofereça sempre eficiência ao extremo e satisfação a seus clientes.



SCHULZ
AUTOMOTIVA

Peças fundidas, usinadas, pintadas e montadas.
www.schulz.com.br

Caoa Chery ganha corpo em Jacareí



Já são três os modelos produzidos no Vale do Paraíba: o QQ ganhou a companhia do Tiggo 2 e, agora, do Arrizo 5.

Duzentas pessoas da região de Jacareí, no Vale do Paraíba, Interior paulista, ganharam recentemente nova rotina: levantam-se pela manhã e após o café seguem para a fábrica da Caoa Chery da cidade. Lá trabalham na produção de duas novidades, o SUV compacto Tiggo 2 e o sedã Arrizo 5.

Mais 150 colegas deverão reforçar a equipe em breve, segundo Márcio Alfonso, CEO da empresa: "Depende do ritmo do mercado após as eleições. Se seguir essa rota de crescimento contrataremos mais".

Ainda que as áreas produtivas continuem a parecer superdimensionadas

para a operação, é notável o avanço de atividades em comparação ao movimento que existia logo após a inauguração oficial da fábrica, em agosto de 2014, que parecia absolutamente nenhum.

Ao todo são seiscentos os trabalhadores, que fazem a armação da carroceria, que chega estampada da China, a pintura e a montagem final, além de montagem dos motores.

Dos 4,5 mil pontos de solda parte é feita por robôs e outra por humanos mesmo. Após a montagem a carroceria parte para a pintura e, de lá, para a montagem final. Muitos itens de QQ, Tiggo 2 e Arrizo 5, os três modelos que ocupam as linhas de Jacareí, ainda são importados:

"Estamos em um processo de nacionalização de peças e componentes. Queremos dobrar o número de peças adquiridas aqui, chegando a 520, e ter ao menos sessenta fornecedores locais. Hoje são 28".

Mais empresas entraram para a base com o Arrizo: Michelin, Aptiv, Continental, Coplac, Colorfull, Eqmax e Pancron são novos parceiros. Há desejo de ampliar ainda mais as compras locais, especialmente para o câmbio CVT, importado da Aisin da China.

A parte de powertrain merece um espaço à parte, embora também só para montagem. Blocos, cabeçotes, virabre-

NACIONAL, SIM SENHOR
Novo sedã da Caoa Chery começou a ser produzido com 28 fornecedores locais. Plano é mais do que duplicar esse volume, chegando aos setenta.



quins e outros itens chegam desmontados da China para QQ e Tiggo 2 e montados para o Arrizo, no qual a operação local acrescenta basicamente apenas os itens ligados ao sistema flex fuel.

Há quatro anos os chineses, ainda sem a parceria, falavam em produzir em 2018 de 100 mil a 120 mil unidades na fábrica – o volume real será em torno de 10% dessa meta. Para o ano que vem a Caoa fala em vender 34 mil unidades.

QUE SUVS, QUE NADA

Embora muito se fale dos SUVs a verdade é que o segmento que recebeu mais novidades em 2018 foi o de sedãs, como Fiat Cronos, Toyota Yaris e VW Virtus.

As vendas de sedãs, também por isso, foram 11% maiores até setembro na comparação com o mesmo período do ano passado, representando cerca de 26% do total licenciado no País. O Arrizo 5 chega para tentar pegar ao menos parte deste bolo.

O modelo oferece generosa lista de equipamentos no catálogo RX, de entrada: partida sem chave, computador de bordo, ar-condicionado eletrônico, multimídia com tela de 7 polegadas compatível com Android Auto e Apple Carplay, câmera traseira com sensor de estacionamento, auxiliar de partida em rampa e roda de liga leve de 16 polegadas.

O RXT, topo de linha, adiciona à lista rodas de 17 polegadas, teto solar, airbag lateral e couro.

Alfonso entende que o Arrizo 5 "oferece pacote de itens bem interessante a preço atrativo. Podemos incomodar os líderes".

O motor é 1,5 litro flex com turbocompressor, 150 cavalos, e o câmbio tem como única opção CVT.

A meta é vender quinhentas unidades por mês logo nos primeiros meses de lançamento, no Salão do Automóvel. A rede Caoa Chery já tem setenta pontos de venda: "Acredito que possamos chegar a mais de cem até o fim do ano". ■

Do hangar para as ruas



Scania arma evento de dois meses para apresentar nova geração de seus caminhões, que entram em produção em fevereiro

AScania escolheu a região de praias de São Paulo, mais precisamente a cidade do Guarujá, para apresentar a nova linha de caminhões pesados que produzirá em São Bernardo do Campo, no ABCD paulista, a partir do princípio do próximo ano.

No local escolhido, uma antiga e histórica base área militar, fundada em 1922 com o objetivo de proteger o porto de Santos, a montadora reformou e adaptou dois hangares que receberão, até meados de dezembro próximo, cerca de quatro mil pessoas – jornalistas, concessionários, fornecedores e clientes, dos quais

2 mil transportadores do Brasil e outros setecentos da América Latina.

Só o lançamento consumirá investimento de R\$ 43 milhões. Será possível conhecer todos os pormenores técnicos do novo caminhão, bem como toda a estrutura de serviços será oferecida pela Scania a partir de agora. Estarão disponíveis 37 caminhões de vários modelos – estradeiros, off roads e urbanos – para testes pelos transportadores convidados em condições de uso.

Esta nova geração de caminhões, que a própria Scania considera e chama como “a melhor de todos os tempos”, marca um



Divulgação/Scania

novo ciclo industrial e comercial da marca na América Latina, tornando sua linha de produtos absolutamente atualizada em relação à Europa e consolidando seu maior investimento já realizado no Brasil, R\$ 2,6 bilhões até o final de 2020.

A expectativa é que todo o trabalho realizado em São Bernardo do Campo para a chegada dos novos caminhões transformará a planta brasileira na mais moderna fábrica de caminhões da América Latina. "Um produto premium precisa ser produzido em um fábrica premium", afirma Christopher Podgorski, presidente e CEO da Scania Latin America.

Segundo o executivo o desenvolvimento desta nova linha demonstra a preocupação da Scania em antecipar as principais tendências do mercado por um transporte com menor impacto ao meio-ambiente e, ao mesmo tempo, com maior eficiência e rentabilidade. "Estamos colocando no mercado uma ferramenta de negócio única, que une tecnologia, design, eficiência, inovação, customização e sustentabilidade e que é capaz de atender as atuais demandas ao mesmo tempo em que já está pronta para o futuro."

Motivos para tamanha empolgação não faltam. A fabricado do ABC foi totalmente reformulada para receber os novos caminhões, completamente diferentes da linha anterior. "Viramos tudo do avesso. Não sobrou um parafuso do caminhão antigo", assegura Alexander Vlaskamp, vice-presidente de marketing e vendas de caminhões.

Um dos destaques é nova unidade de solda de cabines que, segundo Podgorski, é em si "uma fábrica totalmente renovada que representa o estado da arte em Indústria 4.0". 75 robôs dividem espaço com as novas linhas de produção e de montagem. Os novos caminhões têm seiscentas novas peças, que trouxeram catorze novos fornecedores.

Para Silvio Munhoz, diretor de vendas, "este não é somente um novo caminhão. Estamos um passo à frente da indústria no que se refere à rentabilidade dos negócios dos nossos clientes e da sustentabilidade". Roberto Barral, vice-presidente de operações comerciais, diz ter "certeza que com esta nova linha vamos revolucionar o transporte na América Latina".

As cabines são totalmente novas por dentro e por fora e, somando-se todas as vantagens operacionais, a economia total de diesel gerada, segundo informações da empresa, poderá ser de até 12%. "Só os novos motores equipados com tecnologia de alta pressão garantirão até 8% de redução de consumo", calcula Podgorski, argumentando que "o melhor litro de combustível é aquele que nunca é consumido". Os demais 3% a 4%

serão garantidos pela aerodinâmica dos novos caminhões somada a treinamento dos operadores.

A gama de propulsores também terá novidades: 220, 280, 320, 410 e 500 cavalos. Além disso, o Brasil está recebendo a estreia mundial do novo motor de 540 cavalos. Outro lançamento importante está na chegada do motor de 7 litros para o segmento semipesado.

Em termos de combustíveis alternativos a nova geração chega com três novos motores movidos a GNV/biometano de 280, 340 e 410 cavalos. "Oferecemos o aqui e o agora, ou seja, as alternativas

que são viáveis para o atual momento do mercado", diz Podgorski, antecipando que os novos caminhões já estão preparados para eletrificação e automação quando for necessário.

Mas não é só o caminhão que é a novidade deste lançamento. A nova geração passará a ser oferecida no mercado dentro conceito TMA, de Taylor Made for Application, ou sob medida para cada aplicação. Serão mais de quinhentas configurações para até 38 aplicações de transporte, com dezenove opções nas cabines que, somadas às novas potências dos motores, farão da Scania uma das montadoras com maior quantidade de opções no segmento de pesados e semipesados.

Neste momento estão sendo feitos os últimos ajustes na fábrica para iniciar a produção definitiva dos novos caminhões nos dias iniciais de fevereiro do ano que vem, mesmo mês previsto para entrega das primeiras unidades – aliás, segundo a Scania, somente nos dois primeiros dias do evento de lançamento já foram vendidas trezentas unidades.

Produção dos novos caminhões conta com nova área de solda na fábrica de São Bernardo do Campo, desenvolvida a partir dos melhores preceitos de Indústria 4.0





**EXISTE
UM KA
PARA TODO TIPO
DE FAMÍLIA.**



KA
Ford



Baixar na
App Store

DISPONÍVEL NO
Google Play

No trânsito, a vida vem primeiro.

0800-703 FORD
3673



Marcos de Oliveira, CEO da lochpe-Maxion



Divulgação/lochpe-Maxion

Brasileiro, corintiano, é desde abril de 2014 presidente e CEO da lochpe Maxion S/A, responsável por todas as operações da empresa no mundo. Chegou à companhia em setembro de 2012 como vice-presidente corporativo. Antes foi presidente da Ford Brasil e Mercosul, desde 2006. Na montadora iniciou carreira em 1984, e presidiu a operação Ford México de 2001 a 2004. É graduado em engenharia pela FEI e pós-graduado em administração pela FAAP.

1

Com tantos altos e baixos da economia nacional é impressionante a lochpe-Maxion atingir neste 2018 seu centenário. Qual o segredo?

Resiliência. A família loschpe conseguiu dar à empresa a visão e a capacidade estratégica de se reinventar ao longo do tempo. Em 2008, por exemplo, a administração percebeu que para crescer era preciso expandir fronteiras, atuar internacionalmente e não só no Brasil.

2

O quanto global exatamente é a lochpe-Maxion hoje?

75% de nossos volumes de produção e vendas atualmente estão concentrados no Exterior, sendo aproximadamente 36% na Europa, 30% nos Estados Unidos e 9% na Ásia. Os 25% restantes têm origem na América do Sul, sendo o Brasil responsável pela maior parte.

3

Como a empresa se prepara para a mudança do perfil da indústria automotiva, incluindo eletrificação e condução autônoma?

Houve um grande estudo há algum tempo para determinar os caminhos do futuro da indústria. Hoje nossa atuação em autopeças está concentrada em rodas e elementos estruturais, como chassis, itens que certamente estarão presentes nos veículos do futuro independente de sua motorização, seja elétrica, célula de combustível etc. No caso das rodas em particular, enquanto não surgirem os carros voadores, podemos dizer que o mercado prosseguirá de forma importante. E mesmo os carros voadores provavelmente precisarão de um trem de pouso, então ainda assim os negócios devem se manter.

4

Como uma multinacional brasileira, com ações na bolsa de valores, o balanço da lochpe-Maxion é consolidado em reais. Isso não complica as coisas globalmente falando, em especial perante as variações de câmbio aqui?

Não, porque temos uma espécie de hedge natural: assim como costumam fazer as montadoras produzimos onde vendemos. Então a compra de materiais e a venda dos produtos ocorrem na ampla maioria das vezes em moeda local.

SÓ TEM UMA RAZÃO PARA VOCÊ
NÃO COMPRAR: JÁ TER UM.

PEUGEOT.COM.BR/3008

NOVO SUV PEUGEOT 3008
NUNCA UM SUV FOI TÃO LONGE.

BETC / HAVAS



3 ANOS
GARANTIA

*3 anos de garantia
total nos termos
dos respectivos manuais.

PILOTO AUTOMÁTICO INTELIGENTE

ACTIVE SAFETY BRAKE

SISTEMA DE PONTO CEGO ATIVO

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



Além de toda a tecnologia e robustez,
os proprietários desse SUV contam
com a melhor experiência em serviços
e a transparência do Peugeot Total Care.

PEUGEOT RECOMENDA TOTAL



No trânsito, a vida vem primeiro.

QUE VENHA O ANO QUE VEM



Fotos: Rafael Cusato

Congresso AutoData Perspectivas recebeu time de elite de executivos do setor automotivo e transformou o palco do Hotel Transamérica em fonte de informações relevantes e indispensáveis para o planejamento de 2019

Os quase 1 mil participantes dos dois dias do Congresso AutoData Perspectivas 2019, realizado em meados de outubro no Hotel Transamérica, em São Paulo, puderam desfrutar de um amplo leque de valiosas informações fornecidas por alguns dos mais importantes executivos do setor automotivo nacional – não só para o ano que vem mas também para os seguintes.

O evento, que não só é o mais relevante, como também o mais tradicional e importante do gênero no País, reuniu ao todo, em três palcos, quase quarenta profissionais de todos os segmentos, dos leves aos pesados, das máquinas agrícolas às motos, que apontaram números, índices e tendências, bem como suas respectivas análises. Confira a seguir algumas das principais declarações dos palestrantes. ■



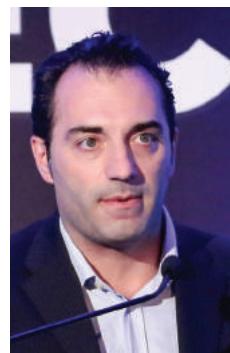
“Projetamos crescimento do mercado doméstico na casa dos dois dígitos baixo e produção mais ou menos na mesma proporção, talvez um pouco abaixo dos dois dígitos.”

Antônio Megale,
presidente da Anfavea



“Nos anos de crise registramos quedas superiores ao PIB, e é natural, então, agora crescemos acima dele. Em 2019 cruzaremos os R\$ 100 bilhões de faturamento [nas autopeças].”

Dan Ioschpe,
presidente do
Sindipeças



“A situação atual nos leva a acreditar que não há razões para esperar mercado abaixo de 2,6 milhões de unidades no ano que vem.”

Antonio Filosa,
presidente da FCA para
América Latina



“Esperamos em 2019 manutenção do quadro já visto no mercado interno em 2018, com viés de crescimento. O brasileiro voltou a comprar veículos.”

Pablo Di Si,
presidente da
Volkswagen América
do Sul



“Considerando Brasil e Argentina como um todo, não vemos um cenário de crise no Mercosul no ano que vem.”

Carlos Zarlenga,
presidente da General
Motors Mercosul



“O mercado deverá crescer de 5% a 10% desde que não haja deterioração dos níveis de confiança e que a Selic e o Risco-País se mantenham nos níveis atuais.”

Rogelio Golfarb,
vice-presidente
da Ford



“O mercado crescerá no ano que vem e nossa intenção é seguir com a evolução constante que registramos até agora.”

Alejandro Botero,
vice-presidente
comercial da
Renault



“Como em 2018 as vendas diretas também puxarão a alta de 2019: deverão crescer 12,8% enquanto o varejo deverá subir apenas 3,4%.”

Miguel Fonseca,
vice-presidente
executivo da Toyota



“No ano que vem o mercado crescerá, mas em ritmo lento. Nossa avanço virá por novos modelos, avanço da rede e aumento da qualidade nos serviços.”

Mauro Correia,
presidente da Caoa



“O crescimento dependerá das definições políticas, mas acredito que o mercado evoluirá independente do resultado das eleições.”

José Luiz Vendramini,
diretor comercial
da Nissan

Redes de Concessionárias



“O crescimento acontecerá se os nossos governantes fizerem tudo certo. Não podemos ter um acidente de percurso.”
João Batista Saadi,
presidente da Assobens
(Mercedes-Benz)

“O crescimento das vendas será porcentualmente menor do que 2018, mas haverá alta em segmentos já aquecidos, como o dos SUVs.”
Luiz Eduardo Guião,
presidente da Assobrav
(Volkswagen)

“Levaremos dez anos para voltar ao patamar de vendas de 2013, mas haverá crescimento em 2019.”
Carlos Sponchiado,
presidente da Abrac
(Chevrolet)

“Minha percepção é de crescimento, mas dependerá do que o novo presidente fizer nos seus primeiros meses de mandato.”
José Maurício Andreta Júnior, vice-presidente da Fenabrade

Sistemistas



“Estamos vivendo um momento bom e começaremos 2019 imprimindo o mesmo ritmo de 2018.”
Besaliel Botelho, presidente da Bosch (esq.)

“Construímos planejamento com base em cenário de crescimento conservador, já que existem incertezas no horizonte.”
Marcello Lucarelli, diretor da unidade de veículos comerciais da Continental (centro)

“A produção de caminhões e ônibus deverá crescer 8% em 2019 por menores investimentos em infraestrutura, crise argentina e endividamento das prefeituras.”
Amaury Rossi, diretor de negócios da Eaton (dir.)

A beleza capturou você.

Renault CAPTUR

Design à primeira vista.



RENAULT
Passion for life

DPZ&T



Conforto na estrada e fora dela.

Chave-cartão que trava e destrava por aproximação.

Câmbio automático CVT X-Tronic.



[f](#) [t](#) [i](#) [renault.com.br](#)



Trânsito seguro: eu faço a diferença.



Caminhões



“A produção deverá crescer novamente no ano que vem, mas em ritmo de dois dígitos baixo, enquanto as exportações andarão de lado.”

Roberto Cortes, presidente da VWCO



“Apesar das incertezas continuaremos crescendo. Se não acontecer nenhum desastre teremos alta de 10% a 20% no mercado de caminhões em 2019.”

Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz



“Estamos otimistas. A alta de mercado poderá ser maior do que 10%, dependendo das decisões que o futuro governo tomar.”

Ricardo Barion, diretor de vendas e marketing da Iveco



“Nossa projeção é alta de 20%. Mas para isto a economia precisará continuar, basicamente, no mesmo caminho que está hoje.”

Bernardo Fedalto, diretor de vendas de caminhões da Volvo



“Estimamos elevação de 10% a 20% no ano que vem, puxada pela produção agrícola e pelo maior consumo das famílias.”

Sílvio Munhoz, diretor comercial da Scania



“O mercado deve seguir na rota do crescimento, mas a rentabilidade dos negócios precisará necessariamente crescer junto.”

João Pimentel, diretor geral da Ford Caminhões

VOÇÊ ACREDITA EM TUDO O QUE LÊ?

As pessoas estão confusas por receberem grande quantidade de notícias falsas.

Sejam impressas, online, no celular ou em vídeo, as informações divulgadas pelas revistas são reais e baseadas em pesquisa e investigação jornalística. Leitores de revistas são mais envolvidos e propensos a recomendar suas matérias nas redes sociais.

REVISTAS
Eu acredito!

Ônibus



“Crescimento da economia, investimentos em infraestrutura, renovação de frota e valorização do transporte público dão potencial para nova alta.”

Jorge Carrer, gerente executivo de vendas de ônibus da VWCO

“Apostamos no desafio de crescer mais do que o mercado em 2019, na faixa de 15%.”

Sílvio Munhoz,
diretor comercial
da Scania

“Estamos otimistas para 2019: PIB crescente, inflação controlada, taxa de juros estável e expectativa de melhora nas vendas de escolares.”

Walter Barbosa, diretor comercial de ônibus da Mercedes-Benz

“Temos expectativa de investimentos com foco nas questões de combustíveis e trações alternativas, como o gás.”

Humberto Spinetti,
diretor comercial
Iveco Bus

“2018 foi um ano de recuperação e para 2019 a expectativa é continuar avançando, de 10% a 15%.”

Gilberto Vardânea,
diretor comercial da
Volvo Bus

Máquinas Agrícolas e de Construção

“A expectativa é avançar de 5% a 10%, ou até mais se houver reformas e políticas de financiamento.”

Thiago Wrubleski, diretor de planejamento e comercial da CNH Industrial

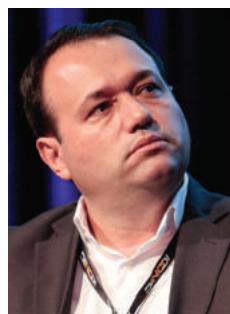


“Acreditamos que as compras do setor privado possam compensar uma queda prevista no setor público.”

Roberto Marques, diretor de vendas da John Deere

“É possível que ocorram impactos com a nova regra de emissão de poluentes, com antecipação de compras.”

Alexandre Vinícius de Assis,
diretor de contas chave
da AGCO



“Acreditamos no crescimento. Vislumbramos alta de dois dígitos sustentáveis nos próximos dois anos.”

Luiz Marcelo Daniel, presidente da Volvo CE

Motores Diesel



“As vendas de caminhões são baseadas no PIB. Se chegar a 2,5% atingiremos 20% de crescimento.”

José Eduardo Luzzi,
presidente da MWM

“O mercado de comerciais mostrou crescimento porque 2017 representa uma base baixa, assim como será 2018 na comparação com 2019.”

Maurício Rossi, diretor comercial da Cummins

“Ainda que a Argentina tenha puxado para baixo as exportações há safras importantes em outros países onde atuamos.”

Marco Rangel,
presidente da FPT

Crédito



“A inadimplência está sob controle e o crédito está disponível, mas o consumidor ainda precisa recuperar a confiança.”

Luiz Montenegro,
presidente da Anef

Motos



“Para 2019 estimamos crescimento de 5%, no mínimo, o que já seria de bom tamanho.”

Marcos Fermanian,
presidente da Abraciclo



“Os volumes de consórcio cresceram 8% até agosto e deverão crescer mais em 2019, principalmente em caminhões.”

Paulo Roberto Rossi,
presidente executivo da Abac



“A rede de concessionárias ainda se adapta a volume menor e o setor enfrenta custo elevado de frete.”

Oscar Pires de Castro Neto,
diretor da Yamaha

FINANCIAMENTO CRESCE ACIMA DO MERCADO

Oferta de crédito, mais uma vez, será fundamental para sustentar nova elevação das vendas de veículos no Brasil no ano que vem

Se tudo der certo até o fim do ano, e a projeção da Anfavea para o mercado interno, alta de 13,7%, se confirmar, os valores relativos à liberação de recursos para financiamentos de veículos fecharão acima disso.

A expectativa é por elevação de 16% na comparação com 2017, e isso em um cenário mais conservador projetado pela Anef, Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras. Calcula Luiz Montenegro, o seu presidente: "Em um cenário mais otimista é possível que essa evolução alcance a faixa de 20%".

Em valor isso representaria total de R\$ 117 bilhões a R\$ 120 bilhões, melhor resultado para os últimos cinco anos: "Se considerarmos que o PIB deve crescer apenas 1,4%, é um desempenho espetacular".

De acordo com Montenegro o avanço nos financiamentos é um indicador positivo para a indústria automotiva: "Como nosso balanço envolve todos os tipos de veículos, novos e usados, geralmente a reação aparece antes nos nossos números do que nos de licenciamentos de o KM".

INADIMPLÊNCIA CAI

A recuperação do crédito no setor automotivo se deu após momento dramático que se seguiu à crise de 2014 – a inflexão da economia e o aumento do de-



Os cinco modelos mais financiados

Em 2018, até setembro. Fonte: B3



Divulgação/Chevrolet



Divulgação/Hyundai



Divulgação/Ford



Divulgação/Renault



Divulgação/VW

1º Onix

2º HB20

3º Ka

4º Kwid

5º Polo

79 898

46 808

36 277

33 211

32 308



semprego levaram muitos consumidores à inadimplência. Os primeiros sinais de leve recuperação surgiram apenas no ano passado, mas se firmaram este ano.

Segundo a Anef a taxa de inadimplência caiu principalmente em função de um saneamento das carteiras de financiamento de veículos feito pelo mercado financeiro após o pico da recessão. No fim de 2016 o índice de atraso superior a noventa dias nas parcelas de financiamentos de veículos via CDC estava em 4,6% e hoje está em 3,5%.

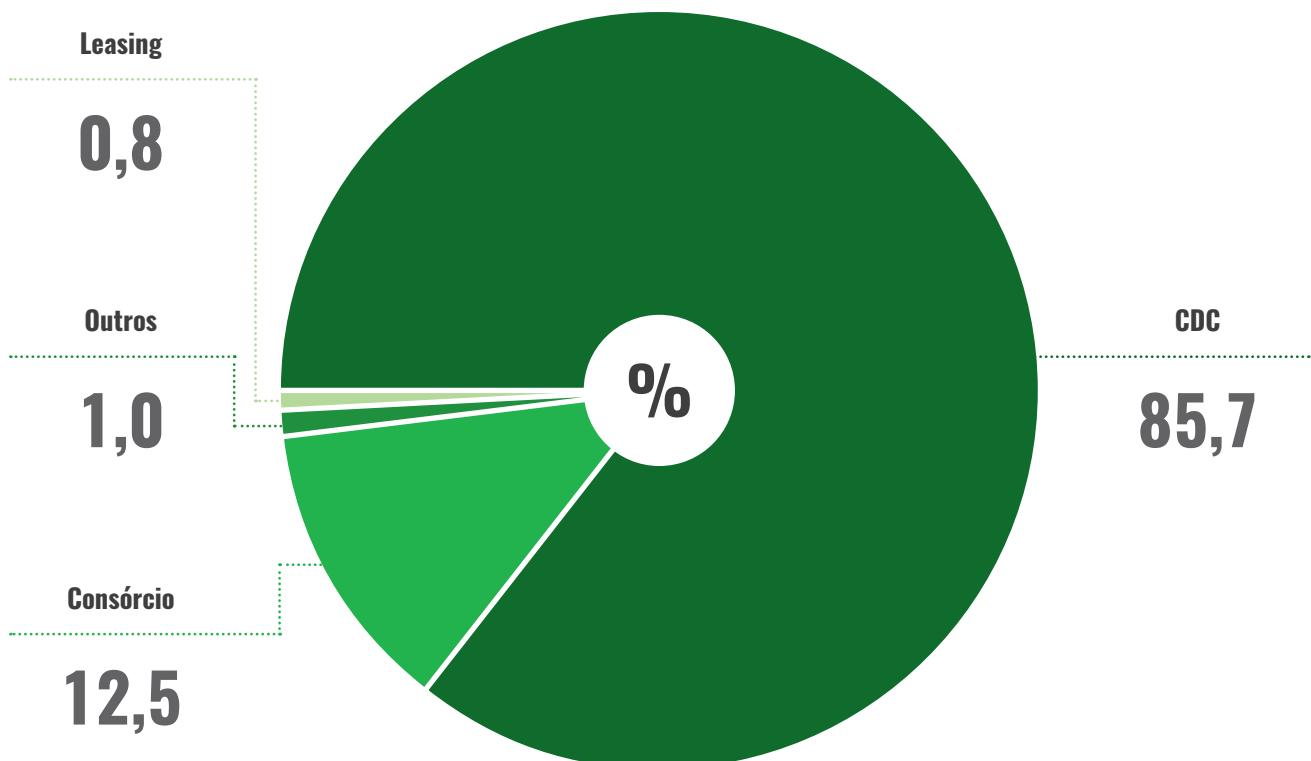
Segundo Montenegro o volume de aprovação de fichas em alguns bancos de montadoras atualmente está na faixa de 75%, índice bastante razoável.

"Houve, sim, momento de maior restrição, mas hoje os consumidores estão muito mais conscientes de sua capacidade de endividamento. Em 2012 e 2013 essa noção era pouca e os bancos haviam embarcado na onda de otimismo. Depois de um longo aprendizado o mercado financeiro, hoje, auxilia o cliente na sua proposta de crédito e presta assistência em educação financeira, cálculo de financiamento, prazos e valores de prestação que cabem no bolso do comprador."

No que se refere aos planos de financiamento atualmente a entrada está variando de 20% a 50%. Interessante é que em valores o montante tem sido

Financiamentos de veículos por modalidade

Em setembro de 2018. Inclui leves, pesados e motos. Fonte: B3



muito próximo para um carro pequeno e para um SUV compacto e, assim, quem compra modelo desse segmento financia um valor maior, o que por sua vez faz girar mais a roda dos recursos libera-
dos: "O sucesso dos SUVs compactos sem dúvida elevou o ticket médio dos carros nacionais, o que contribuiu para esse incremento de recursos no setor de financiamento".

Em termos de prazo houve uma leve dilatação recentemente: hoje está na média de 43 meses, enquanto há um ano era 42 meses. "Embora pareça pouco já é o suficiente para reduzir o valor das prestações e assim permitir o acesso a modelos de maior valor."

VOLTA DOS SESSENTA MESES

A grande novidade no setor de crédito é a volta dos financiamentos em

sessenta meses. Mas, para Montenegro, "cinco anos parece muito tempo para um financiamento, e o mercado não está tão estável assim para permitir essa confiança a longo prazo".

No que diz respeito a valores libera-
dos os veículos novos movimentam a maior parte dos recursos, enquanto que em quantidade de negócios os usados lideram. Segundo a Anef para cada carro novo financiado são outros 4,3 usados e seminovos vendidos a crédito.

A taxa média de juro de financiamento de veículos em outubro variou de 1% a 3,94% ao mês, comparando todos os bancos, de acordo com o Banco Central. A Anef informa que as financeiras ligadas às montadoras praticam juros médios de 1,38%, enquanto que a média geral do mercado está em 1,78% ao mês.

Os grandes bancos, como Itaú, Bra-

Volume de financiamentos de veículos

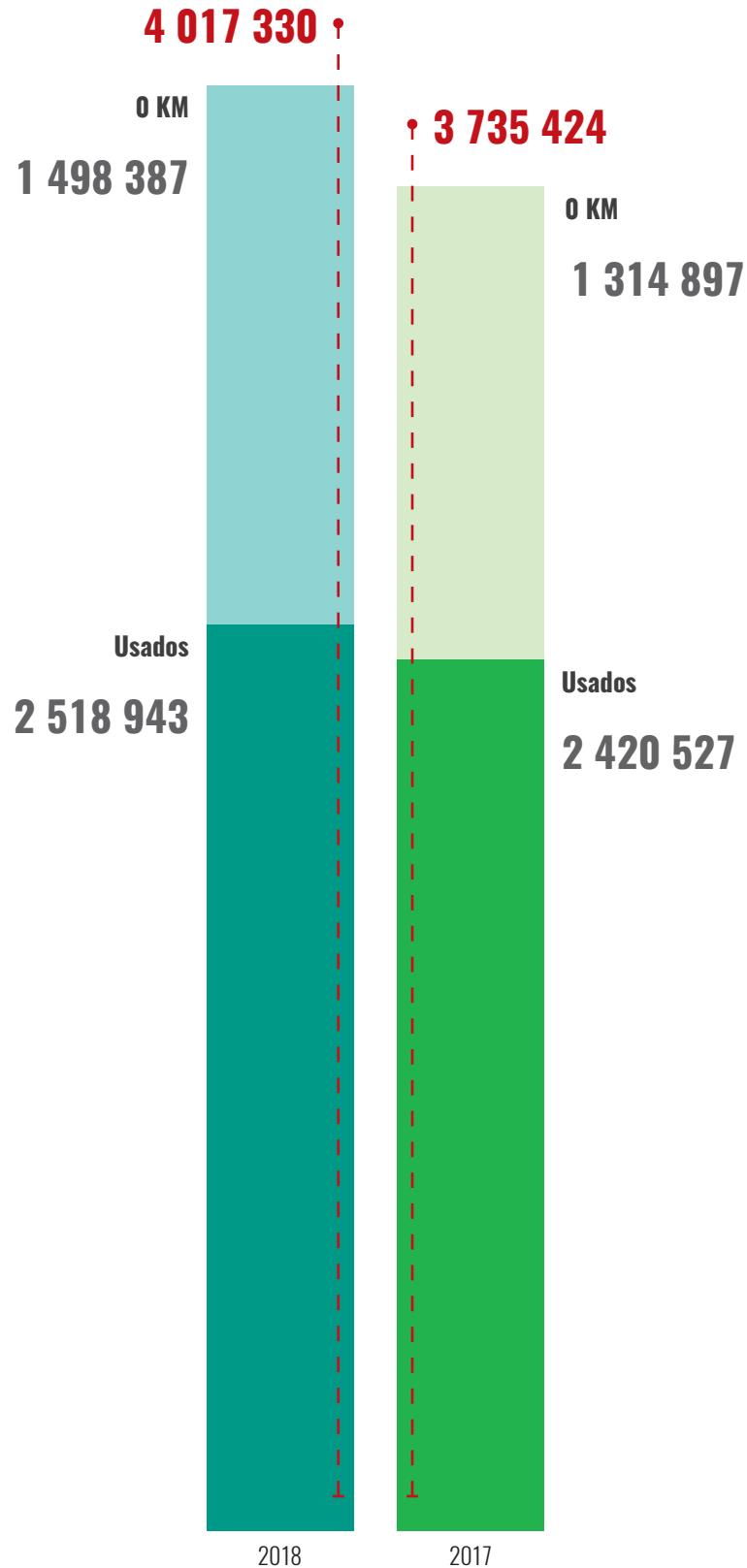
Comparativo anual até setembro. Inclui leves, pesados e motos. Fonte: B3

desco, Santander e Banco do Brasil, lideram o ranking de financiamento, pois detêm praticamente a metade da carteira de cada montadora – ou seja, cada banco de montadora tem em média metade dos financiamentos dos veículos de sua marca, mesmo oferecendo condições geralmente mais vantajosas. Os grandes bancos, graças à sua capilaridade, disputam a soma da metade das carteiras de todas as marcas que atuam no País e ainda são os principais financiadores do segmento de usados.

O Itaú Unibanco, por exemplo, atingiu R\$ 3,5 bilhões em concessão de crédito para financiamento de veículos no Brasil só no segundo trimestre deste ano, 54% além do mesmo período de 2017. O valor médio dessas operações foi de R\$ 31,8 mil, com prazo médio de financiamento de 41 meses e porcentual médio de entrada de 39%.

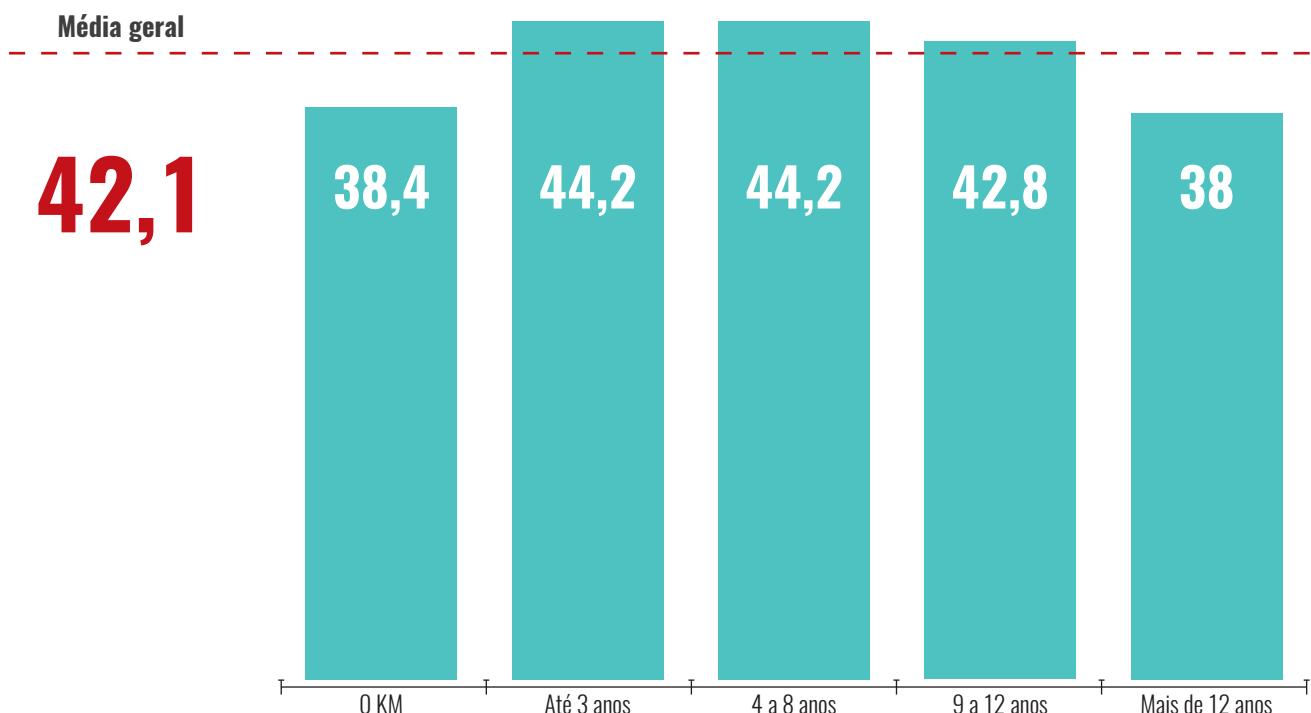
Segundo seu diretor Rodnei Bernardino de Souza a instituição fez análises profundas para entender o processo de compra por parte dos clientes e a partir daí criou produtos e serviços específicos, que vão desde a busca de veículos na internet até a finalização do negócio em lojas e concessionárias: "Por isto registramos crescimento maior do que a média do mercado, que também foi beneficiado por um cenário mais favorável, com retomada gradual e aumento da confiança do consumidor para contratar um crédito de longo prazo".

Já o Banco do Brasil celebra resultados de serviço de contratação de financiamento de veículos pelo celular, via aplicativo do banco, com taxas mensais a partir a partir de 0,93%. Desde seu lançamento, em setembro de 2015, foram liberados R\$ 1,9 bilhão em contratações pelo canal, que já representa 67% de todas as operações da linha. Ali os clientes encontram, por exemplo, possibilidade de financiar 100% do valor do veículo em até sessenta meses com 180 dias



Prazo médio de financiamento x idade do veículo

Em meses, setembro de 2018. Apenas automóveis. Fonte: B3



de carência, e o sistema funciona inclusive nos fins de semana.

O ticket médio de financiamento é de R\$ 40 mil.

BANCO PACCAR

Embora os grandes bancos dominem o mercado possuir uma operação financeira própria ainda é es-

tratégico para a maioria dos fabricantes de veículos, ainda que alguns tenham firmado parcerias com bancos tradicionais como Bradesco ou Itaú – caso do Banco Fidis, da FCA, com as marcas Fiat e Jeep.

O caso mais recente de entrada nesse setor é o da DAF Caminhões, marca com origem na Holanda controlada pela Paccar, com fábrica no Paraná. Ela acaba de entrar na última etapa da fase de criação do Banco Paccar, que deverá iniciar operações no primeiro semestre de 2019. João Petry, diretor de serviços financeiros da DAF, afirma que "a Paccar Financial é uma oportunidade para expandir o acesso ao crédito. Nossos diferenciais serão o foco nos clientes e em suas necessidades específicas de negócios, com uma equipe especializada em financiamento de caminhões e um grande nível de agilidade nas demandas". ■



QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



Médicos Sem Fronteiras é uma organização médico-humanitária internacional independente. Levamos ajuda médica às pessoas que mais precisam, sem distinção étnica, religiosa ou política. Trabalhamos em mais de 60 países, em situações como catástrofes naturais, desnutrição, conflitos armados e epidemias.

Para isso, dependemos da ajuda de pessoas como você! Sua doação mensal vai nos permitir agir com rapidez nas emergências, em que cada minuto faz a diferença entre a vida e a morte. **Com R\$ 1 por dia** durante um mês, vacinamos 37 crianças contra o sarampo. **Com apenas R\$ 30 por mês**, você nos ajuda nos atendimentos médicos, a realizar partos e fazer campanhas de vacinação.

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

Seja um Doador Sem Fronteiras!
Doe assim que chegar ao seu destino.
Acesse msf.org.br



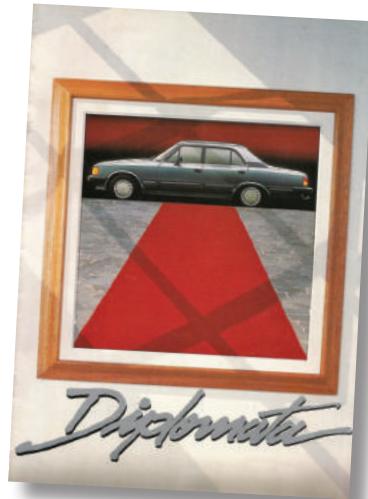
Prêmio Nobel da Paz 1999

O carro certo
no tempo certo
no lugar certo



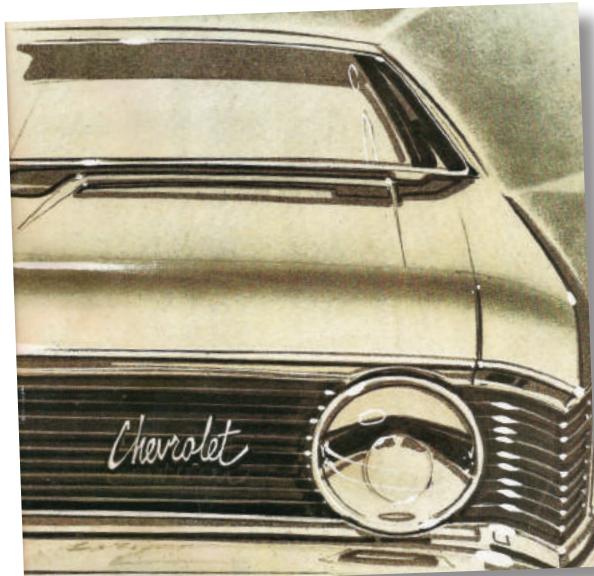
Divulgação/Acervo MIAU Museu da Imprensa Automotiva

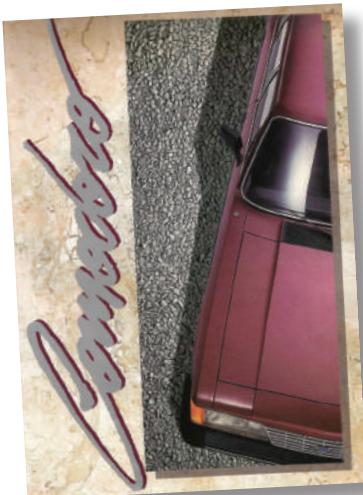
MOMENTO HISTÓRICO
19 de novembro de 1968
foi o dia que mudou para
sempre a General Motors
do Brasil: era lançado o
Chevrolet Opala.



E era mesmo o carro certo, na hora certa, no lugar certo

Opala, primeiro automóvel fabricado pela General Motors no Brasil, comemora 50 anos idolatrado por uma legião de fãs





MILIONÁRIO

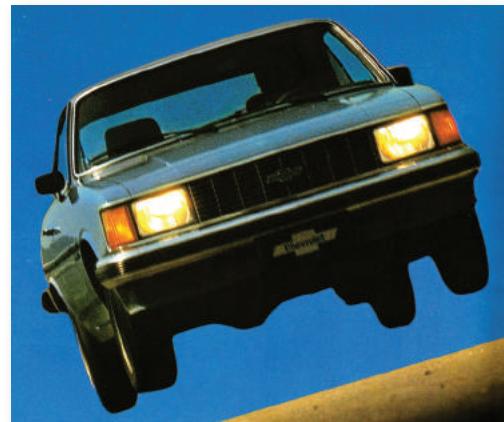
Praticamente um milhão de Opala foram fabricados no Brasil de 1968 a 1992. Ele saiu de cena para dar lugar ao Omega, arrasando muitos fãs – os hoje denominados Opaleiros.

Caravan a rigor.
Novo Caravan Comodoro.



CARRO ABRE-ALAS

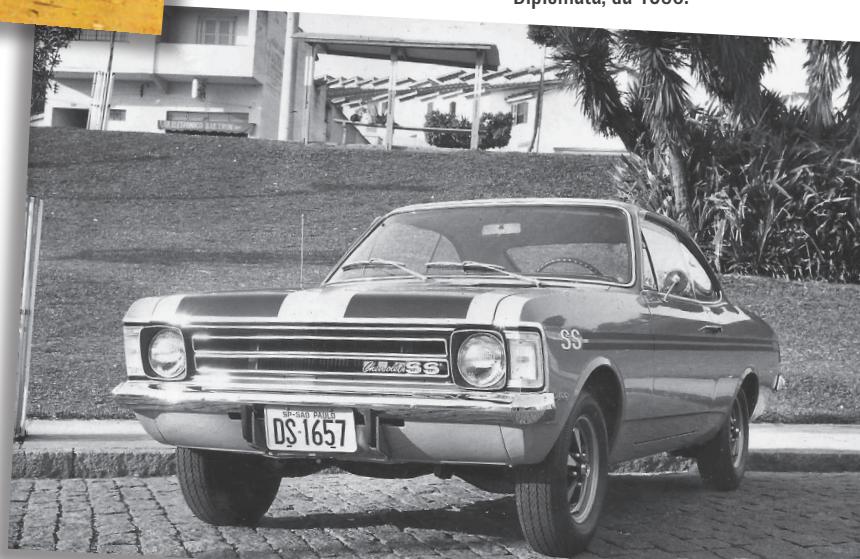
Até 1968 a GM só fabricava no Brasil caminhões e utilitários: ninguém jamais vira antes um automóvel Chevrolet Made in Brazil. A Caravan chegou na linha 1975.



TÍPICAMENTE NACIONAL

O Opala foi o primeiro GM do mundo a combinar carroceria europeia a motor estadunidense. E daí nasceu seu nome, contração de Opel com Impala.

ESPORTE FINO
O esportivo SS nasceu no ano-modelo 1971 e foi até o 1980. Mas fundamentais mesmo foram as versões luxuosas Comodoro, a partir da linha 1975, e Diplomata, da 1980.



E tudo começou com algumas araucárias

A família Ioschpe foi uma das quarenta que chegaram ao Brasil em 1912 vindas da Bessarábia, hoje Moldávia, ligada à União Soviética. Foi uma iniciativa da Associação de Colonização Judaica, fundada em Londres, na Inglaterra, em 1891, para promover e assistir a emigração de judeus para colônias nas Américas do Sul, notadamente Brasil e Argentina, e do Norte. A associação, também conhecida pela sigla ICA, adquiriu fazenda no Rio Grande do Sul, no hoje município de Quatro Irmãos.

Uma das principais atividades promovidas pela associação ali era a exploração de madeira, pela abundância de araucárias na região. Não por outra razão a Iochpe-Maxion nasceu como a serraria Engenho D'água, iniciativa de Gregório Iochpe em 1918.

Outro membro da família, Salomão Ioschpe, também passou a atuar no setor madeireiro em 1937. E assim em 1938 surgiu a Iochpe, Irmão & Filhos, cujos sócios eram Gregório, Miguel, Moyses, Salomão e Israel, um embrião do Grupo Iochpe. Sua atividade principal era comercialização de madeira, vigas e toras de pinho.

A Iochpe-Maxion chega à incrível marca de um século de existência como a maior empresa brasileira de autopeças – mas muita coisa aconteceu nesse longo caminho até aqui



Já aqui se notava a primeira veia empreendedora estratégica da família: percebendo que as araucárias começavam a rarear na região a empresa partiu para um novo ramo de atividade. Assim o Grupo lochpe criou em **1956** a Sagrisa, de fruticultura: maçãs, pêssegos e ervilhas bem como sua industrialização na forma de conservas, compotas e enlatados. Daí à primeira entrada efetiva no setor automotivo foi um pulo: no mesmo ano surgiu a Auto Agrícola, representante Massey no Rio Grande do Sul para venda de tratores e máquinas agrícolas.

Em **1968**, com a criação do Banco lochpe de Investimentos, o grupo entra no setor financeiro. E dez anos depois compra a Indústria de Máquinas Agrícolas Ideal, de Santa Rosa, RS, tornando-se fabricante.



Em **1979** mais um braço, este até espantoso: o Grupo lochpe adquiriu participação acionária da Edisa Eletrônica Digital S/A, marcando a entrada da companhia no mercado de informática. Naqueles tempos, amigo!

Em **1982** uma certa volta às origens apareceu na formação da Rio Grande Companhia de Celulose do Sul, em sociedade com Klabin e Votorantim.

Dentro da área automotiva o passo mais importante desta história foi dado em **1983**, quando o Grupo lochpe comprou a operação brasileira da Massey Ferguson Perkins, fabricante de máquinas agrícolas e motores. E no ano seguinte aconteceu a abertura de capital, com oferta de ações na bolsa de São Paulo.

Em **1989** a importância do lado industrial e automotivo nos negócios foi definitivamente sacramentado com a criação da marca Maxion, que abarcou todos os negócios da Massey, Perkins e Ideal – ao mesmo tempo em que a lochpe saía do setor financeiro. E neste mesmo ano foi criada a Fundação lochpe, cujo maior fruto é, até hoje, o Formare.

Naquele **1990** outro passo importante no ramo automotivo foi dado com a compra da mineira FNV, Fábrica Nacional de Vagões, antiga estatal que naquelas alturas, veja só, fabricava justamente rodas e longarinas para veículos de passeio e comerciais, dois ramos no qual a lochpe-Maxion de hoje se concentra.

Outro passo representativo aconteceu em **1992**, quando a empresa negociou com a Fumagalli a aquisição de uma linha de produção de rodas sem câmaras, então uma novidade por aqui, para tratores, caminhões e ônibus.



Divulgação/lochpe-Maxion

E em **1994** mais uma compra, agora da Eluma Autopeças, de Contagem, MG. Neste mesmo ano a denominação do Grupo mudou para lochpe-Maxion, confirmando a importância do setor automotivo nos negócios gerais da companhia.

A divisão agrícola deu adeus em **1996**, com a venda dos ativos para a AGCO, que já era proprietária global da marca Massey Ferguson.



E em **2000** a área ferroviária ganhou uma associação com a Amsted, formando a Amsted-Maxion, dedicada ao desenvolvimento e produção de vagões de carga e seus componentes. Em 2003 a divisão adquiriu ainda as atividades da Cobrasma.

Em **2008** o primeiro grande salto internacional com a inauguração de fábrica em Nantong, na China, para produção de rodas de aço para veículos comerciais: capacidade produtiva de 600 mil rodas/ano para os mercados europeu e asiático.



2009 viu a compra da Fumagalli e suas fábricas de Limeira, SP, e San Luis Potosi, no México. E de metade da argentina Montich S.A., fabricante argentino de longarinas, chassis e estampados para veículos comerciais.

Mas tudo aconteceu mesmo em **2012**, um ano histórico: compra da Hayes Lemmerz, tradicional fabricante global de rodas de aço e alumínio, com 17 fábricas no mundo, e do Grupo Galaz/Inmagusa, importante fabricante mexicano de longarinas para veículos comerciais com atuação no mercado estadunidense. Com essa internacionalização os negócios foram divididos em Maxion Structural Components e Maxion Wheels – braço que em 2016 inaugurou nova fábrica de rodas de alumínio em Limeira.

Neste **2018** a lochpe-Maxion chega ao seu centenário como a maior empresa brasileira de autopeças, com faturamento anual na casa de R\$ 7,5 bilhões – número do ano passado – e 31 fábricas em 14 países, sendo quatro no Brasil, e 15 mil funcionários. Apesar de efetivamente internacionalizada, as operações continuam centralizadas por aqui.

AUTODATA

Empresarial

56

Neo Rodas – A jovem fabricante brasileira de rodas de alumínio, em apenas dois anos, mais do que dobra sua produção e cresceu mesmo em tempos de crise.

58

Conectividade – MAN e Volkswagen Caminhões e Ônibus contam agora com a tecnologia de conectividade RIO, empresa digital que também faz parte do Grupo Traton.

60

Hella – Em sua sofisticada fábrica brasileira no interior de São Paulo, a Hella produz sistemas que oferecem mais segurança e eficiência energética aos automóveis nacionais.

NASCE UMA ESTRELA BRASILEIRA

Apostando firme em qualidade e inovação tecnológica, a jovem Neo Rodas vem conquistando a preferência das montadoras e, em apenas dois anos de vida, mais do que dobra sua produção de rodas de alumínio

Por Mauro Cassane

Completar dois anos de atividade normalmente não é motivo para celebração de uma empresa. Mas chegar a essa idade em franca expansão em um cenário hostil de crise política e econômica, é um feito que merece, com toda certeza, destaque. Ainda mais atuando em um dos setores mais abalados pela retração econômica, o automotivo.

A Neo Rodas surgiu em 2016, no momento mais agudo da crise econômica e quando a desconfiança com relação ao mercado automotivo brasileiro já ganhava o mundo. A retração batia os 50% e toda a indústria apertou o pé no freio. Manter o negócio em

pé, mesmo para empresas decanas, estava muito complicado. Agora, abrir uma nova empresa, e para atuar exatamente no setor mais abalado, foi um ato de pura ousadia e bravura.

Mas a Neo Rodas deixou rapidamente bem claro que o seu surgimento não se tratava de aventura e sim de estratégia de negócios. A empresa sabia muito bem o que estava fazendo. Foi visionária ao avistar oportunidades escondidas pela fumaça do caos econômico. A empresa é uma das mais jovens fornecedoras da indústria automotiva brasileira e, também, neste pouco tempo, já atende demandas nos países do Mercosul.

O que a Neo Rodas fez ao adquirir os ativos da fabricante de rodas de alumínio Alujet, do Grupo Sifco, que já fornecia para as montadoras instaladas no Brasil, foi focar na qualidade e inovação tecnológica e o primeiro passo foi manter na equipe todos os profissionais (da produção à administração) comprometidos com essas duas máximas. O segundo passo veio em forma de investimento: aporte de mais de R\$ 30 milhões na modernização da fábrica de Vinhedo, interior de São Paulo. O conceito de qualidade total nos processos de produção, gestão, compras, vendas e, sobretudo, pós-



Qualidade nos processos e tecnologia aplicada à produção



vendas, surtiu efeito positivo logo no primeiro ano quando a Neo Rodas se manteve firme no seletivo rol de fornecedores de fabricantes como Volkswagen, FCA, GM, Caoa-Hyundai, Mitsubishi, Lifan e BYD.

Do total investido até este ano, cerca de R\$ 3 milhões foram destinados à aquisição e instalação do equipamento Zwerp Test, voltado a testes de fadiga bidirecionais e destinado à homologação de novos produtos. O equipamento já está em operação e antes disso a empresa só conseguia fazer testes similares em laboratórios credenciados na Europa.

Além disso, logo no início das operações, com o objetivo de assegurar qualidade dentro dos padrões globais exigidos para rodas de alumínio, a empresa adquiriu dois equipamentos italianos: uma célula de usinagem completamente automatizada, que é capaz de corrigir automaticamente parâmetros de processo e usar modelos distintos de rodas sem a necessidade de set-up, e duas injetoras de baixa pressão automatizadas da LPM. A fábrica também foi equipada com outros equipamentos novos como máquinas automáticas de balanceamento, estanqueidade a Hélio e equipamentos de raios-X automáticos para as suas linhas de produção.

Os frutos deste investimento foram rapidamente colhidos. Fornecendo rodas de alumínio exclusivamente ao segmento OEM, dentro dos padrões de qualidade das montadoras, os pedidos se multiplicaram em meses. Se em 2016 a Neo Rodas fornecia cerca de 40 mil rodas por mês, desde o início deste ano esse volume mais do que dobrou, chegando a 100 mil unidades mensais. "Estamos crescendo bem acima do mercado porque nossos clientes reconhecem a Neo Rodas como um parceiro confiável em todos os aspectos, e que fornece produtos com qualidade reconhecida", comenta

Ivens Pantaleão, Diretor de Operações. Com uma trajetória ascendente, a Neo Rodas é certamente a mais jovem empresa do setor automotivo nacional que nasceu durante a crise e conseguiu crescer até mesmo acima da média do mercado. E como as perspectivas são positivas, com novos negócios em andamento, no início deste ano a novata foi novamente às compras nos Estados Unidos e trouxe para sua fábrica de Vinhedo modernos equipamentos de fundição e usinagem, composto por células automatizadas e robotizadas que já estão em operação. "Estamos nos preparando com segura antecedência para responder rapidamente ao aumento da demanda".

A Neo Rodas começou em 2016 com 250 colaboradores (quase toda equipe da empresa anterior foi mantida) e agora já conta com mais de 350 profissionais no quadro de funcionários. Com uma gestão moderna e toda atenção à eficiência, nesse pouco tempo de operação, a empresa recebeu diversos prêmios de clientes, da mídia especializada e entidades ligadas ao setor. Da Caoa Hyundai foi premiada no ano passado e neste ano; de Autodata foi consagrada entre as Melhores de 2017 e foi finalista na edição de 2018; também ganhou duas vezes o Prêmio Top Engenharias, concedido pela UFMG (2017 e 2018), em reconhecimento à excelência no desenvolvimento de produtos.

A marca Neo Rodas esteve presente em importantes lançamentos da indústria automotiva dos últimos meses: VW Polo e Virtus, Fiat Argo e Fiat Toro e, também, no Jeep Renegade, para citar alguns exemplos. "Sabemos que há ainda muito espaço para crescermos pois o percentual de rodas de alumínio aplicadas aos veículos novos no Brasil ainda está bem abaixo da média global", destaca Luiz Carlos Massarenti, Diretor Comercial. A Neo Rodas está apenas começando, mas já acumula feitos notáveis em sua trajetória.

CONECTIVIDADE AMPLA, TOTAL E IRRESTRITA

Começa a operar em 2019 na América Latina a plataforma digital RIO, do Grupo Traton, capaz de conectar e compartilhar informações entre caminhões, implementos, motoristas, frotista, cliente final e rede de concessionárias

Por Mauro Cassane

Mais do que um sistema de conectividade, RIO é uma estruturada empresa digital que opera dentro do Grupo Traton (que controla, entre outras marcas, montadoras que operam no Brasil como a MAN, Volkswagen Caminhões e Scania). A marca RIO foi lançada oficialmente em 2016, na Alemanha, com o propósito

de ser uma plataforma de logística aberta e baseada em "nuvem" e está, há dois anos, demonstrando sua eficiência ao integrar, na Europa, milhares de caminhões fabricados pelas marcas do grupo.

A novidade vai estar disponível a partir de 2019 aos mercados latino-americanos. O sistema é inteligente e permite conexão eficiente entre caminhões, reboques, motoristas, frotista, embarcador, cliente final e, inclusive, concessionárias. Tudo para que a carga saia do ponto A e chegue ao ponto B dentro dos conformes e mitigando imprevistos. Todas as vicissitudes são levadas em consideração pelo equipamento que processa dados sobre o pedido considerando informações de tráfego, clima e navegação, gerando recomendações valiosas e sob medida em tempo real para todos os envolvidos no processo logístico.

A novidade tecnológica é acessível e pode ser utilizada por grandes e pequenas empresas, inclusive por caminhoneiros autônomos. Esse é um dos melhores benefícios da digitalização que torna a alta tecnologia cada vez mais democrática.

"A inovação está em nosso DNA. Combinando nossos já conhecidos conceitos 'Menos, você não quer; mais, você não precisa' e 'Sob medida', o lançamento do RIO agregará so-



**Roberto Cortes, presidente
e CEO da Volkswagen
Caminhões e Ônibus**



luções digitais para ecossistemas completos de transporte e logística. Isso vai representar uma evolução na tecnologia pioneira do Volksnet, incorporando suas funções e oferecendo muito mais. O transporte na América Latina será muito mais seguro e eficiente", explica Roberto Cortes, presidente e CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

Cortes também revela que, "por sua importância estratégica", mas também pelo tamanho do mercado, o Brasil vai ser o primeiro país latino-americano a ser atendido pelo RIO. Depois a plataforma digital será oferecida aos mercados mexicano, chileno e argentino. Para atender às demandas regionais, a plataforma contará com serviços exclusivos para a América Latina, além do portfólio global do RIO, de fabricantes e outras empresas. Um exemplo é o pacote Security. "Ao longo do próximo ano, os caminhões VW Delivery, VW Constellation e MAN, além dos ônibus Volksbus, destinados ao mercado brasileiro, sairão gradualmente de fábrica prontos para conexão digital através da RIO Box, que também será oferecida para instalação a quem já possui veículos da marca com interface aberta FMS. Esperamos atender os demais mercados latinos em breve, começando pelas operações de transporte em nossas fronteiras", comenta Cortes.

A interface vai gerar também benefícios em outros serviços que a VWCO oferece a seus clientes. Nos caminhões e ônibus Volkswagen conectados com a RIO Box, o atendimento aos clientes pelo ChameVolks será muito mais

eficiente e ágil. Ao receber uma chamada, o consultor prontamente identificará a localização e o histórico dos indicadores que auxiliarão no correto diagnóstico do veículo. Dessa forma, o concessionário acionado estará mais preparado para realizar o atendimento, de forma eficaz, em campo ou em seu espaço, aumentando a produtividade através do menor tempo de parada do veículo para manutenção.

Outra vantagem importante é que o equipamento instalado no caminhão não vai agregar custo extra algum. O equipamento vem com o pacote básico, chamado "RIO Essentials" que oferece mapas digitais com a posição do veículo, análise de desempenho, consumo médio de combustível, distância percorrida no período, tempos de direção e parada, além de horas de funcionamento do motor.

Outros serviços, e são muitos, poderão ser adquiridos quando o cliente desejar. "Os clientes poderão aderir ou cancelar serviços individualmente, a cada dia e por veículo, sem um prazo mínimo — taxas de adesão ou prazos mínimos de permanência não se aplicam, com exceção dos serviços que exigem equipamentos adicionais (como sirene, sensores etc.)", explica Jan Kaumanns, CEO do RIO.

Além do Essentials, os serviços RIO disponíveis aos clientes da Volkswagen Caminhões e Ônibus serão: avaliação de desempenho do veículo com maior armazenamento dos dados na nuvem, treinamentos do motorista e monitoramento; gerenciamento de tacógrafos e planejamento de manutenção, entre outros.

MUITO ALÉM DOS SOFISTICADOS FARÓIS

Completando dois anos de operação de sua fábrica no Brasil, a alemã Hella está pronta para atender as novas demandas da indústria automotiva nacional por sistemas que ofereçam mais segurança e eficiência energética

Por Mauro Cassane

Os brasileiros associam rapidamente a marca Hella como fabricante Premium de faróis automotivos. Já entre as montadoras, a empresa alemã é respeitada também por fornecer, além de sistemas de iluminação, sofisticados

componentes eletrônicos de eficiência, conforto e segurança que equipam as marcas mais respeitadas do mundo. A Hella é uma empresa familiar centenária. Sua história começou em 1899 na cidade alemã de Lippstadt. Com faturamento global de 7,1 bilhões de Euros, a empresa emprega cerca de 40 mil pessoas em 125 unidades industriais distribuídas por 35 países. É uma gigante do setor automotivo que aportou no Brasil há apenas sete anos.

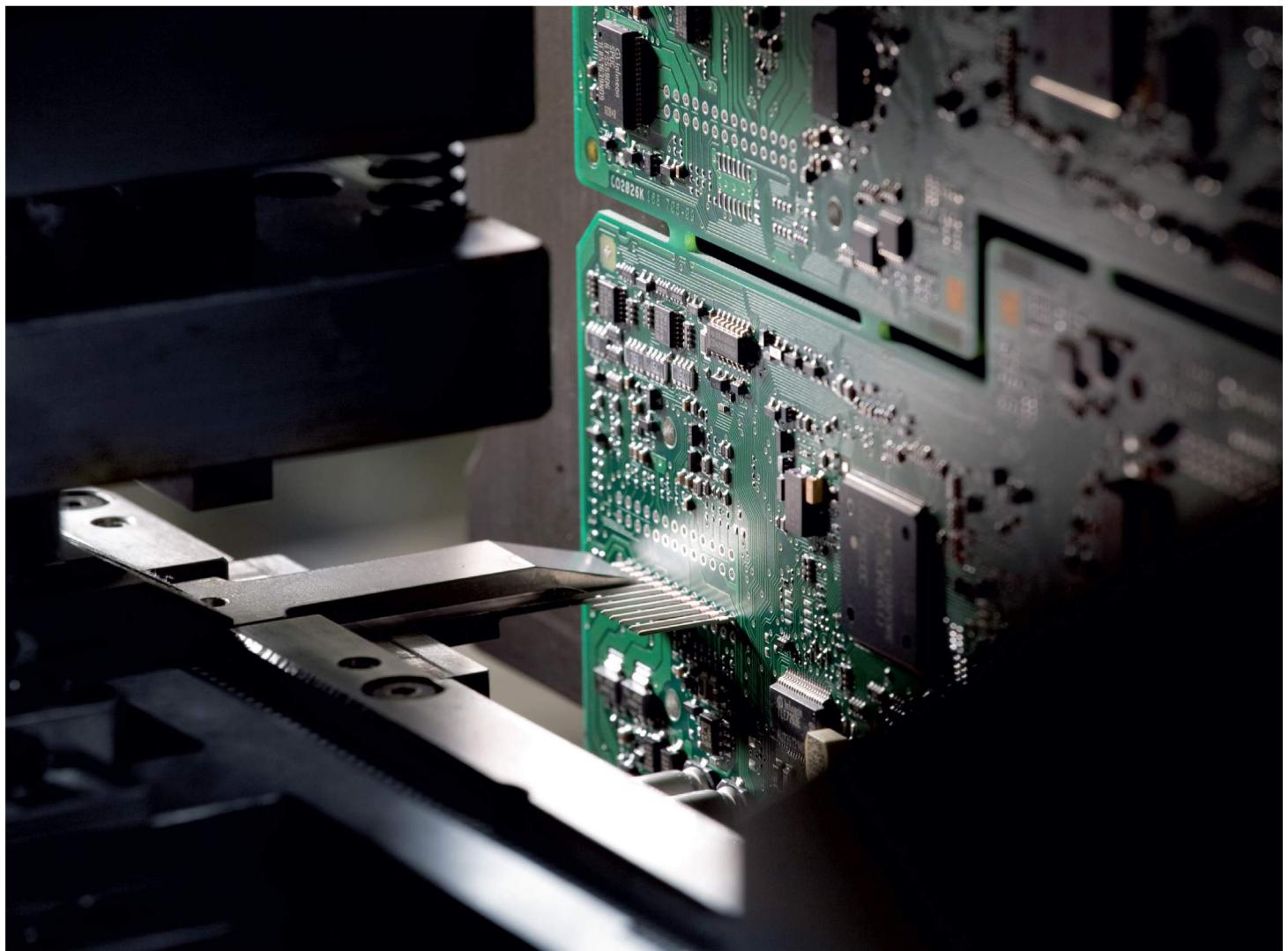
A empresa chegou por aqui em 2011 e, cinco anos depois, inaugurou fábrica em Indaiatuba, SP, voltada para produção de módulos eletrônicos. Investiu 43 milhões de reais em instalação e equipamentos e já há investimentos adicionais previstos para nacionalização de novos produtos ao longo dos próximos anos.

Em 4 mil m² de área construída, a unidade brasileira é um exemplo de fábrica inteligente, contando com os mais modernos equipamentos e processos do mercado.

Na operação em Indaiatuba, a Hella produz atualmente o Módulo de Controle de Bomba de Combustível (FCM) e o Módulo de Conforto (BCM), ambos fornecidos para a indústria automotiva do Merco-



Planta industrial da Hella, em Indaiatuba (SP): tecnologia de ponta



sul. Em testes realizados nos laboratórios da Hella, o FCM comprovou redução de até 1% no consumo de combustível. "Nossos sistemas inteligentes proporcionam maior conforto, comodidade e eficiência energética permitindo que o automóvel ofereça uma experiência mais amigável ao usuário, com menor consumo de combustível e menos emissão de poluentes", comenta Carlos Bertozzi, diretor geral da Hella do Brasil.

Para atender aos requisitos do Rota 2030, as montadoras instaladas no Brasil estão estudando a introdução, em larga escala, de sistemas que ofereçam maior eficiência aos veículos. A expectativa para os próximos anos é de demanda elevada por esses produtos aqui no Brasil. Por isso a HELLA, em parceria com um grande fornecedor de sistemas de direção, já está no processo de nacionalização do Módulo de Controle de Direção Elétrica. Outro produto de seu portfólio global, o Radar de detecção de ponto cego poderá ser nacionalizado caso os altos volumes esperados no mercado brasileiro sejam concretizados.

"Por seus benefícios econômicos, em segu-

rança e ambientais, esses sistemas já são largamente utilizados nos veículos mais modernos que estão em circulação na Europa, Ásia e América do Norte. Certamente, em pouco tempo, serão itens originais de fábrica também aqui no Brasil", destaca Bertozzi. Além disso, há estudos para nacionalização também do Pedal de Acelerador Eletrônico, onde a HELLA já detém grande fatia do mercado mundial.

Os icônicos e sofisticados faróis da Hella, contudo, ainda serão importados. "Temos uma longa tradição e detemos tecnologia de ponta na área de iluminação e é bem natural que os faróis da marca, especialmente por sua elevada qualidade, sejam tão conhecidos no Brasil, mas optamos em produzir aqui, primeiramente, os mais avançados sistemas de segurança, conforto e eficiência atualmente disponíveis no mundo." Bertozzi enfatiza, porém, que a fábrica da HELLA em Indaiatuba está apta a produzir os sistemas eletrônicos de suporte às novas tecnologias de iluminação tais como os faróis Full Led, que a companhia entende ser uma tendência futura também no nosso mercado.

MAGNETI MALELLI

A Magneti Marelli foi vendida pela FCA por € 6,2 bilhões à japonesa Calsonic Kansei. O negócio ainda precisa de aprovação de órgãos europeus e deverá dar origem à sétima maior sistemista do mundo. Nova empresa deverá se chamar Magneti Marelli CK e contará com operações na Europa, Japão, Américas e Ásia, além de um contrato de longo prazo de fornecimento à FCA. O CEO será o atual presidente da Calsonic Kansei, Beda Bolzenius, enquanto o presidente da Magneti Marelli, Ermanno Ferrari, fará parte do conselho da nova empresa.



Por Marcos Rozen

Sugestões de pauta para esta seção podem ser dirigidas para o e-mail rozen@autodata.com.br

DPASCHOAL RECICLA 1

A rede DPaschoal de serviços automotivos divulgou seus números de reciclagem registrados no ano passado: foram mais de 1,2 milhão de tonelada divididos em nove itens: borrachas, contrapeso, plástico, papelão, embalagem de óleo, pano de limpeza, ferros diversos, papel e raspas de pneu. 689 mil produtos foram separados em itens como pneu, amortecedor, bandeja, bateria, caixa de direção, câmara de ar, chassi/disco/tambor, cilindro, filtros, junta homocinética, lâmpada, lona, macaco, mola e roda, além de 212 mil litros de óleo lubrificante encaminhados para rerefino.

DPASCHOAL RECICLA 2

A rede oferece aos clientes o programa Eco Control: por meio de mensagens em celular e e-mail podem ser enviadas informações sobre o processo de reciclagem de seus pneus e baterias substituídos, desde a saída das lojas até o processo efetivo de reciclagem. Em um ano 552 mil pneus e quase 24 mil baterias tiveram suas informações divulgadas por meio do sistema.



Divulgação/DPaschoal

ADEFA ELEGE

Hernán Vázquez, presidente da Volkswagen Argentina, foi eleito novo presidente da Adefa, associação equivalente à Anfavea na Argentina, para o biênio 2018/2019. Ele sucede a Luis Fernando Peláez Gamboa, da Renault, agora vice-presidente, e estará acompanhado ainda de César Luis Ramírez Rojas, da Scania, como secretário geral.

NOVO LABORATÓRIO

A Fundação Santo André, FSA, inaugurou o primeiro laboratório do ABCD dedicado a estudos, pesquisa científica e desenvolvimento de soldas com foco na indústria automotiva. Área foi desenvolvida em parceria com ABB, SSAB e Air Liquide. As atividades serão orientadas por professores de engenharia da FSA e de outras universidades, na graduação e pós-graduação.



Divulgação/Meritor

MOLINA

Nathalia Molina é a nova diretora de Recursos Humanos para a América do Sul da Meritor. Há quatro anos na empresa, promovida: antes, gerente da área.



Divulgação/Meritor

SOUZA

Rafael Borges de Souza, novo diretor de compras da Meritor. Dez anos de casa, sempre na área: até então, gerente de compras sênior.



Divulgação/ALD

REIS

Pedro Reis é o novo CEO da ALD Automotive Brasil, especialista em gestão e terceirização de frota. Nascido em Portugal, há 16 anos na empresa. Antes, CFO para Brasil e América Latina.

R\$ 6,7 MI PARA RECARGA

O BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, aprovou apoio de R\$ 3,4 milhões e R\$ 3,3 milhões para dois projetos de redes de recarga de veículos elétricos no País. Os recursos serão provenientes do BNDES Funtec, fundo não reembolsável voltado a projetos de pesquisa aplicada, desenvolvimento tecnológico e inovação. As iniciativas foram selecionadas em chamada pública realizada em 2016 e serão desenvolvidas por duas unidades da Embrapii, a Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial: Fundação CPqD, Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações, e a Fundação CERTI, Centros de Referência em Tecnologias

A MELHOR É QUARENTONA 1

A Rodovia dos Bandeirantes, SP-348, comemorou 40 anos em 28 de outubro. Como uma espécie de presente foi considerada a melhor rodovia do País, pelo sétimo ano consecutivo, em pesquisa da CNT, Confederação Nacional dos Transportes. Em segundo lugar ficaram as rodovias D. Pedro I e SP-340, que formam a ligação Campinas a Jacareí, seguidas da SP-225, que liga Bauru a Itirapina.

**TCM PAULISTANO AUTORIZA**

O Tribunal de Contas do Município de São Paulo liberou a prefeitura para fazer a licitação do novo sistema de transporte por ônibus da Capital, com recomendações de ajustes. A licitação, originalmente prevista para 2013, foi suspensa várias vezes e deve representar aquisição de até 14 mil novos ônibus para a cidade nos próximos anos.

JLR CHEGA AO PARÁ

A Jaguar Land Rover inaugurou sua quadragésima concessionária no País, em Belém, no Pará. Casa do Grupo Raviera é a primeira naquele Estado e a terceira da região Norte – se soma a Palmas, no Tocantins, e Manaus, Amazonas. Três mil m² de área, showroom de veículos novos e seminovos e oficina.



Divulgação/JLR

RECORDE VOLVO CARS

A Volvo Car comemora recorde de vendas no Brasil: pouco antes do fim de outubro já acumulava 5 mil 224 unidades comercializadas em 2018, ultrapassando seu até então melhor resultado anual, registrado em 2011, de 5 mil 212 unidades. Meta para o ano é de 6,5 mil unidades.

FORD ESTREIA GRAFENO

A Ford garante que é a primeira fabricante automotiva a utilizar grafeno em peças: cobertura de linhas de combustível, bombas e motores, como isolante acústico, em Mustang e F-150. De acordo com a montadora material é "leve e incrivelmente resistente, 200 vezes mais forte que o aço". Em testes feitos pela Ford e fornecedores espuma de revestimento interno misturada com grafeno trouxe redução de 17% no ruído, melhoria de 20% nas propriedades mecânicas e de 30% na resistência ao calor.



Divulgação/Michelin

MICHELIN LANÇA

A Michelin lançou no mercado brasileiro o pneu Primacy 4. Segundo a empresa banda de rodagem traz novo desenho com fundo da escultura de perfil mais quadrado, o que melhora o desempenho nas frenagens em piso molhado. Composto também é novo e permite duração de até 10 mil quilômetros a mais que seus principais concorrentes, pelos cálculos da fabricante.



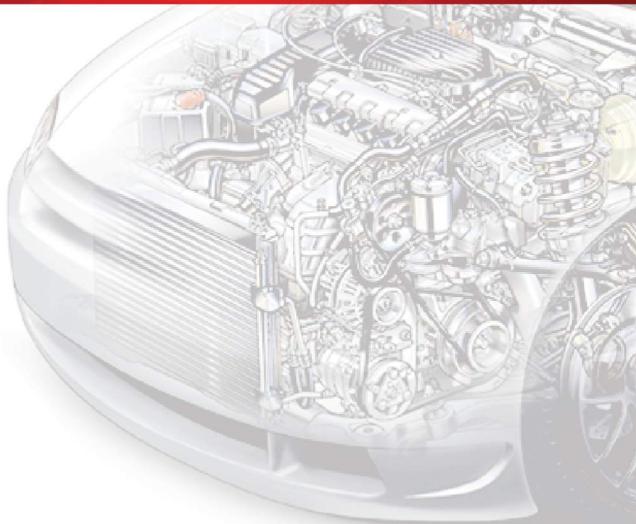
Divulgação/VW

100 MIL MADE IN BRAZIL

A fábrica de motores da VW em São Carlos, SP, celebra marco produtivo de 100 mil motores 1.4l TSI destinados à exportação: são embarcados para a fábrica de Puebla, no México, para equipar Jetta e outros vendidos nos Estados Unidos. Volume é só um terço do contrato total, que vai até 2020. Ao todo São Carlos já produziu mais de onze milhões de motores desde sua inauguração, em 1996.



O SEU EVENTO ACONTECE AQUI



UMA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO
ESPECIALIZADA EM EVENTOS
PARA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.

Entregamos a solução completa para o seu evento!

Gestão de campanhas de marketing, criação e produção de eventos de networking, congressos e reuniões corporativas, lançamentos de produtos e criação de conteúdos.

www.izzogroup.com.br
contato@izzogroup.com.br

OTHER IZZO

61 400 000

brasileiros estão inadimplentes, segundo levantamento da Serasa Experian relativo a setembro. Ao todo eles devem

R\$ 274 000 000 000,00

sendo que a média é de quase quatro dívidas por CPF.

“Precisamos desta duplicação rapidamente, porque a BR-381 já ganhou o codinome de rodovia da morte.”

Argumento utilizado por deputado federal por Minas Gerais para defender suplementação ao orçamento de 2019 para obras em rodovias e ferrovias, durante audiência na Câmara dos Deputados em Brasília, DF.

50,9

foi o Índice de Confiança do Empresário Industrial, ICEI, em outubro, segundo a FIEMG, Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais. Número é 4,2 pontos menor do que há um ano.

“O custo do aço nos Estados Unidos está acima de qualquer outro lugar do mundo.”

Joe Hinrichs, presidente global de operações da Ford, criticando a política adotada naquele país de criar barreiras para importação da matéria-prima.

O site britânico Confused.com, especializado em seguros para veículos, fez uma pesquisa com dois mil usuários perguntando o que mais os desencoraja, hoje, a adquirir um veículo elétrico.

Era possível citar mais de uma razão.

72%

apontaram o baixo número de estações de recarga

61%

indicaram a demora para recarregar a bateria e

59%

assinalaram preço muito alto do veículo.



Financiamento de Veículos Itaú. O seu negócio é vender, o nosso é acelerar junto.

O Itaú oferece diversos benefícios para ajudar você a rentabilizar o seu negócio: precificação por cliente, Troca Certa e financiamento de serviços e acessórios. São soluções para ajudar você a vender mais e aumentar a satisfação dos seus clientes.

Para saber mais, fale com um
representante Itaú na sua região.

Nosso negócio é viabilizar o seu.

Sujeito à análise de crédito.





NOVA GERAÇÃO SCANIA

PARA O ÚNICO NEGÓCIO QUE IMPORTA. O SEU.

O transporte de cargas demanda um alto padrão de performance em eficiência energética, combinando economia de combustível, aerodinâmica do veículo e performance de condução do motorista.

Pensando nisso, a Scania apresenta sua nova geração de caminhões e redefine o padrão de produtividade e eficiência. Deixe-nos mostrar o que acontece quando combinamos a força das especificações técnicas corretas com soluções inteligentes em serviços otimizados.

Permita-nos apresentar uma solução feita sob medida para o único negócio que importa.

Transito seguro: eu faço a diferença.

ATÉ
12%
de economia de
combustível

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA
Economia presente em todos os detalhes

