

AutoData

Ano 24 | Fevereiro 2016 | Edição 318

Tempero nordestino

Primeiro veículo Fiat feito fora de Betim, MG,
a picape Toro representa o início de um novo
ciclo da marca no País, com renovação total
da linha nos próximos três anos



From the Top
Alarico Assumpção Jr.

Fornecedores
Apoio à base

Ranking
Altos e baixos

TODA RELAÇÃO SE CONSTA COM CONFIANÇA.



11AVAS

Pedestre, use sua faixa.
0800 011 8088



15 ANOS
FABRICANDO NO BRASIL

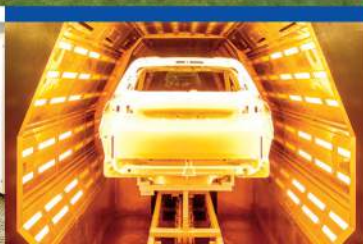


TRÓI



HÁ 15 ANOS, O GRUPO PSA PEUGEOT CITROËN CONFIU NO POTENCIAL DO BRASIL E SE TORNOU A PRIMEIRA MONTADORA DE AUTOMÓVEIS DA REGIÃO SUL FLUMINENSE. HOJE, COM TANTOS LANÇAMENTOS E SONHOS REALIZADOS, ESSA RELAÇÃO SEGUE MAIS FORTE DO QUE NUNCA.

GRUPO PSA. CONSTRUINDO UM BRASIL COM CONFIANÇA.



PSA PEUGEOT CITROËN

20 | Capa

O lançamento da picape Toro, além de ser o primeiro produto da Fiat produzido fora de Betim, MG — foi para a fábrica da FCA em Goiana, PE, casa do Jeep Renegade —, representa o início de uma renovação completa do portfólio da empresa no País.



Divulgação/Fiat

26 | Fornecedores

Sistemistas investem em programas para ajudar seus fornecedores a enfrentar momentos difíceis e preservar a saúde das empresas estratégicas.

32 | Ranking

Em 2015 o Chevrolet Onix se tornou o líder de vendas no País e as três maiores fabricantes, Fiat, GM e Volkswagen encerraram o período com menos de 50% de participação.

35 | Ranking

A MAN conseguiu se manter no topo das vendas de caminhões em disputa apertada com a Mercedes-Benz. É o 13º ano consecutivo na liderança.

38 | Produção

PSA Peugeot Citroën completa 15 anos desde que inaugurou sua fábrica em Porto Real, RJ. De lá para cá já soma 1,5 milhão de unidades produzidas.

42 | Montadora

A Nissan inicia o ano com notícias promissoras: Carlos Ghosn, CEO da Aliança Renault-Nissan, confirmou a produção do crossover Kicks em Resende, RJ.

44 | Evento

O Salão de Detroit, apesar das temperaturas negativas, mostra que já respira os ares da recuperação do setor nos Estados Unidos.

46 | Segurança

Denatran aprova resolução que obriga a instalação do controle eletrônico de estabilidade como item de fábrica: bom tanto para os negócios quanto para salvar vidas.

06 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

12 | From the Top

Alarico Assumpção Jr., presidente da Fenabrave

56 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

58 | Artigo

Alfredo Jobke, da AGCO América do Sul

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Conselho Editorial

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho, Fernando Calmon, Mauro Forjaz (1922 - 2009), Rik Turner, Sérgio Duarte, Tide Hellmeister (1942 - 2008)

Redação

Vicente Alessi, filho, diretor, George Guimarães, diretor adjunto, Márcio Stéfani, editor, S Stéfani, editor de Compatibilização de Conteúdo, Alzira Rodrigues, editora chefe, Décio Costa, editor executivo; Marcos Rozen, editor executivo, André Barros

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: Divulgação/Fiat

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900 Paulo Fagundes

Comercial e Publicidade

Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Rosa Damiano, executivos de contas, Adenilson Aparecido da Silva, auxiliar de marketing

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

Tel.: PABX 11 5189 8900, fax 11 5189 8942 Vera Lúcia de Paula

Departamento Administrativo/Financeiro

Vera Lúcia Cunha, diretora adjunta, Ana Lúcia N Handro, Hidelbrando C de Oliveira, Márcio Dourado Silva e Thelma Melkunas

Apoio

Cirléia R Costa, Gilberto S Santos (1974 – 2000), Maria Aparecida de Souza, Maria Elza C Neves, Simone R Costa

Tiragem

8 500 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISSN 1415-7756

AutoData é publicação da AutoData Editora Ltda., Rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil, tel. PABX 55 11 5096 2957. É proibida a reprodução sem prévia autorização, mas permitida a citação desde que identificada a fonte.

Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJSP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Briga acirrada

É consenso no setor automotivo que as vendas de veículos em 2016 serão menores do que as de 2015. Pelas projeções da Fenabreve a queda será de 5,8%, como pode ser visto no nosso From the Top com Alarico Assumpção Jr., seu presidente. Curiosamente, porém, ele prevê um ano não tão ruim como o anterior, fruto de o setor estar melhor preparado para os novos patamares do que estava há um ano.

Certo é que janeiro começou devagar, com apenas 155,2 mil unidades emplacadas, volume 39% inferior ao do mesmo mês de 2015. Um número, porém, que não chega a assustar. Reflete, segundo executivos do setor, menor volume de vendas diretas em função dos períodos mais prolongados de férias coletivas na virada do ano. Com produção menor caem os negócios com fro-
tistas e, em paralelo, os estoques na rede se ajustam.

É ver agora, dentro de um mercado ainda menor, como se comportarão as marcas. Em 2015 teve quem cresceu em volume e os que mesmo com vendas menores expandiram participação. Outras, obviamente, perderam market share, um vaivém interessante de modelos e marcas retratado em reportagem sobre o ranking do setor no ano passado, um dos destaques desta edição.

Em 2016 ganhará, certamente, quem melhor serviço prestar, com diz Alarico Assumpção Jr., como também quem tiver produtos mais ao gosto do consumidor. E novidades não faltarão.

A Fiat saiu na frente com a picape Toro, nossa capa, e a Nissan anunciou a produção local do crossover Kicks. Indícios claros de que o setor não está parado e que a briga por mercado estará ainda mais acirrada este ano.

AD

Alzira Rodrigues | editora
alzira@autodata.com.br

Promessa

A Aliança Renault-Nissan garante que lançará no mínimo uma dezena de veículos autônomos nos próximos quatro anos. E assegura que serão modelos “voltados ao grande público, em larga escala e com preços acessíveis”. Já para este ano promete a apresentação de carros com controle automático da posição na faixa de rolamento, em estradas e congestionamentos. Em mais dois anos sistema automático de mudança de faixa, bastando ao motorista acionar a seta.

Fiesta

A indústria automobilística do México teve seu melhor ano em 2015, com recordes em produção, vendas domésticas e exportações. Saíram das linhas de montagem mexicanas 3,4 milhões de veículos no ano passado, 5,6% a mais do que em 2014. As exportações somaram 2,8 milhões de unidades — 2 milhões somente para os Estados Unidos —, avanço de 4,4%, enquanto o mercado interno consumiu 1,4 milhão, 19% a mais.

Álcool

As vendas de etanol hidratado bateram recorde histórico no ano passado: 11 bilhões de litros, alta de 39,2% ante 2014, aponta o Sindicom, Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e Lubrificantes.

Motocicletas

A Abraciclo refez suas projeções para 2016, com pequena variação para cima. A entidade estima agora que a produção de motocicletas deverá crescer 2,5% este ano, para 1 milhão 295 mil unidades, e o mercado interno fechar em 1 milhão 280 mil motocicletas no varejo, evolução de 0,5%.

Tudo pronto



Divulgação/Jaguar Land Rover

A Jaguar Land Rover inaugurará sua fábrica em Itatiaia, no Rio de Janeiro, no início do segundo trimestre: abril ou maio, a depender de como serão acomodadas as agendas de executivos e autoridades envolvidas. As primeiras unidades pré-série do Evoque e Discovery Sport, entretanto, já saíram da linha de montagem sul-fluminense, devidamente

testemunhado por Frank

Wittemann, nomeado presidente da empresa para América Latina e Caribe, em sucessão a Terry Hill, que segue para a China. Wittemann confessa ter pouco conhecimento do mercado brasileiro, mas tem ampla experiência em mercados emergentes: está há anos na Rússia, os últimos cinco pela JLR. A planta de Itatiaia, projeto de R\$ 750 milhões, terá capacidade anual para produzir 24 mil veículos, até mesmo um modelo Jaguar.

Off

Reforço

A Honda transferirá a produção do utilitário CR-V do México para os Estados Unidos em 2017. O SUV será produzido em Greensburg, Indiana, para abrir mais espaço para o HR-V em Guadalajara. A mudança pode ainda representar reforço nos volumes do HR-V no Brasil, já que a montadora poderia trazê-lo sem imposto de importação.

Para baixo 1

Veículos importados seguem perdendo espaço no mercado brasileiro. Responderam por apenas 16,1% das vendas no ano passado e, segundo projeção da Anfavea, não ultrapassarão os 15% em 2016.

Para baixo 2

A fatia dos importados só encolheu nos últimos quatro anos. Em 2011 fechou em 23,6%, passou para 20,7% em 2012, 18,8% em 2013 e 17,6% em 2014. Em 2015 foram negociados 414 mil unidades, queda de 33% ante as 617 mil de 2014.

Storniolo

O experiente Carlos Storniolo é o novo presidente da NSK do Brasil, sendo responsável também pela Argentina. Na empresa desde 2014 como COO, Chief Operating Officer, Storniolo é o primeiro brasileiro a assumir a presidência por aqui.

Outro

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara dos Deputados, CCJ, aprovou o Projeto de Lei 5125/09 que inclui na lista de equipamentos obrigatórios dos veículos dispositivo antiesmagamento nas janelas dotadas de vidros elétricos. O texto segue agora para o Senado.

Um semestre

A Lifan deverá manter paralisada sua fábrica em San José, no Uruguai, por todo o primeiro semestre, dizem executivos chineses que atuam na unidade brasileira, com sede em Salto, no Interior de São Paulo. A unidade possui uma linha de motores, inativa desde outubro, e outra de veículos, que parou no fim do ano. A fábrica monta três modelos para atender exclusivamente ao mercado brasileiro: o SUV X60, o sedã 530 e o caminhão leve Foison.

Subindo

As vendas da Subaru no Brasil cresceram 46% em 2015 e superaram 1,6 mil veículos. E Flávio Padovan, diretor-geral da Subaru no Brasil, vislumbra novo avanço: “Vamos crescer. Não sei quanto, mas vamos”.

Campeãs

Relatório da Secretaria Nacional do Consumidor, Senacon, indica que a FCA foi a montadora que mais convocou recalls em 2015 no Brasil: dezesseis para produtos Chrysler, Dodge, Fiat e Jeep. em seguida estão Mercedes-Benz, com dez chamados, Volkswagen e Jaguar Land Rover, oito cada, BMW e Honda Automóveis, empatadas com sete, e Ford e Toyota, com seis.

Nacional

A BorgWarner já produz a Viscronic, embreagem viscosa eletrônica de velocidade variável, para veículos extrapesados na fábrica de Itatiba, SP.

Maxion

Joaquim Borges Rodrigues Jr. é o novo CEO da Maxion Structural Components, divisão da Iochpe-Maxion. Ele substitui Armando Ulbricht Jr., que se aposentou. O novo CEO está na empresa desde 1985.

Novas funções

A MAN promoveu mudanças em sua estrutura: João Herrmann assumiu toda a área de marketing Latin America, Ricardo Bonzo Filho passa a responder pela administração central de vendas, Carlos Eduardo Rocca de Almeida assume a gerência de operações comerciais e pedidos especiais — Caminhões, e George Carloto é o novo gerente de vendas para a região Sul.

Ipsos-Truckpad

A Ipsos, empresa global de pesquisas, fechou parceria com o aplicativo TruckPad no Brasil. A partir de questionários que serão apresentados dentro do próprio aplicativo, com cerca de 1 milhão de motoristas de caminhões cadastrados, a empresa coletará informações quanto aos hábitos e percepções destes profissionais com relação aos veículos que utilizam, concorrentes, marcas, rotas utilizadas, dentre outros.

Fechada

A Comil fechou sua fábrica em Lorena, SP, inaugurada há apenas dois anos e na qual produzia modelos urbanos. A empresa justificou que a paralisação das atividades é “necessária devido à crise sem precedentes do mercado do ônibus” e disse que “está envidando todos os esforços para minimizar os impactos decorrentes da decisão e garantir o cumprimento de todos os deveres trabalhistas e sociais. Serão mantidos alguns funcionários para realizar as atividades de transição e conservação do patrimônio”. A fábrica, a qual tinha 220 funcionários, foi inaugurada em dezembro de 2013, consumiu investimento de R\$ 110 milhões e tinha capacidade para produzir doze ônibus urbanos por turno de trabalho.

Dedicada

A Randon decidiu concentrar toda a produção de implementos leves em sua unidade de Guarulhos, SP. As outras três linhas que eram ali fabricadas foram transferidas: a de semirreboques sider e canavieiro para Caxias do Sul, RS, e a de furgões carga-geral para Chapecó, SC, onde também são produzidos implementos frigoríficos.

Nomeado



Paulo Santos, que vem respondendo pela diretoria executiva da Delphi Arquitetura Eletro/Eletrônica, será o novo presidente da Delphi para a América do Sul, em substituição a Luiz Corrallo, que se aposenta em março.

O número
24,6

milhões de veículos
foi o mercado chinês
em 2015, recorde
histórico e 4,7%
superior ao do ano
anterior.

Sinais

A indústria de bens de capital mecânicos terminou 2015 com boas expectativas para 2016 no que diz respeito às exportações. Segundo dados da Abimaq, em novembro e dezembro os números de embarques cresceram 29% e 14%, respectivamente, na comparação com os meses imediatamente anteriores, o que “pode ser interpretado como um indício de inversão da curva”, segundo comunicado da associação.

Venda recorde

A Scania fecha a maior venda de caminhões de sua história na Europa. O Grupo Eddie Stobart, que atua em áreas como infraestrutura, energia e aviação, comprou 2 mil caminhões que serão entregues em dois anos.

Procurando uma maneira de baixo custo para ter um caminhão de alta performance na sua operação?

Conheça o Leasing Operacional MAN.

Uma forma exclusiva, simples e econômica para você ter um MAN TGX trabalhando na sua operação, com todo o custo de manutenção do veículo já incluso no contrato.



**NOVO LEASING OPERACIONAL MAN.
É mais ou menos assim: um peso
a menos nas costas, mais carga
no seu caminhão.**



MAN Latin America, fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.
www.man-la.com

O Leasing Operacional MAN é um novo programa com parcelas fixas reduzidas que permite acesso aos caminhões extrapesados da Linha MAN TGX. Válido para os modelos 28.440 6x2, 29.440 6x4 e 29.480 6x4.

Saiba mais em: <https://www.man-la.com/produtos-man/ofertas-especiais/leasing-operacional-20>

*Serviço opcional que permite o monitoramento da frota em tempo real. Tudo em conformidade com as exigências de seguradoras e gerenciadoras de risco. Saiba mais em www.man-la.com. Imagem meramente ilustrativa.



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Vantagens exclusivas

- IPVA, emplacamento e licenciamento inclusos.
- Parcelas fixas reduzidas.
- Contrato de 36, 48 e 60 meses.
- Plano de manutenção com assistência 24h incluso.
- Serviço de telemetria* e monitoramento de frota.



A portrait of a middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue blazer over a light blue button-down shirt. He is sitting in a black leather chair, looking slightly off-camera with a thoughtful expression. In the background, there is a window with wooden blinds and some indoor plants.

From the Top

Não tão ruim

Entrevista a Alzira Rodrigues e André Barros | redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

A pesar de prever queda de 5,8% nas vendas de veículos este ano, o presidente da Fenabrave, Alarico Assumpção Jr., avalia que 2016 será um ano melhor do que 2015: “Difícil e complexo, mas não tão ruim”. A rede, na sua análise, entra melhor preparada para enfrentar a atual recessão do mercado e a tendência é de a situação econômica ir melhorando ao longo do ano.

Pelo último balanço da entidade o saldo negativo no número de concessionárias em 2015 foi de 627 pontos de venda: foram fechados 1 mil 47 e

abertos 420, sobretudo de marcas em crescimento, como Audi e Jeep. Os números preocupam mas, ao mesmo tempo, indicam uma reestruturação da rede:

“As montadoras no futuro vão distribuir mais com menos grupos econômicos. E quem não prestar serviço de alta qualidade estará fora do mercado. A competitividade das marcas também será acirrada e nesse ponto o pós-venda será de grande importância”.

Dentre os fatores positivos previstos para este ano destaca uma nova safra recorde e a exportação de com-

modities que, além de gerar divisas, aumenta a movimentação de cargas. Também avalia que diante da retração nas vendas iniciada em 2013 os consumidores que antes trocavam o carro de dois em dois anos já estarão entrando no quarto ano de uso do veículo e tendem a adquirir agora um 0 Km.

“Temos a crença de que passado o primeiro trimestre a questão política, que tem atrapalhado muito a econômica, possa já estar encaminhada”. O importante, diz Assumpção, é que haja a retomada da confiança do mercado. Só assim a economia reagirá.

“As montadoras vão distribuir mais com menos grupos econômicos. Quem não prestar serviço de alta qualidade estará fora do mercado.”

Há montadora prevendo queda de 20% e a Fenabrave fala em recuo de 5,8%. Não há certo otimismo da entidade?

Historicamente quem faz nossas projeções é a Consultoria Mendonça de Barros e continuamos este ano na mesma vertente. Temos a crença de que passado o primeiro trimestre a questão política, que tem atrapalhado muito a econômica, possa já estar encaminhada. Melhorias na área política terão um reflexo psicológico. As pessoas sairão mais de casa, comprarão uma coisa ou outra. Lastreado nisso acreditamos que deveremos ter um ano difícil, mas não tão difícil como 2015, quando as vendas de automóveis caíram 25,6%.

Mas há indicadores negativos, como a tendência de alta de inadimplência...

Fatos como esse foram considerados, mas também pesam os indicadores positivos, como a safra de 209 milhões de toneladas de grãos. O que tem dado sustentação à economia é a exportação de grãos e de commodities. Além de gerar divisas, gera movimentação interna. Tem a logística disso. Em regiões produtoras, como Rio Grande do Sul, Paraná, Mato Grosso, Goiás e Minas Gerais, quem está ligado ao setor vai comprar roupa nova para a mulher, vai trocar de caminhonete e por aí vai. Por isso estamos acreditando que possa melhorar um pouco ao longo do ano.

O senhor acredita que até abril o quadro político estará mais claro?

A questão política está pior do que a econômica. Acredito que passado o recesso de janeiro e metade de fevereiro o processo político deverá

“No Brasil quem tem carro quer trocar e quem não tem quer comprar. Isso está no sangue do brasileiro.”

caminhar para uma solução. Se isso ocorrer ao longo do primeiro trimestre, a confiança do investidor e do consumidor poderá ser retomada, com reativação econômica.

O fato de o mercado estar em queda há três anos não gera também uma demanda reprimida?

Bem lembrado. A retração vem desde 2013, o que indica que muitos consumidores já estarão entrando no quarto ano de uso do automóvel sem troca. A média, antes, era de dois anos. Isso deverá favorecer as vendas, assim como a própria competitividade das marcas. A Nissan acaba de anunciar investimento de R\$ 750 milhões em um novo SUV. Novidades sempre movimentam o mercado. Acredito que 2016 será um ano difícil e complexo, mas não tão ruim como 2015.

No ano passado o mercado de seminovos cresceu. Esse segmento não tirou vendas do 0 Km de entrada?

Realmente houve uma migração para carros seminovos, até quatro anos de uso, oferecidos com mais acessórios e preço similar ou abaixo do carro de entrada 0 Km. Mas a proporção de novos e usados tem se mantido. A cada novo vende 2,5 usados e são 7,5 mil concessionárias no País, mais 40 mil lojas independentes, vendendo seminovos. Ou seja, eles têm estoque maior e o preço deles em 2015 se distanciou do novo, o que justificou a migração.

O apetite do consumidor por carro, então, não diminuiu, apenas migrou?

O apetite se mantém, mas não podemos ignorar que houve dificuldade de crédito, o que afetou as vendas em geral. No Brasil, quem tem carro quer trocar e quem não tem quer comprar. Isso é do brasileiro, está no sangue dele. E o número de habitantes por carro, na faixa de cinco a seis, ainda é elevado. Indiscutivelmente temos potencial para voltar a crescer. O que precisa é a economia andar. As pessoas estão endividadas e a aprovação de crédito ainda é baixa. Os bancos estão muito bem, mas dão prioridade a outras carteiras que dão ganho maior com risco menor.

Qual o balanço de 2015 em termos de vendas? E a projeção para 2016?

As vendas de automóveis e comerciais leves recuaram 25,6% no ano passado, para 2 milhões 476 mil unidades. As de caminhões sofreram queda de 47,6%, com 71,8 mil unidades, e as de chassis de ônibus decresceram 36,6%, para 20,3 mil unidades. Para este ano projetamos queda de 5,8% no mercado como um todo, para 2 milhões 420 mil veículos. Serão comercializados 2 milhões 300 mil automóveis e comerciais leves, queda de 5,9%, 69,9 mil caminhões, recuo de 2,7%, e 19,7 mil ônibus, menos 3,2%.

Qual é o reflexo do desempenho de 2015 na rede?

Bosch e FCA

Uma parceria tão robusta quanto o Fiat Toro.



A Bosch se orgulha de estar a bordo, mais uma vez, de um lançamento da FCA, fornecendo o sistema Common Rail para a versão diesel, além de outros componentes para a versão Flex.

Da tecnologia e serviços de engenharia à produção em série. Bosch, sua parceira para o presente e futuro da mobilidade.



BOSCH

Tecnologia para a vida

Faça revisões em seu veículo regularmente.

www.bosch.com.br

TORO

VOLCANO



From the Top

Foram fechadas 552 concessionárias de automóveis e comerciais leves, além de 125 de caminhões e ônibus, 91 de implementos rodoviários e 279 de motocicletas, num total de 1 mil 47 pontos de venda, com corte de 32 mil postos de trabalho. Por outro lado abriram 420 novas lojas, sobretudo de marcas em crescimento, como Audi e Jeep. O saldo assim foi de 627 concessionárias a menos. O setor terminou 2015 com 7,7 mil lojas em operação.

Como está a rede em geral?

Das empresas que ficaram inativas, parte deu baixa do CNPJ e parte ainda o mantém aberto. Pode ser que algumas estejam aguardando e voltem a operar. A realidade é que desde 2009, quando teve a crise financeira internacional, os concessionários brasileiros intensificaram o processo de fazer o dever de casa. Temos pequenos, médios e grandes concessionários e em todas as faixas têm alguns com problemas e outros não. Tem gente com gestão mais profissional que não enfrenta dificuldades financeiras no momento.

Qual é o perfil operacional das autorizadas hoje?

No Brasil a dependência dos concessionários em relação ao O Km ainda é elevada, estando na faixa de 60%. Em caminhões é menor porque tem a manutenção do veículo que gera vínculo maior do consumidor com a revenda. Mas acredito que

essa dependência cairá nos próximos cinco anos. Nos Estados Unidos as revendas de automóveis têm apenas 40% de dependência do novo e 60% do faturamento vêm do pós-venda, peças, usados e serviços. Em caminhões esse índice lá cai para apenas 30%.

A crise de 2015 acelerou o processo de profissionalização na rede?

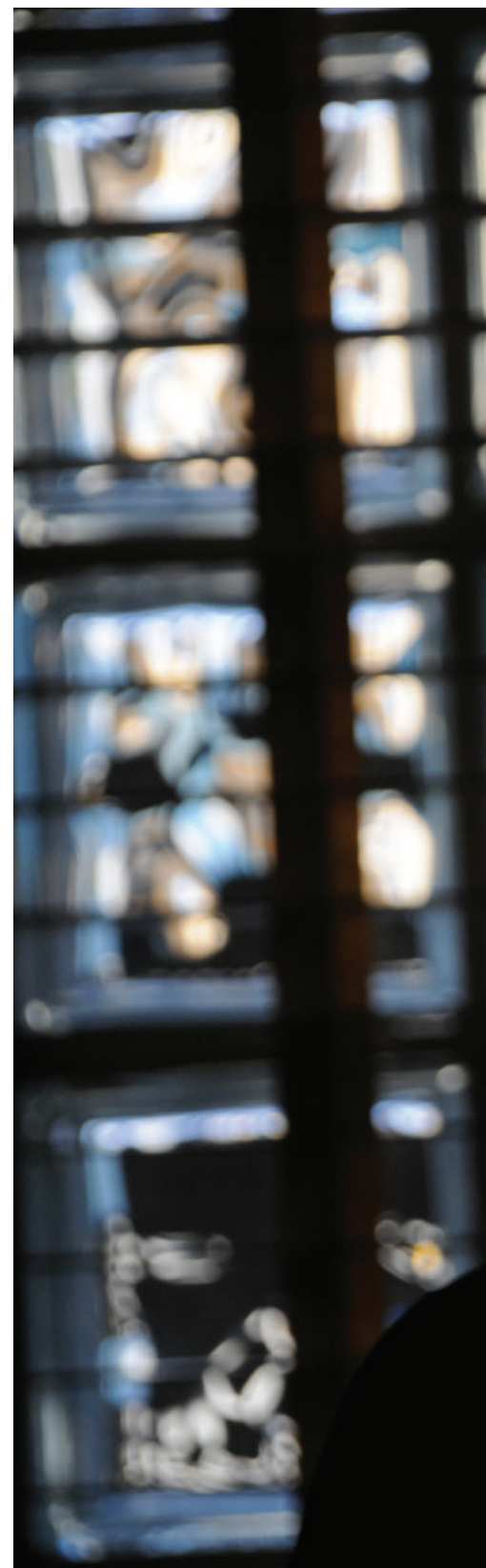
Como eu disse, desde 2009 as empresas do setor de distribuição vinham investindo em melhorias na área operacional e de gestão. Esse processo, sem dúvida, foi acentuado em 2015 e vai continuar pela lógica da nossa sobrevivência. A rede, certamente, está melhor preparada hoje do que antes.

Está havendo uma readequação da rede ou ela voltará a crescer no futuro?

Sem dúvida estamos em pleno processo de reestruturação da rede. As montadoras no futuro vão distribuir mais com menos grupos econômicos. E o concessionário que sobreviver terá mais prestação de serviços, estará mais forte que antes. Quem não prestar serviço de alta qualidade estará fora do mercado. A competitividade das marcas também será acirrada e nesse ponto o pós-venda será de grande importância.

É algo similar ao que aconteceu nos Estados Unidos?

Essa é uma boa lembrança. Lá as vendas caíram de 16 milhões





“O concessionário
que sobreviver
terá mais
prestação de
serviços e estará
mais forte”

para 9,5 milhões no fim da década passada e o número de concessionárias baixou de 23 mil para 15 mil — coincidentemente perdeu praticamente um Brasil. O mercado retomou ao nível de antes, mas a rede não cresceu na mesma proporção. Agora são 19 mil concessionários, com uma média de venda de 1 mil veículos por casa. É um número condizente, a rede lá ficou mais forte.

Como está o projeto de renovação de frota, agora estendido para automóveis e motos?

Acreditamos que saia ainda neste início de ano. Ele está sendo chamado de Programa de Sustentabilidade Veicular e tem potencial para adicionar 500 mil unidades por ano em vendas de veículos leves, pesados e motocicletas.

Quem participa do projeto?

São dezenove instituições, incluindo associações de fabricantes, sindicatos de trabalhadores e órgãos do governo. Já há convergência em vários itens e o programa está quase pronto para sair do forno. Caso saia ainda no início do ano as nossas projeções de vendas para 2016 poderão ser revistas, ou seja, poderemos ter uma queda menor do que a estimada inicialmente. Acreditamos em 2% de recuo nas vendas de automóveis e empate na de caminhões.

Qual é a proposta básica do programa?



A ideia inicial era tirar de circulação caminhões com mais de 30 anos de uso. O próprio governo propôs sua ampliação para automóveis e comerciais leves com idade superior a 15 anos e motocicletas com mais de 10 anos de operação. Inclui também o parque industrial. Se a empresa tiver um maquinário defasado também poderá trocar por um mais novo. O que isso não representa na formação de um PIB? Representará mais empregos, salários e impostos.

Como o consumidor deverá agir?

O proprietário se dirigirá a uma concessionária ou recicladora credenciada e vende seu veículo a

“O Programa de Sustentabilidade Veicular tem potencial para gerar venda de 500 mil veículos novos por ano”

preço de mercado ou até mesmo mais, podendo usar a carta de crédito para adquirir outro modelo mais novo — não necessariamente um 0 Km. É fundamental que a documentação do veículo esteja totalmente em ordem. Só em caminhões seriam retirados das ruas 30 mil veículos por ano.

Quem bancará o programa?

Ainda não foi batido o martelo a respeito do modelo a ser adotado, mas posso garantir que não haverá subsídio do governo, que passa por um momento de ajuste fiscal. Está em debate justamente a análise do caminho mais barato, mais seguro e mais apropriado para criar um fundo.

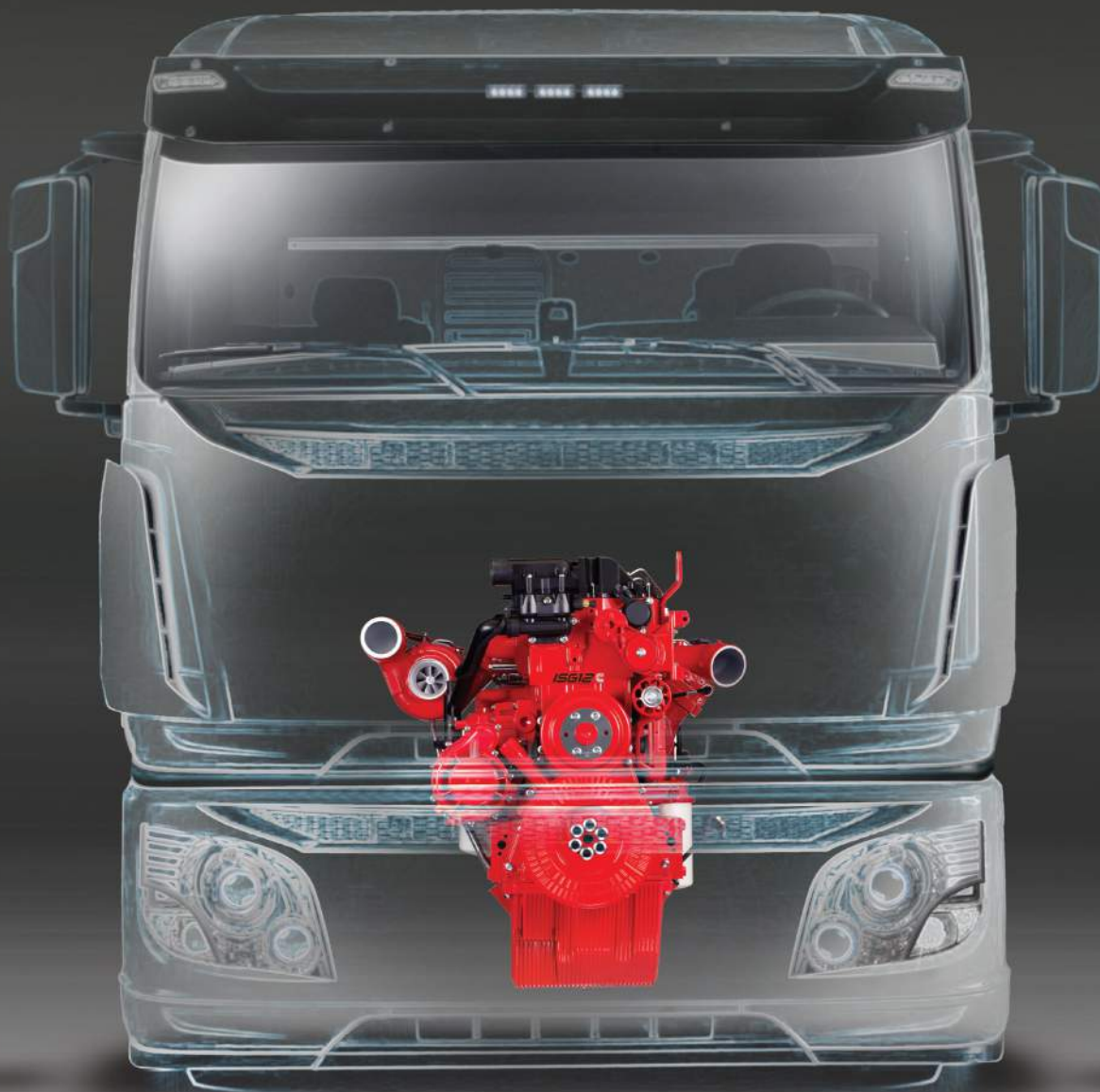
Quem administrará o fundo?

Os recursos serão administrados a partir de três braços — iniciativa privada, trabalhadores e governo. O recurso só poderá ser utilizado para a atividade fim, não tem como haver mudanças sem concordância de todos. Serão três mandantes, três coordenadores. Não é projeto de governo, é de Estado.

Quando o senhor fala em potencial de venda de 500 mil veículos refere-se só a novos?

Essa projeção contempla só os 0 Km. É um processo em cadeia. Quem vende um carro ou um caminhão com mais de vinte ou trinta anos compra outro um pouco menos usado. Essa movimentação chega até a troca de um usado, normalmente um modelo seminovo, pelo veículo novo. **AD**

Dentro do seu caminhão, a tecnologia
Cummins pulsa mais forte.



neumind

Soluções completas e integradas, carregadas de vantagens para você.

Quando você adquire veículos ou equipamentos com motor Cummins, leva muito mais que tecnologia e inovação. Leva também a força da marca que agrega valor na compra, e que vale ainda mais na revenda.



- Baixo custo durante toda a vida útil do equipamento
- Menor consumo de combustível
- Confiabilidade e resistência do motor Cummins
- Serviços e componentes por todo o Brasil

0800 CUMMINS (0800 286 6467) - falecom@cummins.com
fb.com/cumminsbrasil - www.cummins.com.br





Início de nova safra

Com a chegada da picape Toro ao mercado a Fiat começa novo ciclo no País, com a renovação de toda a sua linha em três anos

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A apresentação da picape Toro neste mês de fevereiro representa para a FCA, Fiat Chrysler Automobiles, muito mais do que apenas um lançamento. “É um novo símbolo, o início de uma nova era para a Fiat”, garante o presidente da FCA para a América Latina, Stefan Ketter, adiantando que a partir da Toro haverá total

renovação da linha Fiat em três anos:

“Não posso entrar em pormenores de nossos próximos lançamentos, mas assim como a Toro todos os que estão por vir serão produtos de maior valor agregado. A picape é o primeiro veículo de uma nova safra Fiat”, disse Ketter às vésperas do lançamento, destacando ser um design totalmente projetado

aqui, “desenvolvimento localizado que a FCA jamais fez”.

A Fiat brasileira, portanto, passará a exercer um papel que nunca teve globalmente antes. “Esta plataforma será utilizada no mundo. Tem uma localização forte em engenharia, estamos interessados em gerar competência. Contaremos com um centro de durabi-



lidade em Pernambuco e teremos foco no desenvolvimento nacional, talvez o único do setor automotivo.”

O executivo também falou do sucesso do produto em clínicas realizadas antes do lançamento, com aceitação inclusive do público feminino. “Não é um carro caubói”, reforça o presidente da FCA. Ele não quis adiantar nada sobre os próximos lançamentos da Fiat, mas já é de conhecimento do mercado que a empresa inicia ainda neste primeiro semestre a produção de um compacto, também projetado aqui, cujo nome, segundo já vazou na imprensa, será Mobi.

Fabricada em Goiana, PE, onde é feito o Jeep Renegade, a picape Toro é o primeiro lançamento de peso da Fiat após a criação da FCA e também o primeiro veículo da marca produzido no Brasil fora de Betim, MG, onde a montadora concentrou toda a sua

produção desde 1976, quando iniciou atividades no País.

A nova picape chega em quatro versões: Freedom 1.8 Flex 4x2, Freedom 2.0 Turbodiesel 4x2, Freedom 2.0 Turbodiesel 4x4 e Volcano 2.0 Turbodiesel 4x4.

O motor 2.0 JTD Turbodiesel desenvolve potência máxima de 170 cv e o 1.8 E.torQ Evo Vis bicom bustível gera 135 e 139 cv quando abastecido com gasolina ou álcool, respectivamente. A versão Freedom 1.8 Flex dispõe exclusivamente de câmbio automático de seis velocidades, enquanto a topo de linha, a Volcano, tem câmbio automático de nove velocidades. Já as versões intermediárias Freedom 2.0 Turbodiesel 4x2 e 4x4 a transmissão é manual de seis velocidades.

Dentre outros recursos, a Toro dispõe de C-EPS, direção com assistência elétrica, Remote Start Easy Entry/key-



Divulgação/FCA



less GO, que representa comodidade de abrir e ligar o carro sem a necessidade da chave mecânica, farol de neblina Cornering, que auxilia na iluminação da via em caso de neblina e nas curvas, e DTPMS, monitoramento da pressão dos pneus. Internamente traz quadro de instrumentos em TFT 7" colorido.

A nova picape Fiat tem suspensão traseira Multi-link, com alta performance no campo, estrada ou ambiente urbano, segundo a fabricante. Como itens de segurança incorpora, dentre outros, ESP, controle de estabilidade, Drive by Wire, controle eletrônico de aceleração, e ainda sete airbags: dois frontais, dois de joelhos, dois laterais e cortina. Também possui tampa traseira dupla com abertura elétrica e computador de bordo que indica distância, consumo médio, consumo instantâneo e autonomia.

Como itens opcionais estão disponíveis, dentre outros, teto solar elétri-

co, bancos revestidos parcialmente de couro, extensor de caçamba integrado e barras longitudinais no teto. A Toro chega ao mercado para participar de um novo segmento de picapes, que contempla modelos com dimensões acima das de pequeno porte, como a Fiat Strada, e abaixo das médias, como Chevrolet S10 ou Ford Ranger.

A proposta da Toro é oferecer espaço interno com o conforto de um SUV em um veículo com capacidade de carga de até 1 tonelada. O modelo tem 4,9 metros de comprimento, 1,8 m de largura e entre-eixos de 2,9 m. Sua única concorrente, por enquanto, é a Renault Oroch, lançada no ano passado, mas que pode carregar somente até 650 quilos.

A picape da Fiat dividirá espaço com o Renegade no Polo Automotivo Jeep, complexo que ocupa 500 mil metros quadrados de área construída e, além da fábrica de veículos, abriga dezesseis

fornecedores. Tem capacidade produtiva de 250 mil unidades anuais e consumiu investimentos de R\$ 7 bilhões, dos quais R\$ 3 bilhões na fábrica, R\$ 2 bilhões no parque de autopeças e o restante em produtos.

A VEZ DE BETIM – Em entrevista que concedeu à **AutoData** após ser eleito Personalidade do Ano 2015, o presidente da FCA para a América Latina, Stefan Ketter, disse que após o lançamento do Jeep Renegade, há quase um ano, agora é a vez de se implantar um novo ciclo de desenvolvimento na Fiat em Betim. A partir da chegada da Toro a Fiat terá, segundo palavras dele, a maior renovação de produtos de sua história: “Muita coisa vai acontecer em três anos. Dizem que é arriscado, mas avaliamos ser o momento correto de se fazer.”

Além de uma nova linha de produtos, a FCA promoverá importantes modificações no sistema de operação em Betim. Está sendo criada na fábrica mineira área de comunicação com conceito similar ao do Communication Center do complexo pernambucano. O objetivo, segundo o executivo, é juntar o pessoal de manufatura, qualidade, desenvolvimento, compras e de outros departamentos em um mesmo espaço “para ter mais agilidade nas tomadas de decisão”.

Na fábrica pernambucana o Communication Center reúne 150 profissionais e, de acordo com o diretor de relações humanas da empresa, Adauto Duarte, o projeto é um exemplo para a área de RH no mundo: “Aberta e sem divisórias o espaço concentra nossas

estações do escritório e se comunica diretamente com a produção”.

A área similar de Betim tem inauguração prevista para este início de ano: “Imprimimos velocidade máxima ao projeto e tudo lá envolverá apresentações físicas”, comentou Ketter. “Não quero que alguém descreva uma peça. Quero vê-la”. Tudo isso, segundo o presidente da FCA, representa uma nova fase do grupo no Brasil, um novo ciclo de desenvolvimento que contemplará produtos mais aspiracionais, ou seja, que atendam por completo às novas expectativas do consumidor.

Na avaliação de Ketter, o brasileiro está mais maduro e é dentro dessa nova realidade que a empresa centrou seu plano de lançamentos para os próximos anos no Brasil: “Não é mais o setor automobilístico que se impõe ao mercado. Vai ser muito mais uma corrida atrás do consumidor do que uma imposição nossa”.

AD

A fábrica mineira da Fiat terá centro de comunicação similar ao existente no pernambucano Polo Automotivo Jeep



Seminário

COMPRAS AUTOMOTIVAS



A HORA DA DECISÃO

Como se comportarão as compras automotivas em 2016? Quais os desafios para cada segmento da cadeia de suprimentos, diante dos previsíveis gargalos no abastecimento de matérias-primas, das oscilações cambiais e das incertezas nas exportações?

Neste seminário você vai saber como as montadoras e seus fornecedores de materiais, componentes e serviços estão definindo as condições para o alinhamento da cadeia de suprimentos. Junto com alguns dos principais executivos do segmento, você vai debater temas como o nível de crescimento adequado a médio prazo e como garantir a plena utilização do parque industrial. Você vai analisar também como recuperar as margens de rentabilidade e as estratégias mais adequadas de negociação para sua empresa.

É o momento de investir para a retomada? Qual o grau de vulnerabilidade do Tier 2 e 3 nessa conjuntura? Para discutir e mostrar um pouco da visão das empresas do setor foram convidados os diretores de compras das maiores montadoras em atividade no Brasil.

Também estarão presentes dirigentes das mais importantes empresas sistemistas para mostrarem suas visões no papel de compradores.

PROGRAMA

(*) programa sujeito a confirmação

08H30/09H00 - Abertura

09H00/09H40 - Palestra Sindipeças (Paulo Butori, Presidente) - Expectativas do setor(*)

09H40/10h20 - Paineis Motores - CUMMINS - Luis Pasquotto, Presidente; FPT - Marco Rangel, Presidente e MWM - José Eduardo Luzzi, Presidente

10h20/10H40 - Coffee Break

10h40/11h10 - Palestra Prime Energy - Economia com energia

11H10/11h50 - Palestra FCA - Antonio Filosa, Diretor de Compras

11H50/12H30 - Palestra Sistemista - BOSCH - Besalier Botelho, Presidente e Delphi - Luiz Corrallo, Presidente(*)

12H30/13H50 - Almoço

13H50/14h30 - Palestra Consultoria - Letícia Costa, Prada Associados

14H30/15H10 - Palestra CNHi - Osias Galantine, Diretor de Compras

15H10/15H50 - Paineis Matérias Primas (ARCELOR, BASF E GERDAU)(*)

15H50/16H05 - Coffee Break

16H05/16H45 - Palestra Veículos Comerciais - Mercedes Benz - Eros Berbetz, Diretor de Compras

16H45/17H25 - Paineis Fornecedores Brasileiros - Grupo Randon(*) e Truck&Bus, Nelson Fonseca, Presidente

17H25/18H05 - Palestra GM - Rogério Negrão, Diretor de Compras

**Local: Milenium - Rua dr. Bacelar, 1043
Vila Mariana - São Paulo**

INVESTIMENTO

Até 18/02 - R\$1.476,00
de 19/02 até 06/03 - R\$1.558,00
de 07/03 até 21/03 - R\$1.640,00

Inscrições de 3 a 5 participantes
+ 5% de desconto
Inscrições de 6 ou mais participantes
+ 10% desconto

Patrocinador Ouro



Lubrificantes

Patrocinador Prata



Apoio



Companhia Brasileira de Alumínio



Apoio de
Divulgação



INSCRIÇÕES
11 5189-8900 / 5096-2957
www.autodata.com.br

AutoData
Seminários

Mais do que sobreviver

Sistemistas investem em programas de apoio aos parceiros estratégicos para reduzir custos na cadeia e ampliar localização de peças

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Tema recorrente no setor automotivo, a questão da baixa produtividade da indústria brasileira ganhou ainda mais visibilidade com a atual crise do mercado. O presidente do Sindipeças, Paulo Butori, chegou a anunciar o fechamento de 31 empresas no período de janeiro de 2014 a junho de 2015, alertando para o fato de ser “bastante delicada a saúde financeira na faixa dos Tear 2 e 3”.

Mais capitalizados e com retaguarda global os sistemistas conseguiram superar a retração do mercado interno com menos traumas, ampliando vendas na reposição e exportações. E mesmo antes da crise os Tear 1 já vinham intensificando programas de apoio aos seus fornecedores, justamente para evitar maiores dificuldades na base caso o mercado viesse a enfrentar dificuldades. O objetivo desses programas é ganhar competitividade na cadeia, visando em um horizonte mais

amplo um aumento da localização de peças no País.

Bosch e ZF são exemplos de empresas que investem atualmente em programas de melhoria da base fornecedora. Nos dois casos os eleitos são os fornecedores estratégicos, aqueles que podem “evoluir em gestão, produtividade e competitividade”, como diz Tarcisio Costa, diretor de gestão de materiais da ZF do Brasil.

A sistemista pôs em prática em outubro o Programa de Desenvolvimento de Fornecedores da ZF, que abrange 25 parceiros das categorias Tier 2, aqueles que entregam diretamente para a empresa, e Tier 3, que atendem os Tier 2. “Não queremos nossos fornecedores estratégicos em dificuldade”, comenta Costa, ressaltando que a preocupação da ZF com seus parceiros é antiga: “Já desenvolvemos ações do gênero no passado”.

Costa admite que algumas empre-



Divulgação/ZF

“Temos produtos globais e fontes alternativas que garantem nossas operações caso haja problema pontual de fornecimento

Tarcisio Costa

sas da base enfrentaram dificuldades no ano passado: “teve gente que fechou, outros que fizeram parcerias”. Avalia, porém, serem fornecedores que já vinham com problemas antes e, com a crise, não sobreviveram.

A ZF, segundo ele, não foi afetada em momento algum em seu processo produtivo por ter estratégia operacional que prevê eventuais dificuldades de fornecimento: “Temos produtos globais e fontes alternativas que garantem nossas operações”.

LOCALIZAÇÃO – Também na Bosch, o Programa de Desenvolvimento de Fornecedores, lançado em 2014 com duração de dois anos, contempla 25 fornecedores estratégicos. De acordo com o responsável pelo programa, Giuliano Ampudia, diretor de compras da Robert Bosch América Latina, alguns parceiros já estão no final do processo, outros no meio, outros começando: “Já temos alguns resultados positivos, com ganhos de escala, redução de custos e melhoria de competitividade. Nosso objetivo é a solidificação da indústria local, visando, dentre outros itens, localização de peças e geração de novos negócios para nossos parceiros, tanto com a gente como com outros fabricantes”.

De acordo com Ampudia, a Bosch intensificou suas ações de desenvolvimento de fornecedores – são cem de material direto ao todo – a partir de 2011, quando reorganizou a divisão de compras e criou uma área específica para isso. O objetivo era exatamente deixar a base com capacidade para

“Já temos alguns resultados positivos, com ganhos de escala, redução de custos e melhoria de competitividade

Giuliano Ampudia



Divulgação/Bosch

que ela enfrentasse períodos de crise sem maiores obstáculos.

“A queda de volume sem dúvida gera dificuldades no mercado. Mas para ter preço competitivo é preciso ter excelência e estamos tentando nacionalizar o máximo possível. Nosso foco é comprar cada vez mais localmente. Importar só quando o volume local não justifica produção por aqui.”

No caso do programa lançado pela Bosch em 2014, em parceria com o MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Ampudia explica que “a escolha dos 25 foi baseada em quanto eles eram estratégicos para nós em relação aos novos negócios, localização, melhoria de qualidade, logística e custo”.

O programa é feito em cinco ondas, com três pilares: lean management, coordenado pela Bosch, gestão de custos e finanças, gerido pela CNI, Confederação Nacional da Indústria, e Instituto Euvaldo Lodi, IEL, e por fim liderança, também de controle externo. Nele estão sendo investidos R\$ 3,5 milhões, sendo 41% de responsabilidade da Bosch, 34% do MDIC e 25% dos próprios fornecedores, que podem diluir o aporte em vinte vezes.

O diretor de compras da Bosch diz não estar prevista a realização de novos programas com esse mesmo formato, mas garante que o trabalho junto aos fornecedores é contínuo: “Estamos sempre monitorando preço e qualidade e buscando o nosso melhor. É preciso sempre estar preparado para o pior”.

Outra sistemista que também in-

veste constantemente no estreitamento das relações com seus fornecedores estratégicos é o Grupo Continental, que intensificou ações nesse sentido em 2015 por causa da retração do mercado.

De acordo com o presidente do grupo no Brasil e Argentina, Frédéric Sebbagh, em função do reenquadramento de volumes a Continental realizou visitas em alguns parceiros, auxiliou outros e também promoveu alguns workshops.

Sebbagh avalia, no entanto, que fornecedores com problemas são casos esporádicos, destacando: “Não dá para falar que houve piora por causa da crise. O que houve foram ajustes”.

Já o diretor-geral da divisão Motorparts da Federal-Mogul, José Roberto Alves, reconhece que alguns dos fornecedores da empresa enfrentaram dificuldades financeiras no ano passado. “Teve um da área de estampados que chegou a suspender as entregas em setembro e outubro. Fomos atrás de outro, que agora é uma fonte alternativa. Pelo que eu soube, o empresário que estava com problema fez injeção com capital próprio na empresa, vendendo bens pessoais, e conseguiu se reestruturar.”

Os que tiveram dificuldades, na avaliação de Alves, foram os que demoraram a reagir diante da crise que se acentuou no início do ano passado. “Mas houve os que se recuperaram, como esse nosso fornecedor, que reduziu quadro e despesas e apesar de ter perdido alguns clientes ajustou-se e hoje opera dentro de uma nova rea-

“Fornecedores com problemas são casos esporádicos. Não dá para falar que houve piora por causa da crise. Houve ajustes.”

Frédéric Sebbagh



Divulgação/Continental

LIGHT



*A tecnologia Magneti Marelli integra homem
e máquina: você pensa, seu carro faz.*

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.



Divulgação/Federal-Mogul

“Teve fornecedor que enfrentou dificuldades financeiras mas conseguiu se reestruturar e opera agora dentro de novos parâmetros”

José Roberto Alves

lidade. Fez a lição de casa assim como nós, que reduzimos custos internos e fomos atrás de novos negócios no Exterior, dentre várias outras iniciativas adotadas por causa da crise”.

RECURSOS PRÓPRIOS — Com quatrocentos fornecedores, dos quais 150 aqui no Brasil, a ZF decidiu lançar seu programa de apoio aos parceiros estratégicos após adesão a um projeto criado pelo MDIC no final de 2014, que tinha por objetivo fortalecer a base da indústria automotiva localmente. Os recursos que viriam do governo, no entanto, foram temporariamente suspensos, o que não impediu a ZF de dar continuidade ao planejado.

Seu programa é dividido em dois módulos: financeiro, realizado por profissionais do IEL, e de produção, por colaboradores da ZF, ambos com recursos oriundos da própria empresa.

“No módulo de produção identificamos as ferramentas necessárias para solucionar problemas que tenham sido detectados no módulo financeiro, como estoques inadequados”, explica Tarcisio Costa. “Se um fornecedor, por exemplo, tiver dificuldades com relação à administração de estoque, iremos aplicar alguma solução já existente em nossos processos internos, como o Focus Supplier ou a ZF Supplier Academy, dentre outros.”

O diretor da ZF destaca que a vantagem da parceria com o IEL é ter uma cláusula de confidencialidade: “De produção nós entendemos, mas não tínhamos know-how disponível na outra área, a financeira. E não nos

interessa os números financeiros do fornecedor. O que precisamos é de um diagnóstico. O IEL inclusive orienta a empresa onde encontrar crédito mais barato, dá suporte nesse sentido”.

Costa comenta que a base do programa é identificar oportunidades para reduzir custos: “O fornecedor pede aumento o tempo todo, seja por causa da alta da energia, da mão de obra ou da matéria-prima. O objetivo nosso, assim, é ajudar eles a reduzir custos e melhorar margens”.

Uma das primeiras empresas contempladas pelo programa foi a Indústria Mecânica Kondor, de Itaquaquecetuba, SP, fornecedora de serviços de usinagem de alta precisão.

Participando pela primeira vez de um plano de investimento de fornecedores, a Kondor, segundo informações da ZF, enxerga boas perspectivas na iniciativa. Kazunari Okimasu, diretor-geral da empresa, avalia que a ZF está contribuindo para a sobrevivência dos fornecedores:

“Isto é uma forma de demonstrar que não estão de braços cruzados, somente lamentando a crise. É uma ótima oportunidade para melhorarmos as práticas em todos os processos”.

Segundo Okimasu, nas duas visitas do consultor financeiro ele já mostrou uma forma diferente de avaliar os relatórios financeiros: “Nossa maior expectativa é com relação aos processos. Acreditamos que será de grande valor receber os especialistas de uma grande empresa como a ZF para nos ajudar a identificar como e em quais áreas podemos melhorar.”

AD

MWM Motores.

*A mais avançada
tecnologia diesel
está em nosso DNA.*

- Soluções personalizadas para cada cliente.
- Mais de 4,2 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- Mais de 500 pontos de distribuição.
- Extenso portfólio de peças genuínas.
- Exportação para mais de 30 países.
- Três unidades industriais: São Paulo (SP), Canoas (RS) e Jesus Maria (Argentina).

Veicular • Industrial • Agrícola • Construção • Geração de Energia • Marítimo



Reduza a velocidade, preserve a vida.

Só dois modelos saíram da lista dos dez mais vendidos no mercado brasileiro em 2015, mas a dança das cadeiras no topo do ranking foi uma das mais movimentadas dos últimos anos. O líder do ano anterior, o Fiat Palio, cedeu lugar para o Chevrolet Onix, que em 2014 ocupava a 4ª colocação, e o Volkswagen Gol — líder incontestado até 2013 — baixou da segunda para a 6ª colocação, posto antes ocupado pelo Hyundai HB20, agora na 3ª posição.

Entraram na lista dos dez mais o novo Ford Ka, 5º colocado, e o Prisma, o 10º. Saíram Ford Fiesta e Fiat Siena. Uma dança sem precedentes que mostra em parte a ascensão de modelos mais modernos em detrimento de projetos antigos, com grandes chances de disputa ainda mais acirrada ao longo deste ano.

Balanço da primeira quinzena de janeiro, por exemplo, indicava o Jeep Renegade, lançado há menos de um ano, na 5ª colocação — o SUV compacto fechou 2015 em 20º lugar no ranking dos mais vendidos.

Toda essa movimentação reflete diretamente no ranking das marcas que atuam no País. As líderes Fiat, General Motors e Volkswagen perderam juntas 7,8 pontos percentuais de participação e encerraram 2015 com menos de 50% das vendas de automóveis e comerciais leves — 47,8% ante os 55,6% de 2014. Incluindo a Ford, as quatro marcas veteranas encerraram o ano com fatia de 58%, o menor índice desde que as newcomers chegaram por aqui no fim dos anos 90.



Divulgação/GM

Vaivém dos modelos

Onix desbanca Palio e HB20 sobe para o terceiro lugar. Gol é rebaixado à sexta posição e Ford KA e Chevrolet Prisma entram para o ranking dos dez mais.

André Barros | andreb@autodata.com.br



Divulgação/Hyundai

A Fiat, líder pela 14ª vez, fechou o ano com 439,2 mil unidades emplacadas, recuo de 37,1% com relação ao resultado de 2014. Como esse índice é superior à média da retração no segmento de automóveis e comerciais leves como um todo, que foi de 25,6%, a marca perdeu 3,2 pontos percentuais de participação, caindo de 20,9% em 2014 para 17,7% no ano passado.

A GM, que se manteve na vice-liderança, também perdeu mercado: baixou sua fatia de 17,4% para 15,6%, assim como a Volkswagen, cujo market share cedeu de 17,3% para 14,5%. No sentido oposto a Ford, 4ª no ranking, ganhou participação, saltando de 9,2% para 10,2%. O mesmo ocorreu com a Hyundai, que superou a Renault e fechou o ano com 8,3% das vendas, 1 ponto percentual acima da agora sexta colocada.

A Toyota, que teve queda de 10% nas vendas, manteve a 7ª posição e ganhou 1,2 ponto percentual, alcançando 7,1% de market share.

Já a Honda conseguiu ampliar vendas em 11,2%, conquistando 6,2% de participação – um incremento de 2,1 pontos percentuais – e o 8º lugar no ranking brasileiro.

A 9ª posição ficou com a Nissan. Os japoneses registraram 61,2 mil unidades no ano passado, volume 15,4% inferior ao de 2014, mas ganharam 0,3 ponto percentual, fechando no acumulado do ano com 2,5% do mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves.

Nesse contexto todo, vale destacar a FCA, Fiat Chrysler Automobiles, que só atuava produtivamente por aqui com a marca Fiat e ganhou nova fábrica no País no ano passado: a da Jeep, em Goiana, PE. A companhia conseguiu já em 2015 colocar sua nova divisão no ranking das dez marcas mais vendidas por aqui.

A Chrysler em dezembro superou a Mitsubishi e ficou na 10ª colocação do acumulado do ano, com 44 mil veículos licenciados, dos quais 41,7 mil

Pela primeira vez desde a chegada dos newcomers ao País as três líderes – Fiat, GM e VW – ficaram com menos de 50% do mercado brasileiro

Os modelos mais vendidos

1º	GM	Onix	125 931	11º	Toyota	Corolla	67 339
2º	Fiat	Palio	122 364	12º	Fiat	Siena	59 393
3º	Hyundai	HB20	110 396	13º	VW	Saveiro	56 704
4º	Fiat	Strada	98 631	14º	VW	Up!	53 542
5º	Ford	Ka	90 187	15º	Hyundai	HB20S	53 278
6º	VW	Gol	82 746	16º	Honda	HR-V	51 155
7º	VW	Fox/CrossFox	79 590	17º	Honda	Fit	42 476
8º	Fiat	Uno	79 461	18º	VW	Voyage	41 518
9º	Renault	Sandero	78 174	19º	Ford	Fiesta	40 063
10º	GM	Prisma	70 336	20º	Jeep	Renegade	39 187

Fonte: Fenabrave

do Jeep Renegade. A Mitsubishi, com pouco mais de 41 mil unidades, passou da 10ª para a 11ª posição.

MODELOS — O Chevrolet Onix conquistou a liderança no ranking por modelo com a venda de 125 mil 931 unidades no ano passado, ante as 122,3 mil de 2014, conforme dados da Fenabreve. O Fiat Palio emplacou 122,3 mil unidades e o HB20 pouco mais de 110 mil. A Fiat Strada, em 4º lugar, teve 98,6 mil unidades licenciadas e o Ford Ka, na sequência, 90,2 mil.

Fecharam o ranking dos dez mais vendidos os Volkswagen Gol e Fox/CrossFox, Fiat Uno, Renault Sandero e Prisma. Por segmento a vencedora em picapes médias foi a Chevrolet S10, com margem mínima para a Toyota Hilux, que no ranking geral ocuparam respectivamente a 25ª e 26ª colocações. O HR-V venceu a guerra dos SUVs compactos, no 16º lugar do ranking de 2015, deixando Jeep Renegade em 20º, Duster em 22º e o EcoSport em 24º.

Uma curiosidade: o ranking divul-

gado pela Fenabreve trouxe ainda o emplacamento de 65 unidades da picape Fiat Toro, que está sendo lançada agora em fevereiro (veja reportagem na pág. 20). Enquanto isso a Renault Oroch, concorrente direta da nova picape da Fiat, já somou seus primeiros 3,3 mil licenciamentos.

VENDAS DIRETAS — A queda nos negócios de automóveis e comerciais leves foi linear para os licenciamentos feitos para as pessoas físicas e os emplacamentos por meio de venda direta, aquela realizada usualmente para frotistas e pessoas jurídicas com algum desconto.

Segundo a Fenabreve, o consumidor comum respondeu por 71,2% do total comercializado, algo em torno de 1,7 milhão de unidades. Os 28,8% restantes representaram as vendas diretas, pouco mais de 713 mil unidades. Os segmentos apresentaram quedas de 26% e 25,3%, respectivamente, dentro, portanto, da média do mercado de 0 Km.

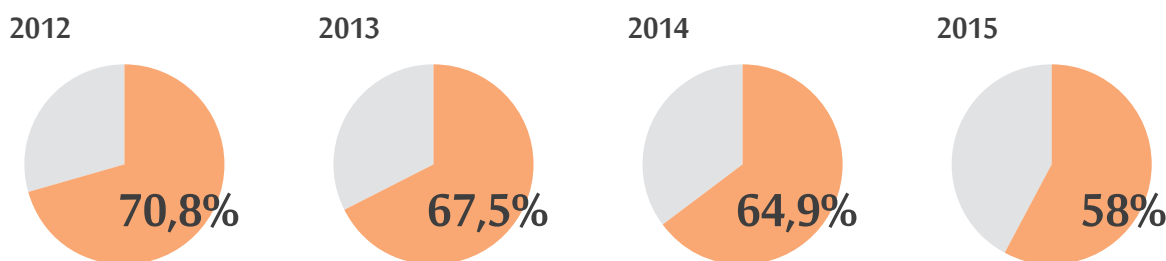
Quebrou-se, assim, um movimento de ganho de participação das vendas

diretas dentro do mercado em geral, iniciado em 2013. Naquele ano as vendas diretas chegaram a 25,6%, ante 25% em 2012. Em 2014 atingiram 29%, índice próximo aos 28,8% no ano passado. Em volume, porém, a diferença foi grande.

Em 2014 o mercado registrou quase 1 milhão de automóveis e comerciais leves vendidos a frotistas e afins — exatamente 965 mil unidades, ante 713,3 mil no ano passado. O resultado de 2014 foi um dos maiores da história, atrás apenas de 2010, logo após a crise econômica mundial, quando alcançou 1 milhão 15 mil unidades licenciadas por meio de venda direta.

Algumas marcas ainda se destacam nessa modalidade. Quase metade dos licenciamentos de modelos Renault em 2015 foi por meio de vendas diretas — 47,1%, ou 85,6 mil unidades. A Fiat, líder em vendas diretas, teve 42,7% dos seus emplacamentos por essa modalidade, ou 187,6 mil unidades. Com menor dependência das vendas diretas, exatos 25%, a GM encerrou 2015 na liderança do varejo, com 16,5% de participação. **AD**

Participação das quatro veteranas



Fonte: AutoData, Anfavea

Treze anos seguidos

Mesmo com margem apertada a MAN consegue manter a liderança no segmento de caminhões, seguida da Mercedes-Benz, Ford e Volvo

André Barros | andreb@autodata.com.br

A pesar da margem apertada de apenas quatrocentas unidades, a MAN Latin America conseguiu manter a liderança no segmento de caminhões em 2015, acumulando assim treze anos consecutivos no topo desse mercado. Tanto a MAN quanto a vice-líder Mercedes-Benz tiveram queda de vendas um pouco abaixo dos 47,7% da média do mercado — respectivamente 45,9% e 46,1% —, conseguindo assim não perder participação no ano.

Com um desempenho acima das concorrentes diretas, embora também em queda, a Ford recuperou a 3ª posição do ranking, perdida em 2014 para a Volvo. Embalada pelo primeiro ano cheio de vendas do retorno dos modelos da Série F, a marca emplacou 34,1% a menos, mas ganhou 3,7 pontos de participação, fechando o ano com 18% das vendas.

A Volvo, agora 4ª colocada, caiu 57,7%, e a Scania, 5ª, 63,1% — com perda de 2,7 e 3 pontos percentuais, respectivamente. A Iveco manteve a 6ª posição, com 6,3% de market share. Hyundai-CAOA e DAF tiveram desempenho oposto ao mercado e cresceram

Caminhões: mercado interno 2015

	Montadora	Acum/15	Acum/14	Variação acumulado	Part. de mercado
	Total	71 655	137 059	-47,7%	
1º	MAN	19 543	36 157	-45,9%	27,3%
2º	Mercedes-Benz	19 161	35 554	-46,1%	26,7%
3º	Ford	12 923	19 599	-34,1%	18,0%
4º	Volvo	8 349	19 732	-57,7%	11,7%
5º	Scania	5 224	14 144	-63,1%	7,3%
6º	Iveco	4 492	8 795	-48,9%	6,3%
7º	Hyundai CAO A	893	695	28,5%	1,2%
8º	DAF	443	257	72,4%	0,6%
9º	Agrale	265	444	-40,3%	0,4%
10º	International	67	954	-93,0%	0,1%

Fonte: Anfavea

em 2015. Os caminhões HR registraram 693 unidades, avanço de 28,5%, enquanto a DAF subiu 72,4%, para 443 caminhões. Completam o ranking a Agrale, com queda de 40,3% nas vendas, e a International, que licenciou apenas 67 caminhões, volume 93% inferior ao de 2014.

ÔNIBUS — No segmento de chassi a liderança ficou com a Mercedes-Benz, com quase metade do mercado: foram

comercializadas 16,8 mil unidades, das quais 8,3 mil M-B. Invertendo os papéis do segmento de caminhões, em ônibus a vice-liderança ficou com a MAN, com 3,7 mil chassis comercializados. A Iveco saltou três posições e ficou em 3º, com 1,2 mil chassis vendidos, um crescimento de 62,4% - a única marca a registrar alta de 2014 para 2015. Volvo, Scania e International completam o ranking, todas com retração nas vendas.

AD

Novo Passat.
Uma nova categoria de sofisticação.



Todos juntos fazem um trânsito melhor

vw.com.br/premium



Volkswagen



Média alta

Fábrica da PSA Peugeot Citroën, em Porto Real, comemora 15 anos e 1,5 milhão de veículos produzidos

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Há exatos quinze anos Porto Real, RJ, entrava oficialmente para o mapa da indústria automobilística brasileira. No primeiro dia de fevereiro de 2001 era inaugurada no pequeno município, emancipado apenas seis anos antes, a fábrica da PSA Peugeot Citroën. Desde então já saíram de lá perto de 1,5 milhão de veículos para o mercado interno e exportação, além de motores e componentes.

O décimo-quinto aniversário, contudo, é comemorado em meio a um momento de readequação da operação para o novo patamar dos mercados interno e regional e sob a perspectiva de melhores dias a partir desse ajuste. Afinal, vários dos fundamentos que incentivaram a vinda da PSA para o Brasil persistem, ainda que os últimos anos tenham forçado a revisão e o protelamento de alguns planos.

O chamado Centro de Produção de Porto Real surgiu durante a segunda onda da indústria automobilística brasileira, impulsionada, sobretudo, pelo mercado interno crescente dos anos 90 — vendas e produção mais que dobraram em cinco anos — e pela percepção mundial de que o Brasil e demais países dos Brics eram a fronteira mais promissora para o setor neste início de século.

Fatos marcantes

Janeiro de 1998

Assinatura de acordo com o Governo do Rio de Janeiro para a construção do Polo Industrial Brasil em Porto Real.

Janeiro de 1999

Assentamento da pedra fundamental

Dezembro de 2000

Lançamento industrial do Citroën Xsara Picasso.

1º de fevereiro de 2001

Inauguração da fábrica

Abril de 2001

Lançamento industrial do Peugeot 206.

Março de 2002

Inauguração da fábrica de motores.

Abril de 2003

Lançamento industrial do Citroën C3.

Novembro de 2004

Lançamento industrial do Peugeot 206 SW.

Junho de 2007

Lançamento industrial do Novo Citroën Xsara Picasso.

Maio de 2008

Lançamento industrial da linha Peugeot 207

Junho de 2008

500 mil motores produzidos.

Julho de 2009

Inauguração da Unidade Industrial de Usinagem.

Maio de 2010

Lançamento industrial da picape Peugeot Hoggar.

Setembro de 2010

Lançamento industrial do Citroën Aircross.

Abril de 2011

1 milhão de motores produzidos.

Maio de 2011

Lançamento industrial do Citroën C3 Picasso.

Agosto de 2012

Lançamento industrial do Novo Citroën C3.

Outubro de 2012

1 milhão de veículos produzidos.

Janeiro de 2013

Lançamento industrial do Peugeot 208.

Março de 2015

Lançamento industrial do Peugeot 2008.

Novembro de 2015.

Lançamento industrial do Novo Citroën Aircross.

Se hoje o setor reclama mercado interno de 2,4 milhões de veículos, em 1997 exultava com 1,9 milhão de unidades negociadas.

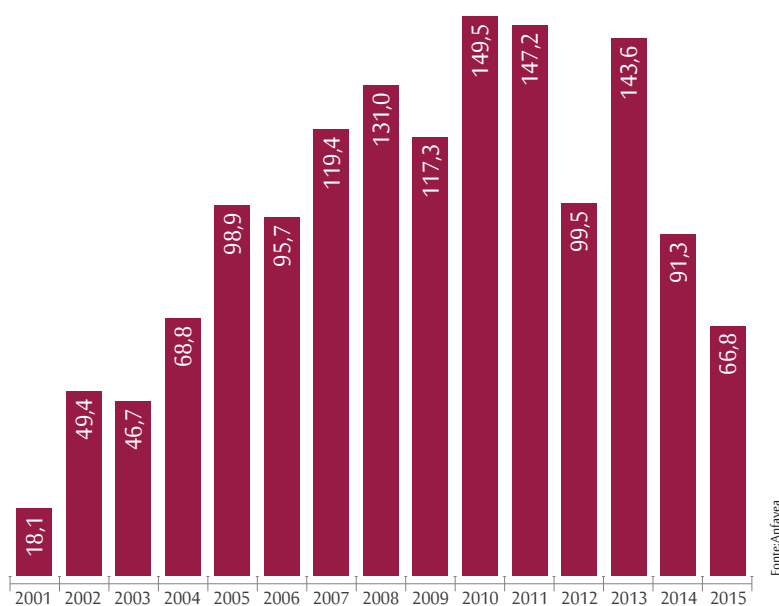
Tanto que no ano seguinte a PSA assinaria acordo com o Governo do Rio de Janeiro para a construção do que inicialmente chamou de Polo Industrial Brasil, o PIBR, e já em janeiro de 1999 assentaria a pedra fundamental do complexo. Bastaram mais 23 meses de obras para a cerimônia de lançamento industrial do Citroën Xsara Picasso, ainda em dezembro de 2000, quase dois meses antes da inauguração oficial.

O moderno conceito produtivo da planta permitiu que já em abril de 2001 um segundo produto entrasse em linha de produção: o Peugeot 206, um dos maiores êxitos da marca em todo o mundo ao longo de sua centenária história. Hoje Porto Real fabrica quatro modelos: os Citroën C3 e Aircross e os Peugeot 208 e 2008 — os comerciais leves Citroën Jumper e Peugeot Boxer seguem na unidade da Iveco em Sete Lagoas, MG. Os mais recentes, Aircross e 2008, foram apresentados no transcorrer do ano passado.

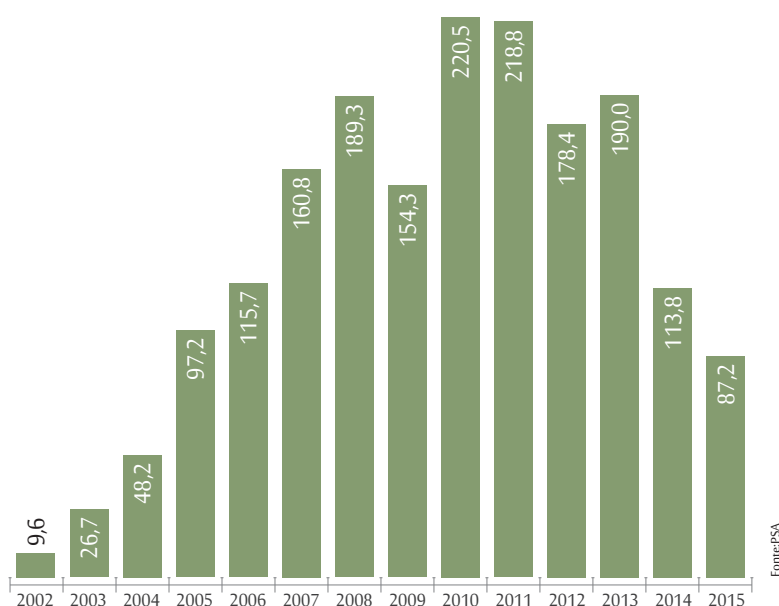
MOTORES E CABEÇOTES — O complexo sul-fluminense não é só uma fábrica de veículos. De lá saem ainda motores completos e peças usinadas. A planta de motores surgiu já em março de 2002, com capacidade produtiva para 280 mil unidades anuais em três turnos de trabalho. A área dedicada à usinagem, porém, abriu suas portas somente em 2009, com capacidade



Produção de veículos (mil unidades)



Produção de motores (mil unidades)



anual, em três turnos, de 100 mil blocos de ferro fundido e 80 mil cabeçotes de alumínio.

Porto Real produz motores de 1,4, 1,5 e 1,6 litro bicomustíveis e também unidades a gasolina para outros mercados, a Argentina em especial. Somente em 2014 foram produzidos quase 115 mil unidades e o total acumulado desde 2002 já ultrapassa 1,8 milhão de motores.

Nos últimos dois anos a PSA deixou de produzir em Porto Real versões de veículos pouco rentáveis e até modelos, como a picape Peugeot Hoggar, na busca para reduzir custos e voltar à lucratividade perdida nos últimos anos.

O último ciclo de investimento, de 2012 a 2015, foi de R\$ 3,7 bilhões. Um novo pacote deve ser anunciado em breve e, naturalmente, não deverá envolver ampliação da capacidade produtiva no Rio de Janeiro, já mais que suficiente para a demanda esperada nos próximos dois anos e para uma retomada gradual das exportações, que absorveram cerca de 236 mil veículos ao longo desses primeiros quinze anos, cerca de 16% do total fabricado.

Porto Real tem potencial para fabricar 220 mil veículos anuais e produziu 66,8 mil no ano passado – com índice de nacionalização médio de 70% e que deve chegar a 85% em dois anos –, o menor volume desde 2003, terceiro ano de operação, quando saíram das linhas de montagem 46,7 mil automóveis. A comparação com o melhor ano dá bem a noção do atual quadro. Em 2010 foram produzidos 149,5 mil veículos, duas vezes e meia a mais. **AD**

eventos ouro minas

LAPISBARAO



Surpreendente até no orçamento.



OUROMINAS
★★★★★ PALACE HOTEL

+55 (31) 3429-4000 • ourominas.com.br
vendas@ourominas.com.br

Pioneirismo de início de ano

Mais uma vez a Nissan agita o setor com anúncios importantes logo nos primeiros dias de janeiro. Desta vez a confirmação da produção local do Kicks.

Vicente Alessi, filho | vi@autodata.com.br

Tem se tornado tradição no setor automotivo os anúncios da Nissan logo no início de cada ano. Carlos Ghosn, CEO da Aliança Renault Nissan, aproveita sua passagem pelo País para reunir a imprensa, divulgar planos da fabricante e suas expectativas pelo que vem pela frente. A decisão de instalar uma fábrica de motores em Resende, RJ, e o início da produção de um motor 1.0 de três cilindros foram exemplos apresentados nos últimos janeiros.

Neste ano, na galeria localizada no prédio-sede da companhia, no Rio de Janeiro, RJ, o chefe da Nissan confirmou a produção local do crossover Kicks, um produto global apresentado como conceito no Salão do Automóvel de São Paulo em 2014. Mas a manchete bem que poderia ter sido outra: Ghosn disse que se o mercado cair 5% em 2016 deveremos, todos, aplaudir tal desempenho.

Parece que o período que vem adiante será rico em contrastes, quem sabe mais do que o ano anterior. Pois



Divulgação/Nissan

a produção de novo veículo é sempre estimulante, demonstra confiança da fabricante no mercado, significa investimento novo e empregos idem, os consumidores se agitam e frequentam mais as concessionárias. Ao mesmo tempo como considerar a queda no desempenho do mercado ao longo de doze meses com aplausos?

Pois aquilo que se revelaria contradição assume a pose de realidade, afinal de contas. Depois dos resultados de 2015, assim, em um mercado preparado psicologicamente para cair muito, 5% de retração talvez venha a ser algo imperceptível.

É fato que as montadoras instaladas no Brasil, inclusive Nissan, têm aproveitado essa má temporada para colocar-se em posição a mais perfeita possível para sair correndo em ofensiva, na busca massiva do consumidor tão logo surjam os primeiros indicadores da retomada, daquele instante de inflexão a partir do qual, como um nadador, bate-se no fundo da piscina para adquirir o impulso para a ascensão. Têm reduzido custos, adaptado estrutura de pessoal, buscado produtividade e aumento do índice de nacionalização. E têm gasto dinheiro novo na forma de inversão na produção.

INVESTIMENTO — Independentemente das particularidades do mercado brasileiro, tão originais como jabuticabas, o início da produção local do Kicks deve coincidir com a temporada dos Jogos Olímpicos, da qual a Nissan é patrocinadora — seria uma proveitosa arquitetura de marketing. O Brasil

será o primeiro local onde o veículo será produzido, com investimento de R\$ 750 milhões em ferramental, tecnologia e em capacidade e a criação de seiscentas vagas de trabalho.

O Kicks surgirá na fábrica Nissan de Resende, RJ, como resultado de trabalho conjunto final dos centros de design da Nissan no Japão, em San Diego, Califórnia, e no Rio. Seu índice de nacionalização inicial, 74%, é particularmente interessante — há dois anos o March começou com 54%, hoje já chega a 68%, mas busca os 80% até dezembro. E também terá a América Latina como destino.

A produção será realizada na mesma unidade que já produz March e Versa, que ainda este ano ganharão a opção da transmissão automática CVT. A escolha de Resende foi óbvia, disse Ghosn, pois a Nissan não tem capacidade de produção disponível na América do Norte, Estados Unidos e México, mas a tem aqui.

Carlos Ghosn e seus companheiros José Luis Valls, responsável pelas operações Nissan na América Latina, e François Dossa, que as conduz no Brasil, reconheceram que a chegada do Kicks corresponde à expectativa de que o segmento de SUVs e crossovers viverá dias de glória na região. E que a Nissan prepara-se para ser grande protagonista nesse jogo: quer ser uma das Top 3. Saiu de participação de 2,1% de mercado em 2014 para 2,5% no ano passado, lembrou Ghosn: “E queremos mais, muito mais, pois nosso principal potencial é o comprometimento que temos com o cliente”.

AD

“Queremos mais, muito mais, pois nosso principal potencial é o comprometimento que temos com o cliente”

Carlos Ghosn



Divulgação/NAIAS

Detroit em ritmo de recuperação

Com discrição as luzes voltam ao Cobo Hall. E o rock também.

Vicente Alessi, filho, de Detroit, MI | vi@autodata.com.br

Diz a tradição que Nissan (veja reportagem na pág. 42) abre todo ano a temporada de caça da imprensa especializada em veículos na busca da notícia. O segundo grande evento tem Detroit, MI, como sede, na forma do seu salão do automóvel, na sua 109ª edição. Este ano com boas e interessantes notícias: a Ford deve, até agosto, setembro, anunciar seu novo plano quinquenal – se não trienal; a General Motors anuncia a produção da nova família Cruze, sedã e hatch,

ano-modelo 2017, em São Caetano do Sul, SP, ou Rosario, Argentina, e a Volkswagen, por meio do presidente de seu conselho, falou com muita franqueza, e humildade, aos jornalistas sobre sua encrência maior, motores que escondiam a sujeira de emissões não coibidas.

No caso da Ford o novo plano de investimentos não ignora sua operação de caminhões e implica, provavelmente, novos produtos.

Já para a General Motors a questão

é descobrir o melhor lugar para produzir os novos Cruze à medida que São José dos Campos, por questões trabalhistas, e Gravataí, por impossibilidade de capacidade de produção, estão descartadas. De acordo com Marcos Munhoz, vice-presidente da General Motors brasileira, “em Gravataí não cabe e em São José dos Campos temos encrência trabalhista. Então, Rosario ou São Caetano ganharão esse volume”.

De qualquer maneira, e seja lá onde forem produzidos, esses novos Cruze

serão mostrados no Salão do Automóvel de São Paulo, em outubro.

Detroit, que abriga o North American International Auto Show, o primeiro salão de automóveis do ano parece querer voltar a resgatar seu passado glorioso. Os Estados Unidos produziram 17 milhões de veículos no ano passado, indicador de que o país vence a crise de maneira sustentável, e uma certa alegria toma conta, de novo, do Cobo Hall.

A tônica das apresentações foram conectividade, veículos elétricos, mobilidade, prestação de serviços aos consumidores. Parece, até, que a ideia antiga de encantamento do consumidor volta com outro nome.

A Ford adota uma nova ideia para a sua comunicação de produtos, Make People's Lives Better — fazer melhor a vida das pessoas em tradução razoavelmente livre —, e deixa claro que seu core business tem tudo a ver com oportunidades emergentes, aquelas que a rotina da vida coloca sobre a

mesa e sobre o colo de seus executivos. Mostrou a cara nova do Fusion, sua versão Platinum, ainda mais sofisticada, a híbrida e a plug-in. E a musculosíssima F-150 Raptor Supercrew, de impor respeito em qualquer situação, aquele tipo de veículo que parece a casa da gente. Também a Mercedes-Benz mostrou novidades, como o SLC 43 e o novo Classe E. Mas vai aí uma crítica: como é possível tornar o Classe E um carro tão feio?

Pela manhãzinha do primeiro dia de imprensa, a segunda-feira, 11, foram anunciados os carro e utilitário do ano, indicação festejada pelos ganhadores: Honda Civic e Volvo XC 90.

No dia seguinte lá fora flocos de neve começavam a cair quando a Lincoln, divisão de luxo da Ford, iniciou a apresentação de seu Continental, pré-anunciada por quinteto e Sara Niemietz, conhecida defensora do jazz e do rhythm and blues de Chicago ao som de Fever e Fly Me to the Moon.

Também havia luzes e um rumor

quase alarido na celebração Lincoln, pois muitos dos quase 7 mil jornalistas credenciados já haviam partido, tudo um pouco mais contido do que no dia anterior, quando uma das atrações extra-carros foi Ria Weaver, neozelandesa igualmente freguesa de R&B, durante a apresentação do Mercedes-Benz SLC. Para os cultores de cultura e boa música um prato cheio.

O mesmo vale para os amantes da Lincoln, que viram o seu modelo preferido o Continental, ganhar incrementada sopa de letrinhas tecnológica. A Ford descreve este Continental como “um sedã grande, poderoso, tranquilo e elegante”, de “luxo discreto”. Lincoln nunca foi marca elegível para o Brasil, mas estará disponível para clientes da América do Norte e da China a partir de julho, com motor 3 litros V6 que gera 405 cv.

Mostrado na segunda-feira, 11, o Honda Civic galardoado com o título de Carro do Ano é um novo automóvel. Um orgulho para John Mendel, vice-presidente da Honda of America e na prática seu homem forte, pois, na sua décima geração, o modelo foi totalmente desenvolvido aqui no país — primeira vez que isto acontece no mundo da companhia.

Deverá chegar ao Brasil no segundo semestre e ter duas opções de motor: 1,5 litro turbo, com 174 cv, e 2 litros aspirado, com 155 cv, ambos com câmbio CVT. Graças à nova plataforma o carro ficou mais largo, mais comprido e pouca coisa mais baixo — Mendel teria dito que o Civic, agora, é um carro reinventado.

AD



Vidas preservadas e dinheiro em caixa

Aprovação da exigência do controle de estabilidade como item de série na produção nacional só promete benefícios: gera negócios, reduz custos e evita acidentes.

Décio Costa | decio@autodata.com.br

O Denatran finalmente determinou as próximas etapas para mais um passo decisivo em direção ao futuro da indústria automobilística nacional. A resolução 567 de 16 de dezembro de 2015 definiu a instalação obrigatória do controle eletrônico de estabilidade — ESP ou ESC — na produção nacional a partir de 2020 em novos projetos de automóveis, comerciais leves e caminhões até 3,5 toneladas e, em 2022, em 100% na produção das mesmas categorias.

Não há como deixar de aplaudir a decisão, afinal, como atribui Alexandre Pagotto, especialista em marketing da divisão chassis system control da Bosch, “é a maior invenção de segurança depois do cinto de segurança”. Entretanto, o executivo questiona a longa temporada até introdução total do dispositivo como item de série na frota produzida.

“Não existe justificativa técnica para um prazo tão longo. Sua aplicação leva de um ano e meio a dois, três em casos raros. Além do mais, boa parte dos mo-

delos já é global e equipada com ABS, o que facilita a instalação.”

O presidente da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, Edson Orikassa, no entanto, lembra que durante as discussões para definir a resolução do Denatran se reivindicava prazos de seis a sete anos. “Acredito que se procurou entregar uma solução intermediária, de quatro e seis anos, prazos adequados para os desenvolvimentos necessários.”

Orikassa conta que não basta somente integrar o dispositivo nos veículos. Primeiro há a obrigatoriedade técnica de o freio ABS ser tipo de quatro canais, característica que não está presente na totalidade da frota nacional e nem mesmo se trata de uma exigência legal. “Depois, uma parte do desenvolvimento requer pista de gelo. A montadora deverá usar invernos lá fora tanto para os testes quanto para as validações dos projetos.”

Cabe lembrar, porém, que o controle de estabilidade já participa de um recorte da realidade do mercado

brasileiro. Segundo dados da própria Bosch em 2014 a taxa de instalação do equipamento no volume de vendas de carros e comerciais leves foi de 14%, cinco pontos percentuais a mais do que em 2013. Outro estudo, este encabeçado pelo Cesvi Brasil, Centro de Experimentação e Segurança Viária, mostra avanço consistente na sua oferta como equipamento de fábrica.

Em 2014 o levantamento identificou 449 versões com o equipamento disponível como de série, em um universo de 940 versões. Um ano depois a conta somou 549 modelos ofertados com o recurso de um total 917 versões, o que representa 67% dos veículos e um aumento de 22,3% na oferta do equipamento.

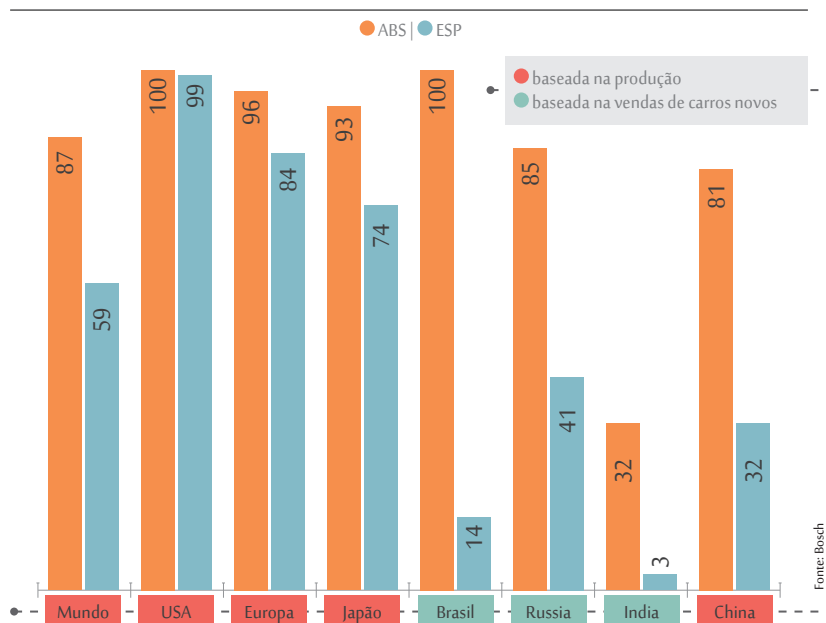
Apesar do crescimento, o dispositivo ainda é um tipo de mosca branca na ampla lista de modelos ofertados no País, principalmente nas faixas de entrada das gamas. No País o equipamento só é visto com mais frequência como item de série em veículos cujos preços ultrapassam os R\$ 70 mil. Uma

das exceções está no portfólio da Ford com o Ka, ainda assim na versão topo de linha ao custo de R\$ 48 mil.

“Como a demanda ainda é baixa, apenas os modelos de maior valor justificam incorporar o recurso”, diz o presidente da AEA. “O preço mais alto permite à montadora acrescentar itens de valor ao carro.”

Não há dúvida, porém, que até 2022 montadoras e fornecedores terão de investir para integrar o ESP nos veículos, como já ocorreu com o ABS e o airbag. A Bosch produz o dispositivo desde 2014 em sua fábrica de Campinas, SP, na mesma linha de montagem do ABS. “É uma linha flexível, na qual a produção do ESP exige somente algu-

Taxa de instalação mundial ESC 2014 (%)



TENHA NA SUA EMPRESA OS MELHORES PROFISSIONAIS DO MERCADO

Conte com o nosso apoio para definir estratégias, processos e garantir que sua empresa tenha as mais perfeitas

“SOLUÇÕES EM RECURSOS HUMANOS”

• Mapeamento de Potencial • Recrutamento e Seleção • Mapeamento de Mercado



Soluções em RH

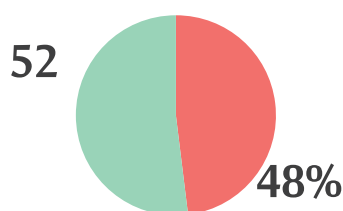
Gestão Profissional de
Alta Performance

Rua Capanema, 71 - Brooklin Novo - (11) 5506-8312 / 5507-7567
www.solucoesemrh.com.br

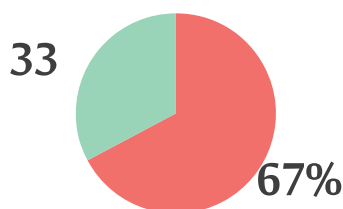
Veículos novos à venda no mercado brasileiro

● sem ESC | ● com ESC

2014 | Total de versões 940



2015 | Total de versões 917



Fonte: Cevsi Brasil

mas bancadas a mais no processo de montagem devido ao maior número de componentes”, diz Pagotto. “Para o início da produção já se tinha a visão de que depois da obrigatoriedade do ABS, o próximo passo seria o ESP.”

O representante da Bosch conta ainda que o dispositivo já incorpora muitos componentes locais. “Alguns itens, claro, são importados pela ausência de fornecedores aqui. Mas os testes, a montagem, a embalagem, tudo é feito aqui.”

LOGO MAIS — Na mesma direção da Bosch segue a Continental que, em futuro próximo, pretende iniciar produção do controle eletrônico de estabilidade em sua unidade fabril de Várzea Paulista, SP, onde também produz ABS.

“Ainda não temos a linha de montagem, mas o local já está definido”, revela Fabrício Menezes, diretor da engenharia de desenvolvimento da Continental Brasil. “Quando introduzimos a produção do ABS no Brasil, em 2012, já se pensava no ESC. Agora é somente questão do aumento da demanda do mercado para o começo da produção.”

Mas independentemente do prazo de introdução do dispositivo e as oportunidades de negócios que dele se originarão, o controle eletrônico de estabilidade traz consigo atributos que vão além da função para o qual foi criado.

“O ESP proporciona integrar recursos extras. Ele é fundamental para o futuro do automóvel”, afirma Pagotto, da Bosch. “É uma tecnologia chave para executar outras funções, como assistente de distância, medidor da pressão

dos pneus, auxílio de partida nas ladeiras e até mesmo a direção autônoma.”

Depois, ao corrigir a rota do carro nos casos de derrapagens, o controle eletrônico de estabilidade evita acidentes e comprovadamente salva vidas. Dentre os diversos estudos sobre a eficácia do dispositivo, um deles, elaborado pela NHTSA, a agência do governo estadunidense para administração e segurança do trânsito, realizado em 2007, revelou que o ESP reduz em até 34% os acidentes por impacto em carros e em até 59% nos casos de utilitários esportivos, como também diminui o risco de capotamento em até 71% e 84%, respectivamente.

Mais: no mesmo levantamento até 9,6 mil mortes e outras 252 mil lesões por ano podem ser evitadas, deixando de serem gastos de US\$ 5,6 bilhões a US\$ 11,4 bilhões anuais com despesas provenientes dos acidentes.

No Brasil não há estudo semelhante, mas de acordo com um trabalho do Ipea, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, em parceria com a Polícia Federal, divulgado no ano passado com dados de 2007 a 2014, os acidentes nas rodovias do País geram um custo anual de R\$ 40 bilhões, dos quais 64,7% do valor estão associados diretamente às vítimas, relacionados aos cuidados de saúde e perda de capacidade da pessoa para trabalhar.

Não se sabe quanto disso pode ser economizado quando o controle de estabilidade eletrônico ser uma realidade plena no País, mas certamente estará não só reduzindo custos como também preservando vidas.

AD

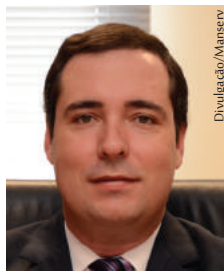
Cantaloube

Brigitte Cantaloube é nomeada CDO, Chief Digital Officer, da PSA Peugeot Citroën. A função acaba de ser criada como uma etapa essencial da transformação digital da empresa, que visa uma maior agilidade e proximidade com seus clientes.

Bellion

O francês Olivier Bellion é o novo diretor-geral da Total Lubrificantes do Brasil, do Grupo Total. Com 18 anos de atuação no mercado e de experiência no grupo, o executivo tem a missão de fortalecer, consolidar e ampliar a presença da marca nos próximos anos.

Moreira



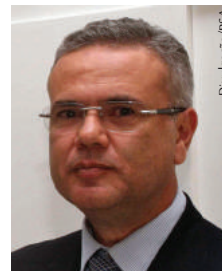
Divulgação/Manserv

Ricardo Mozine Moreira é o novo diretor-geral da Manserv Facilities, núcleo de negócios e serviços da Manserv.

Sautner

Rubens Sautner é promovido a diretor da Saint-Gobain Autover, divisão da Saint-Gobain Sekurit para atendimento ao mercado de reposição da América do Sul. Sautner terá a responsabilidade por todos os programas de vendas, marketing e relacionamento da empresa.

Vetorazzi



Divulgação/PSA

Alessandro Vetorazzi é o novo diretor de peças e serviços América Latina do Grupo PSA. O executivo substitui Paulo Solti, diretor da marca Citroën no Brasil, que acumulava essa posição.

Nacional

Depois de um ano de produção em solo nacional, as vendas do Nissan Versa cresceram 25%. De abril, mês em que começou a ser comercializada a versão nacional, a dezembro de 2015 foram emplacadas 16,1 mil unidades. No mesmo período de 2014 foram vendidas 12,9 mil unidades, quando o modelo ainda vinha do México.

Casa nova

A Kawasaki do Brasil expande sua rede com a inauguração de uma concessionária em Goiás, a Kawasaki Avant Motos Goiânia.

Recarga

O BMW Group Brasil anuncia parceria com o Grupo Pão de Açúcar e começa a oferecer pontos de recarga pública de automóveis elétricos e híbridos da marca em estacionamentos de dez lojas da rede.



Divulgação/Ford

Odontomóvel

A Ford expandiu o Projeto Odontomóvel, voltado para saúde bucal gratuita da população. O projeto agora conta com quatro ambulatórios móveis, três deles de atuação regional e um de grande porte para assistência de âmbito nacional. Iniciativa já beneficiou cerca de 100 mil pessoas.

Máquina agrícola: o que esperar de 2016.

O Brasil evoluiu muito no campo e, principalmente, no mercado de máquinas agrícolas nos últimos anos. Dados da Anfavea apontam que de 2011 a 2013 as vendas de tratores cresceram cerca de 20%, sendo que apenas em 2013 foram comercializados mais de 65 mil tratores. Os excelentes números daquele que foi considerado o ano de ouro para as indústrias do segmento, o tornaram também um ponto fora da curva nos mercados de 2014/2015.

Entretanto, mesmo com a retração das vendas em 2015, e com um cenário político de incertezas, é preciso ressaltar que o agronegócio brasileiro não está em crise, muito pelo contrário. Ele é um setor estratégico para a economia brasileira e o único com crescimento expressivo, respondendo por 23% do PIB. Os recorrentes recordes de produção de grãos também trazem boas perspectivas aos agricultores brasileiros. Para se ter uma ideia, a safra 2015/2016 deve superar as anteriores, atingindo 212,9 milhões de toneladas, segundo a Conab.

Além disso, de acordo com recente relatório apresentado pela FAO/

OCDE, Food and Agriculture Organization/Organization for Economic Co-operation and Development, o Brasil está em condições de superar os Estados Unidos no futuro e se transformar no maior produtor de alimentos e bens agrícolas do mundo. O documento indica ainda as oportunidades do País para continuar incrementando sua produtividade e abastecer a demanda crescente de proteínas que haverá no mundo na próxima década, principalmente na Ásia.

E o que o nosso País precisa para alcançar o posto de maior produtor mundial de alimentos? Trabalhar de maneira muito focada na busca de novas práticas para melhorar os resultados, inovando e investindo em novas tecnologias. Desta maneira, é possível dizer que 2016 será o ano da intensificação das tecnologias de agricultura de precisão disponíveis atualmente no mercado, tanto por parte dos produtores quanto pelos fabricantes.

A integração e a otimização de recursos das propriedades agrícolas devem ser o foco da indústria de máquinas agrícolas daqui pra frente, e quem conseguir operacionalizar os proces-

sos de cultivo e de colheita, a partir do uso integrado de soluções tecnológicas aplicadas ao conceito de agricultura de precisão, levando à maior eficiência e rentabilidade, ganhará mercado.

Tanto a mecanização quanto a aplicação de sistemas de tecnologia são uma forma sustentável de desenvolvimento. Tendo tudo isso em vista, o mercado de máquinas agrícolas seguirá no desenvolvimento de tecnologias que atendam a necessidade do aumento desta oferta de alimentos, visando otimizar ao máximo a utilização da terra, proporcionando maior produtividade, sem aumento das áreas de plantio das culturas.

O principal desafio dos fabricantes este ano continuará sendo o de desenvolver um produto que atenda a todas as exigências dos clientes e que seja economicamente acessível. Porque, em 2016 ou em qualquer outra data, o produtor rural estará interessado em conhecer as novidades que poderão ser empregadas no campo a fim de ajudá-lo a aumentar a produtividade e, independente do cenário, priorizar as tecnologias que simplifiquem o trabalho e ampliem a rentabilidade. **AD**

Alfredo Jobke | [diretor de marketing AGCO América do Sul](#)

NOVO PEUGEOT 308.
PARA VIVER & SURPREENDER.
CONHEÇA EM UMA CONCESSIONÁRIA PEUGEOT.

BETCÃO PAULO



TETO PANORÂMICO



CÂMERA DE RÉ



TECNOLOGIA
MIRROR SCREEN

15 ANOS
FABRICANDO NO BRASIL

3 ANOS
GARANTIA

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



Na cidade somos todos pedestres.

NOVO PEUGEOT 308

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

NOVO CITROËN

AIRCROSS

AVENTURE-SE



IAVAS

Pedestre, use sua faixa.



POTÊNCIA COM BAIXO CONSUMO

Nota A na avaliação de consumo de combustível do Inmetro nas duas versões de câmbio manual.



NOVA ASSINATURA LUMINOSA

O design marcante e inovador traz nova assinatura luminosa com LED.



SUV IMponente

Maior robustez, imponência e agressividade em cada detalhe.



NOVA FUNÇÃO MIRROR SCREEN

Central de multimídia que oferece espelhamento do smartphone e uma tela touchscreen de 7" repleta de tecnologias, como câmera de ré, reconhecimento de voz e muito mais.



AMPLO PARA-BRISA PANORÂMICO

Para-brisa em três níveis, com visão e luminosidade privilegiadas, garante maior prazer ao dirigir.



NOVA CAPA DE ESTEPE

A nova capa de estepe traseiro resalta o espírito off-road do novo Aircross e garante personalidade.



NOVO DESIGN INTERNO

Ampla espaço interno com possibilidade de personalização com 3 cores: prata, cinza e branca. A variação é de acordo com a versão do carro.



NOVOS PNEUS SCORPION

Aderência máxima, o que proporciona uma experiência off-road com conforto e bem-estar.

0800 011 8088



CRÉATIVE TECHNOLOGIE

15 ANOS 
FABRICANDO NO BRASIL

     citroen.com.br