



From the Top
Carlos Zarlenha,
presidente da GM

AUTODATA



ACEROS DE ALTA RESISTENCIA

- Mejora en la Seguridad Pasiva y protección de los ocupantes
- Absorbedores de impacto en los puertos delanteros
- Refuerzos en el interior de las puertas
- Acero Noble en Hot Stamping en el piso y en las columnas A y B
- Mayor Rigididad Torsional de la carrocería, mejora del comportamiento del vehículo

70%
DE LA CARROCERIA
desarrollada
EXCLUSIVAMENTE
para

LANÇAMENTO

Fiat Cronos
revitaliza
fábrica
Argentina
de Córdoba

INTEGRAÇÃO DO MERCOSUL

Somos mesmo
um bloco só?

ETANOL FLERTA COM OS ELÉTRICOS

Desse namoro
sai casamento?

REDE DE DISTRIBUIÇÃO

Número de
concessionárias vai
parar de cair
em 2018

Indústria automotiva
teme que diferenças
na velocidade de reação dos
fornecedores
trarão os planos de crescimento
para 2018

AUTODATA PERGUNTA

Nova seção estreia
com Greg Scheu,
da ABB

www.com.br/virtus

Motor 200TSI com câmbio automático de 6 velocidades

200 TSI
AUTOMATIC



virtus

Desenhado para ser seu.



Nota máxima
em segurança.

With
Watson™

Manual cognitivo com inteligência artificial



Trânsito seguro, eu faço a diferença. 



Painel digital Active Info Display



Volkswagen



**FORNECEDORES
V_J F_LT_R PEÇ_?**

20

A principal dúvida prática que o setor automotivo enfrenta hoje no Brasil é: vai faltar peça? A resposta certamente será sim, e já a partir do segundo semestre, se nada for feito agora

**LANÇAMENTO
FIAT CRONOS**

32

O novo sedã da Fiat deu à unidade argentina da FCA os mesmos padrões tecnológicos e de qualidade de produção das fábricas brasileiras de Pernambuco e Betim, MG



Divulgação/FCA

**ESTRATÉGIA
MERCOSUL**

38

Montadoras no Brasil e Argentina se esforçam para tornar o Mercosul automotivo de fato um bloco só, mas o todo esbarra na diferença de tamanho dos mercados

**TECNOLOGIA
ETANOL + ELÉTRICOS**

42

O etanol, biocombustível que tem no Brasil seu maior expoente, se mostra par perfeito para a mobilidade elétrica. Mas o namoro dependerá de muito desenvolvimento para virar casamento

**MERCADO
CONCESSIONÁRIAS**

48

Como diz Alarico Assumpção Jr., da Fenabrade, a rede de distribuição saiu da UTI. Não deveremos ver novas casas esse ano, mas também nenhuma deve fechar as portas

8

LENTE

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

12

FROM THE TOP

Carlos Zarlenga, presidente da GM Mercosul, explica a integração da fabricante na região

30

AD PERGUNTA

Elegemos mensalmente um tema e convidamos um especialista para responder

54

GENTE & NEGÓCIOS

Movimentações de executivos e outras novidades da indústria automotiva brasileira

58

FIM DE PAPO

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

Seriedade, relevância e bom humor

Por Marcos Rozen, editor

Para nós da AutoData Editora a missão de uma revista é muito simples: ela deve ser relevante para o leitor. Se assim não for, não servirá nem para decorar sala de espera. E para ser relevante uma revista precisa do trabalho sério e dedicado de sua equipe de jornalistas e de arte. Estamos atentos a todo e qualquer movimento que possa, de alguma forma, ser relevante a você, nobre leitor. Antes de escrever, o jornalista precisa ouvir. E ouvir muito – o que, no jargão jornalístico, chamamos de apurar.

No caso específico de **AutoData**, não só a mais importante e tradicional mas a única publicação mensal brasileira dedicada da primeira à última página à cobertura da indústria automotiva, essa relevância precisa ser ainda mais aprofundada. As informações aqui contidas contribuem para os(as) executivos(as) entenderem os rumos deste transatlântico: qual a previsão do tempo, o tamanho das ondas, onde podem existir icebergs, pedras submersas e recifes de corais. E até, quem sabe, tesouros escondidos.

Essas informações ajudam as inúmeras empresas da longa cadeia automotiva a planejar melhor suas ações, ajustar modos de gestão dos negócios, programações de produção, investimentos, contratações. **AutoData** ajuda na tomada de decisões do setor automotivo. E é assim que deve ser, pois isso é o relevante para o nosso leitor.

Mas é importante não confundir seriedade com sisudez. Uma revista séria não precisa ser carrancuda. Ao contrário: um toque de bom humor torna muito mais prazerosa a leitura de temas, sim, muito sérios, como o tratado na capa desta edição de março. Porém é justamente essa leveza que nos permite chamar atenção para encarar de forma direta e imediata assuntos que não podemos deixar para depois. E que ajuda o leitor a procurar as melhores soluções.

Aqui na nossa redação ainda acreditamos muito no relacionamento que as pessoas têm com as revistas que leem, tanto em papel quanto no formato digital. E podemos assegurar que, do lado de cá, trabalhamos com extremo afincô para que **AutoData** seja cada vez mais relevante. Esperamos, porém, que nem por isso você, leitor, a terá sempre por perto apenas por mera obrigação profissional mas, também, por simples e puro prazer.



www.autodata.com.br



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora

AUTODATA

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** Bruno de Oliveira, Caio Bednarski, Gilmara Santos **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Foto Capa** FCA **Midias sociais** Alex 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 Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira **Distribuição** Correios **Pré-imprensa e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7756 **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



O Novo Chevrolet Equinox traz adrenalina para o segmento dos SUVs. Um carro com motor 2.0 Turbo de 262 cv que vai de 0 a 100 km/h em apenas 7,6 segundos. Tudo isso com mais de 8 tecnologias de proteção para você sentir o carro com segurança. Novo Chevrolet Equinox. O frio na barriga está de volta.

#SUVUESPORTIVO

NOVO CHEVROLET EQUINOX 2018

3 ANOS
DE GARANTIA

chevrolet.com.br



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Novo Chevrolet Equinox. Alerta de Tráfego Cruzado é funcional somente em marcha a ré. Alerta de Colisão Frontal é funcional somente a partir de 40 km/h. Os serviços OnStar dependem da serviços públicos de emergência e dependem das regras, cobertura e disponibilidade destes. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar a área de cobertura dos serviços OnStar configurações disponíveis e condições de garantia. Procure o seu consultor de vendas para conhecer todos os acessórios disponíveis. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com

**UM SUV QUE NÃO FOI FEITO PARA
VOCÊ DIRIGIR, MAS PARA PILOTAR.**



FIND NEW ROADS™

CHEVROLET



disponibilidade da rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade do sinal de GPS. Os serviços de emergência funcionam como uma maneira de auxiliar na conexão entre o cliente e os serviços de atendimento de emergência, bem como demais limitações dos serviços OnStar. Consulte uma Concessionária Chevrolet ou o site www.chevrolet.com.br para obter informações sobre as versões, o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. CRC: 0800 702 4200.

REDUCTIONISMO

Coisas que acontecem em épocas reductionistas, quando empresas conseguem acreditar que administradores de empresas, com MBA de marketing a bordo, por exemplo, são excelentes potenciais gerentes de imprensa e de relações públicas, numa daquelas mostras antecipadas de que a bola errada entrará, mais uma vez, na caçapa para estragar seu jogo: a subsidiária da Porsche no Brasil indicou o administrador de empresas Rodrigo Soares, detentor de MBA em marketing, como seu novo gerente de imprensa e RP. Em comunicado diz que Rodrigo tem "ampla experiência no segmento automotivo", no qual iniciou carreira em 2004. Não conta onde.

REDUCTIONISMO 2

Mas a Porsche conta que desde 2015 Rodrigo foi seu gerente de vendas, "tendo um papel importante no sólido crescimento da companhia". Não conheço Rodrigo e acredito que ele não tenha jornalistas amigos a quem recorrer numa hora dessas para consultar a respeito da oportunidade – será que vale a pena? Pois esse mundo no qual ele adentra, agora, acredito, deva ser exercido por gente do ramo.

REDUCTIONISMO 3

Deve ser mais uma daquelas soluções domésticas à guisa de economia porca. Já cansamos de ver isso. Acredito, de maneira intransigente, que profissionais de imprensa e de RP, gente da área da comunicação social, é que assume essas posições – da mesma maneira que, certamente, administradores têm o seu lugar reservado na estrutura das empresas. Os casos em que esse tipo de indicação funciona conformam uma absoluta exceção. A não ser que a Porsche Brasil tenha uma formidável boa experiência com profissionais exercendo funções fora de sua área de formação.

CONFIAR É UM RISCO

Confiar em números, índices e dados estatísticos de órgãos públicos é um risco, como mostra a Inrix, empresa baseada em Kirkland, Washington, perto de Seattle, www.inrix.com. Sua tarefa foi medir congestionamentos em 1 mil 360 cidades de 38 países em todos os continentes. São Paulo, que em 2016 era a sexta cidade mais congestionada do mundo, cresceu duas posições no ano passado – e passou ao quarto lugar, desbancando São Francisco, Califórnia, e Bogotá, Colômbia, e mantendo a liderança na América do Sul. Seu ICI, de Inrix Congestion Index, é 16,9 contra 18,3 de Los Angeles, Califórnia, a primeirona do ranking. Aqui, em 2017, 22% do tempo dos motoristas foi gasto em congestionamentos, o que representou 86 horas. Causa óbvia: o crescimento da velocidade permitida nas avenidas marginais dos rios Pinheiros e Tietê?



Divulgação/Fotos Públicas/Oswaldo Comet

FORD



Divulgação/Ford

Ford se manterá ativa na América do Sul como produtora de veículos? Esta pergunta se faz a respeito da Ford e de mais meia dúzia de outras fabricantes. Mas, no caso, há mais pistas disponíveis. Tudo começou a ficar mais claro na quinta-feira, 8 de fevereiro, com a divulgação de reportagem do jornalista Caio Bednarski, da Agência AutoData de Notícias: citando fonte da indústria fornecedora de autopeças antecipava o encerramento da produção do Focus na fábrica de General Pacheco, na Província de Buenos Aires, para até 2019 e deixava a porta aberta para a pergunta: e-a-nova-geração:-onde-será-produzida? E no meio desse balão argentino também está o destino da picape Ranger, que não tem traço de sucessão.

FORD 2

Na penúltima semana de fevereiro a Coluna De Carro por Aí, editada a partir de Brasília, DF, por José Roberto Nasser, e distribuída nacionalmente, também enfrentou o assunto. Nasser tirou do embornal a relação dos maiores acionistas com o board da companhia e a questão crucial: qual-é-o-futuro-da-Ford? Como se percebe é comprido o pano de fundo de mais esta história. Poderia implicar, também, o fim das atividades na fábrica do Taboão, em São Bernardo do Campo, SP, hoje Fiesta e Cargo, com toda a força sendo concedida à de Camaçari, BA, hoje Ka e EcoSport. Lá, em 2019, nasceria um novo produto para substituir Fiesta e Ka,

uma troca 2 por 1. Como ouvido, e às vezes lido, é conhecido o tamanho do prejuízo sucessivo, exercício a exercício, da companhia na região - e isso deve dizer alguma coisa aos analistas. Principalmente porque o mundo automotivo está às vésperas de mais uma grande revolução, tipo aquela da instituição do fordismo e suas linhas de montagem. Mas nada a ver com os chamados velhos tempos.

FORD 3

Assim, ao mesmo tempo em que se deseja frear o prejuízo aqui é fundamental preparar a estrutura presumivelmente restante para os novos tempos - nos quais a companhia, com sua história e tradição, também quer exercer papel de alta relevância, igualzinho ao que aconteceu na primeira revolução, como admitia o vice-presidente Rogelio Golfarb em conversa durante o Salão de Detroit, em janeiro. Talvez seja esse, então, o pensamento estratégico predominante aplicado às operações na América do Sul: reduzir a organização para preparar o futuro. (No caso o futuro mais próximo será composto de várias alternativas elétricas e o de longo prazo de variados graus de direção autônoma com altíssima incidência de tecnologia e conectividade. Mas sempre a bordo de ve-i-cu-los.)

FORD 4

Quem observa percebe o grande elenco de acordos da Ford fora do mundo dos carros e dentro do mundo da inteligência artificial e da alta conectividade. Quem conversa com os Ford guys mundo afora entende melhor a que a companhia pretende se destinar: nada menos o primeiro lugar no futuro universo da mobilidade. Daí a síntese, quase uma lei geral: na América do Sul encolher seria sinônimo de crescer ao longo dos anos que vêm.

JÁ EM RIBEIRÃO...

A falta de profissionais adequados nos seus devidos lugares gera incredulidade e muita risada nas boas redações do mundo. Pois vejam: no mesmo dia em que AutoData recebeu o press release da Porsche chegou, também, o de pequena assessoria de imprensa de Ribeirão Preto, SP. Com um título catastrofal, como o rotularia Jean Melé, criador do finado, e combativo, diário Notícias Populares: Novo Polo É Eleito o Carro mais Premiado. É inimaginável que um press release com esse título seja distribuído - mas foi. Coisas que acontecem, claro. Falha da gestão de qualidade da assessoria, sem dúvida - mas será que há essa gestão da qualidade do material enviado às redações? Mais um sintoma do reducionismo? Entendem o que digo?



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 cidade
não foi feita
para caminhões.
Por isso, fizemos
caminhões
para a cidade.**



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



Uma marca da MAN Latin America.
www.man-la.com

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

O homem que trocou a fachada



Divulgação/GM

Recentemente os puristas do setor automotivo nacional levaram um choque: a quase centenária fachada do Portão 1 da General Motors na Avenida Goiás, em São Caetano do Sul, SP, foi alterada. Sem aviso e cerimônia, a tradicionalíssima inscrição General Motors do Brasil que ladeava a entrada foi substituída por General Motors Mercosul.

Foi uma forma de mostrar ao

público interno e externo que uma nova e inédita estrutura, que unificou completamente as operações da fabricante no Brasil e na Argentina, havia nascido.

O homem que mandou trocar a fachada foi o argentino Carlos Zarlença, 44 anos, presidente da GM do Brasil desde setembro de 2016 e da GM Mercosul a partir de janeiro de 2017, quando a nova estrutura foi criada. Ele fez carreira

na fabricante a partir da área de finanças, e pela GM já peregrinou em diversos mercados – até mesmo no longínquo Uzbequistão.

Nesta entrevista exclusiva ele conta como funcionou o processo de integração no último ano, os novos investimentos da fabricante aqui, suas preocupações sobre o Rota 2030 e muito mais. Além de revelar, é claro, suas razões para mandar trocar a fachada.

Como funciona essa produção integrada da GM no Brasil e na Argentina?

O que a gente fez foi criar uma estrutura em torno da operação que já existia, a produção em si já era integrada. A separação das operações de Brasil e Argentina era quase artificial. Como você consegue separar dois países onde vendemos praticamente os mesmos produtos? Hoje a complementariedade do nosso portfólio é de quase 99%, praticamente tudo que vendemos aqui vendemos lá. Na cadeia de fornecedores, temos empresas de lá atendendo plantas daqui e daqui atendendo fábricas lá. E geralmente são as mesmas empresas, globais, e mesmo as regionais também, muitas vezes são as mesmas aqui e lá. Os consumidores igualmente são bem similares. As redes aqui e lá têm os mesmos problemas, a mesma necessidade de eficiência, de melhorar processos, de aprender uns com os outros. Na realidade o que a gente fez foi formalizar o que já existia.

Que tipo de ganhos essa unificação gerou para a GM?

A vantagem de fazer isso é que toda a burocracia que ficava escondida, tentando se beneficiar de duas empresas separadas, desaparece. Então reduzimos custo, aceleramos a tomada de decisões e geramos oportunidades de trabalho mais interessantes para as pessoas. Além disso aumentou a compreensão regional: muitos aqui no comitê executivo da GM já tinham responsabilidade pela Argentina, mas isso acontecia por meio de uma pessoa que ficava lá. A partir disso alguns diziam que conheciam o mercado argentino, mas depois que juntamos as operações eles se deram conta de que não conheciam. Várias coisas que achavam que eram iguais aqui e na Argentina descobriram que não, não eram, e a partir daí tudo passou a ficar super integrado, e eu acho que está funcionando bem. Nós sempre fazemos pesquisa de satisfação dos empregados, e eu estava um pouco preocupado com os resultados, pois foi



“A incerteza sobre as metas de eficiência energética coloca em dúvida o investimento da indústria”

uma mudança importante. Fizemos uma pesquisa no segundo semestre do ano passado, bons meses depois da integração, e o resultado foi que cresceu a empolgação e a satisfação, ambos expressivamente. Está sendo muito positivo.

E precisava mexer na histórica fachada?

Somos uma mesma empresa, um mesmo negócio, estamos 100% juntos, e para isso temos que abrir mão de algumas coisas. Eles têm que abrir mão de se chamar GM Argentina, e aqui temos que abrir mão de nos chamar GM do Brasil. Não há nada de errado com a tradição e a experiência, elas estão aí e ninguém nunca vai tirar o que aconteceu. A GM Mercosul só é um caminho para a frente, para criar uma nova tradição.

Como funciona a GM Mercosul em termos geográficos para os cargos de direção?

Ela independe do país. Pegamos onde estavam os talentos e pronto, tanto faz a localização. Selecionei os melhores: algumas áreas ficam na Argentina, outras aqui no Brasil, sempre atendendo a região inteira. O time de vendas, por exemplo, agora tem uma pessoa que é responsável pelo Mercosul e abaixo dela ficam outras responsáveis por três áreas, com volumes semelhantes, cada uma com um responsável. Temos um time de inteligência, dividido em partes, sempre com os melhores, independente do país. O mesmo acontece em finanças e com as outras áreas.

Em sua opinião como fica o Rota 2030?

Acho que a previdência e o Rota são temas separados. O setor automotivo se beneficiou muito do Inovar-Auto, em

tecnologia, crescimento, investimento. Negociamos um ano inteiro, tendo a data certa de finalização do Inovar e um plano que chegava para o futuro em mãos, para depois disso acontecer uma mudança de opinião no final. Acho que isso não é bom. Não gera credibilidade para investir a longo prazo no Brasil. Nesse primeiro bimestre aconteceram muitas conversas com o governo nesse sentido, por meio da Anfavea ou mesmo as montadoras individualmente, e eu espero sinceramente que exista um caminho para chegarmos a um acordo sobre o Rota 2030. Os investimentos que estão sendo feitos agora foram pensados para níveis eficiência energética que estão dentro deste plano, mas sem sabermos quais serão as metas, diante destas incertezas, coloca-se em dúvida o investimento da indústria. Esse é um setor que trabalha a longo prazo e precisa de normas claras.

O Sr. acredita que o Rota possa sair, mas apenas parte por parte, em etapas, em lugar de um pacote completo?

Acho que o que está sendo discutido até agora está bem fundamentado, tem uma boa base, as conversas foram sólidas. Creio que como está deveria sair. De novo: se não sair é dar à indústria uma mensagem de incerteza, de que as regras não são claras no País para investir. Pode até ser que saia uma parte e não saia outra, mas eu diria que isso geraria ainda mais dúvidas, expectativas e incertezas para o futuro.

O Sr. acaba de confirmar um novo investimento da GM no Brasil. Essa questão do Rota 2030 pode afetar a credibilidade global a ponto de pensarmos que pode não haver mais GM do Brasil no futuro?

Não, acho que isso é muito radical. Mas posso dizer claramente que quando há um plano de longo prazo, como é o Rota 2030, ele representa a base a partir da qual se investe. Sim, confirmamos agora um investimento gerado a partir desta expectativa do Rota 2030 (veja na pág. 56). Mudar as regras no meio do caminho nos

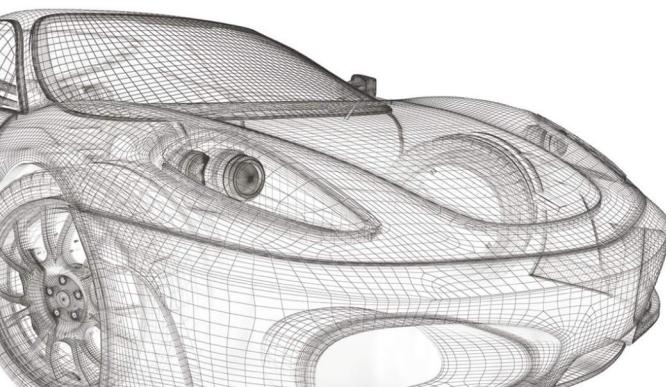
**Magneti Marelli. Tecnologia e segurança para faróis e lanternas.
Magneti Marelli. A segunda marca de seu carro.**



GIACOMETTI

Iluminação automotiva é a unidade de negócios da Magneti Marelli dedicada ao desenvolvimento de produtos com elevado grau de inovação, sendo reconhecida pelos maiores fabricantes de veículos do mundo. A Magneti Marelli conquistou um espaço tão grande nas principais montadoras do mundo que hoje é a segunda marca de seu carro.

www.magnetimarelli.com.br



**MAGNETI
MARELLI**

faz repensar o futuro. Mas por causa disso vamos anunciar mudanças na estratégia da GM? Não, de jeito nenhum, porque eu acho que o Rota 2030 vai sair.

A falta de uma política automotiva no Brasil pode atrapalhar também a integração no Mercosul?

Hoje temos um trabalho de convergência de normas nos dois países que começou e que está evoluindo muito bem. Não aconteceu tudo que queríamos, mas o tema tem evoluído. A discussão da integração hoje é uma coisa central, algo que há um ano e meio atrás não era. Harmonização de normas, consumo, emissões, segurança... é um ponto chave para todo mundo, inclusive para Anfavea e Adefa. Nesse contexto, quando se tenta modificar coisas altamente complexas como são as normativas de ambos países, sempre é bom ver que um plano de longo prazo existe. É muito mais fácil acreditar nessa convergência quando há um passo como o Rota 2030 dado do que quando não há. E há outros pontos, como por exemplo as conversas de livre comércio. Eu acho que essa abertura para a indústria com a União Europeia é uma coisa boa. Mas não pode haver livre comércio com a UE se não houver do Brasil com a Argentina e com o México. Podemos acreditar nessas propostas de longo prazo quando não fechamos nem mesmo as normas da própria indústria do País? Tudo fica menos crível. Acredito que o governo vai entender esse ponto.

Esse cenário do primeiro bimestre, com investimentos, diversos lançamentos e crescimento das vendas não pode ser interpretado em Brasília, DF, como um sinal de que o setor se vira muito bem sozinho e que não precisa do Rota 2030?

Eu não subestimo o entendimento que há em Brasília sobre os prazos médios de desenvolvimento da indústria automotiva. Acho que o País e o governo entendem bem como ela funciona. E que o investimento da GM foi trabalhado no ciclo anterior pensando claramente nas



normas que iriam valer daqui para frente. O mercado crescente neste ano tem relação muito mais com a recuperação da confiança do consumidor do que com os produtos em si. Eu acho que há essa compreensão. Sou otimista e creio que este tema vai evoluir neste trimestre.

Imaginando que o Rota 2030 saia sem contemplar incentivos para P&D: o quanto isso atrapalharia a modernização dos veículos nacionais?

Qual é a carga tributária total da indústria automotiva no Brasil? Falamos de número por volta de 50%, é um dos maiores do mundo. Então quando falamos de benefícios fiscais para a indústria automotiva, quando se olha para o pacote inteiro, a conta inteira, não é uma grande diferença. O ponto aqui é que todos os elementos são vinculados: a eficiência energética está atrelada a um investimento que tem que ser feito, que foi pensado dentro do

investimento que o governo também faz para desenvolver as tecnologias, como aconteceu no Inovar-Auto. Se você tira uma parte e não tira outra, tudo tem que ser repensado. No Inovar a indústria gerou R\$ 40 bilhões em investimento e a parte correspondente do governo foi muito pequena perto disso.

Qual é a projeção de crescimento da produção GM Mercosul para 2018 ante 2017?

22%, de 517 mil unidades para 630 mil, ou um pouco acima de 100 mil unidades adicionais de um ano para outro. Estamos crescendo em participação de mercado no Brasil e na Argentina, mesmo no quarto trimestre do ano passado já crescemos acima da média da indústria. Em outubro estimávamos mercado total de 2,4 milhões a 2,6 milhões, e agora estamos vislumbrando de 2,5 milhões a 2,7 milhões, e bem perto mais perto dos 2,7 do que dos 2,5.

“O crescimento da indústria brasileira em Reais foi muito maior do que em unidades no ano passado”

Qual a razão desta nova expectativa?

Primeiro: janeiro. É um dado para não esquecer. Foi um mês bem forte comparado com o que esperávamos. Dezembro foi igualmente forte, assim como novembro e também fevereiro. A confiança do consumidor continua crescendo, não tivemos um mês de redução desse índice desde julho de 2016. Segundo: aconteceu uma série de lançamentos, coisas realmente novas no mercado. Não é só trocar um carro por outro igual o KM, são produtos de fato novos, evoluções que não haviam antes. Isso gera uma vontade nas pessoas de voltar para o mercado.

Terceiro: a expectativa de emprego é melhor, isso gera um impacto importante. Há menos apreensão nas pessoas em perder o emprego. Nas nossas pesquisas o consumidor está confiante para fazer um gasto em um carro novo.

O que explica esse aumento da confiança mesmo diante das atuais circunstâncias?

Se você é funcionário da GM, hoje você está com um pouquinho mais de confiança do que estava em 2013. O pior já passou, no final é nisso que todos acreditam. E mês a mês a gente continua vendendo o mercado crescer. O mais interessante é que a gente costuma avaliar o crescimento em volume, em unidades, mas se fizermos uma análise em Reais veremos que a evolução é muito maior, mesmo descontando a inflação. Os produtos antigos foram todos substituídos por modelos com muito mais tecnologia, com um ticket médio muito mais alto. Assim o crescimento da indústria em Reais foi muito maior do que em volume no ano passado. O consumidor gastou mais para comprar carros melhores, com mais tecnologia, mais conteúdo etc.

Isso ajudou a rentabilidade?

Melhoramos bastante. Reportamos um 2017 muito melhor que 2016 mas com volume quase parecido, bem próximo, com pouco crescimento. De qualquer forma, ficamos bem abaixo do que já alcançamos como pico. Um fator importante é que baixamos muito o ponto de equilíbrio da empresa durante a crise, o que deve funcionar também para esse ano e o ano que vem. Em 2013 reportamos equilíbrio na América do Sul, 2014, 2015 e 2016 foram anos de perdas e 2017 voltamos ao ponto de equilíbrio, depois de três anos.

E nos mercados onde a GM não tem bons resultados ela não costuma ficar...

A GM é a número um na América do Sul, fizemos investimentos, a nossa marca tem um reconhecimento muito forte aqui, quase o melhor do mundo. A América do Sul é um ponto chave, estratégico e

foco da GM. Não sou eu quem diz isso, é a Mary [Mary Barra, CEO global]. Acho que muito disto está ligado ao trabalho que fizemos durante a crise. Se estivéssemos hoje fora do ponto de equilíbrio, sem melhorar a rentabilidade, não sei se a resposta seria a mesma. Aliás, nem deveria ser: estamos em um negócio no qual o investimento deve gerar retorno para os acionistas. Mas da forma que estamos, com perspectiva de crescimento somada aos investimentos, entendo que dificilmente você vai achar um momento da GM no passado melhor do que o atual.

A GM quer estar na frente em conectividade na região. Quais os planos?

Fomos os primeiros com o MyLink e depois somamos o OnStar. E teremos ainda mais, itens revolucionários nesse mercado, coisas que o cliente não espera, especialmente em carros de entrada. A GM tem uma visão global de três zeros: zero emissões, zero acidente e zero congestionamentos. Ao mesmo tempo a GM está desenvolvendo sua marca de car sharing, a Maven, que vamos expandir no Brasil e na Argentina, porque achamos

“A primeira coisa necessária para entender o modelo de negócio do carro autônomo é produzir um carro autônomo”

que há uma necessidade importante, e conseguiremos fazer isso porque temos o OnStar. Até se consegue fazer sem ele, mas da forma que resolvemos tecnologicamente ele é muito útil, muito bom para o cliente. Queremos liderar o compartilhamento no mundo inteiro, não só nos Estados Unidos, e também liderar a eletrificação na América do Sul e no Mercosul.

A GM está vendo uma mudança radical no modelo de negócio?

Se olharmos para os próximos dez, quinze anos, acho que haverá uma mudança importante. O segmento de serviços de transporte será uma parte do DNA da GM, sem dúvida.

Vocês têm uma visão clara do que vem pela frente, incluindo os autônomos?

O modelo exato de negócio do mundo autônomo eu não sei. Ainda haverá muito teste, temos muita coisa para aprender e absorver até este momento. O importante é que para entender o modelo de negócio do mundo do carro autônomo a primeira coisa necessária é ter um carro autônomo. E a GM terá um, comercialmente viável, na rua, no ano que vem. Ele agora está saindo da linha de produção, não está sendo feito artesanalmente. A quantidade de informações que geramos diariamente por meio dos testes que fazemos quase ninguém tem. Há muita gente falando 'vai ser assim vai ser assado', mas eles se esquecem de um pormenor: a tecnologia não é simples. Ela é muito difícil, está longe de ser um commodity. A evolução é passo a passo, mas vamos chegar ao mercado bem antes do que outros.



TECNOLOGIA E INOVAÇÃO É ENXERGAR ALÉM E DISSO A GENTE ENTENDE.

Em um veículo seguro, você sempre encontra sistemas de iluminação automotiva Arteb.

Faça revisões em seu veículo regularmente.



Qualidade original na fabricação de faróis e
lanternas com tecnologia em LEDS e brake lights.

www.arteb.com.br | SAC 0800 019 2703



ARTEB

Um bom problema. Mas ainda assim um problema.

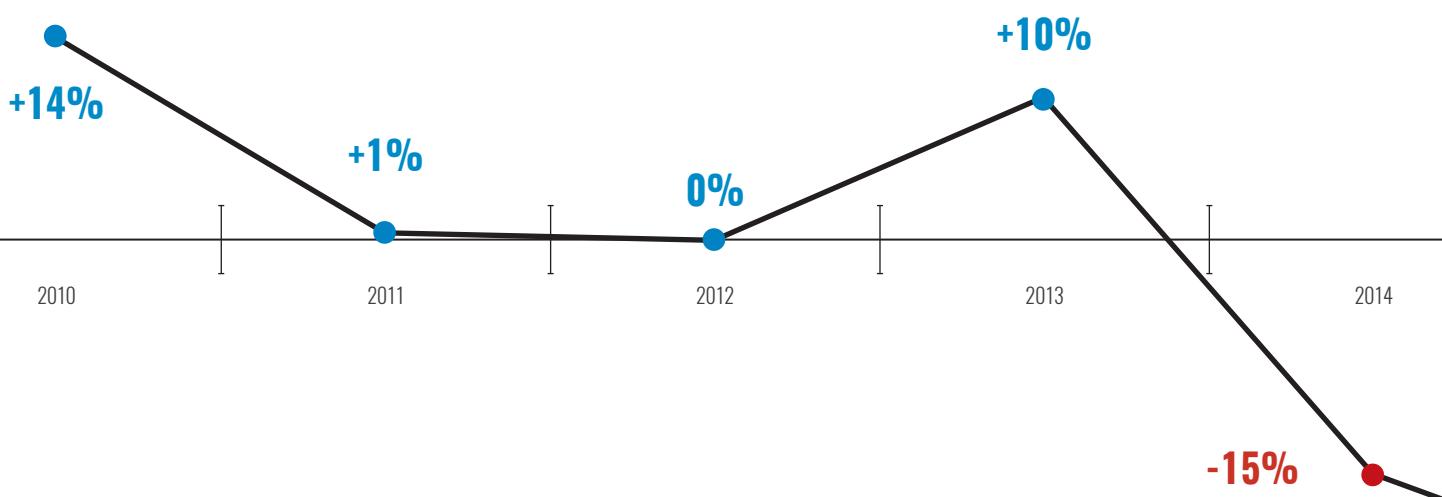
De um lado montadoras otimistas e de outro uma base da cadeia enfraquecida: o desafio do setor automotivo neste ano é ajustar essa relação para que não faltem peças nas linhas de montagem.

Ufa! O primeiro bimestre de 2018 fechou em alta de quase 20% nas vendas, e ao que tudo indica o ano deverá ser positivo no mercado interno em dois dígitos gordinhos, que se somam aos 9% de crescimento registrado em 2017 ante 2016.

As vendas internas se unem à puxada das exportações, que deverão bater novo recorde em 2018, para 800 mil unidades. Com isso, é claro, vai bem para cima a produção: em 2017 foi 25% melhor que

A gangorra da produção brasileira de veículos

*Previsão. Fonte: Anfavea



2016 e a previsão da Anfavea para este ano, elevação de 13%, já é vista por diversos executivos como pessimista, em especial diante dos resultados do primeiro bimestre – a projeção foi calculada pela associação em dezembro.

Tudo parece ótimo e só haveria motivos para comemorar, não fosse o setor automotivo cheio de nuances e particularidades extremamente próprias. Esse forte avanço da produção, ainda mais vindo de panorama no qual os números de fabricação de veículos caíram dois dígitos de 2014 a 2016, não encontra respaldo linear por toda a cadeia.

Isso porque de um lado há montadoras bem mais otimistas, ansiosas por recuperar perdas, que falam em crescer seus números individuais de produção na faixa de 20% ou até mais, 25%. E do outro há fornecedores, especialmente os Tier 2 e 3 para baixo, bem mais conservadores, ainda lambendo as feridas da crise, trabalhando com índice de um dígito para alta em suas linhas para esse ano.

Esse descompasso, naturalmente, pode desaguar em falta de peças no segundo semestre ou 2019, caso nada seja feito até lá. É, sem dúvida, um bom, ótimo problema se comparado àqueles enfrentados nos últimos três anos, quando a questão era absolutamente inversa – sobrava peça para carro que não seria produzido por falta de comprador.

Mas ainda assim é um problema, e precisa ser enfrentado imediatamente.

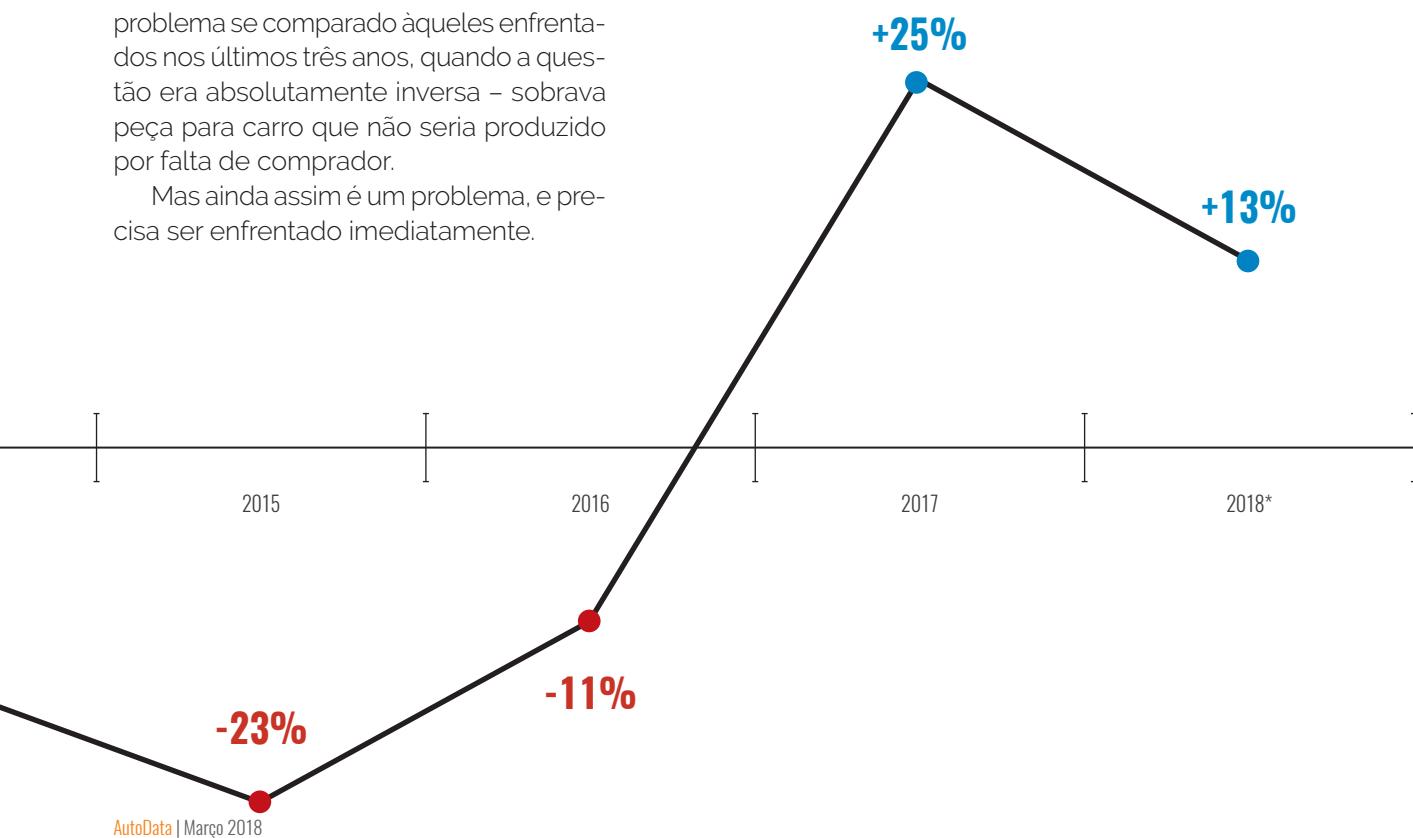
VW JÁ SENTE

No que se refere à possibilidade de lacunas no fornecimento de componentes na linha de montagem de longe a mais preocupada é a Volkswagen, que fala em crescer 20% neste ano. Ocorre que para ela a questão não é se vai faltar peça: já falta peça.

Pablo Di Si, presidente para América do Sul, revela que desde o fim do ano passado a VW do Brasil têm em seus pátios carros incompletos, aguardando componentes para finalização da produção. Para minimizar a questão a fabricante promove espécie de varredura para verificar a situação de seus fornecedores, tanto em termos de capacidade quanto saúde financeira.

"Existe um temor de não crescemos tanto por falta de peças. Há fornecedores que têm dificuldades até para comprar matéria-prima, por isso estamos sendo proativos em ajudar a cadeia, para que ela possa nos acompanhar no mesmo ritmo. E no geral ela está respondendo bem".

Uma das iniciativas VW foi aproximar os fornecedores do BNDES, com o apoio do pessoal de compras e financeiro da fabricante.





Christian Castanho

“Há fornecedores em dificuldades até para comprar matéria-prima”

Pablo Di Si, da Volkswagen

Carlos Zarlenga, presidente da GM Mercosul, divide as preocupações do colega da VW. Ele considera que “a capacidade dos fornecedores será uma dificuldade com a qual toda a indústria terá de conviver nos próximos três a quatro anos, pelas taxas de crescimento previstas”.

O executivo comprehende que para a cadeia “crescer é difícil, requer capital de giro, manutenção e investimentos que precisam ser feitos em um período de recuperação da crise”. Uma das questões envolvidas no processo, em seu ponto de vista, é que durante a fase áurea do mercado brasileiro “muitas decisões de investimento não foram as melhores do ponto de vista de eficiência e sustentabilidade. Alguns fornecedores improvisaram ações só para atender a demanda, sem se preocupar com o expertise, a qualidade”.

Assim, revela, a GM têm conversado a respeito com seus fornecedores desde o ano passado tentando tapar qualquer brecha que ameace suas planilhas. “Tomara que achemos o caminho. Até agora está funcionando, mas a parte mais forte do crescimento ainda não veio”, alerta.

A projeção da GM é crescer sua produção em 22% neste ano, somadas as fábricas

de Brasil e Argentina. O executivo afirma que até o momento a fabricante não registrou falta de componentes, em parte por “trabalho de racionalização da rede de fornecedores realizado durante a crise”.

MAIS E AINDA MAIS

Por sua vez a Nissan endossa o coro das estatísticas bem acima da Anfavea: projeta elevar seus índices produtivos em 25% no País neste 2018, graças, em boa parte, à consolidação da produção local do Kicks, lançado no segundo semestre de 2017.

Marco Silva, presidente da Nissan do Brasil, revela que para os fornecedores, na prática, o aumento será ainda maior, pois além do crescimento da produção em si a fabricante ainda conduz programa de aumento dos índices de nacionalização, substituindo importações.

“Estamos discutindo agora com os fornecedores a possibilidade de um novo aumento da produção, para além do que já está contratado.” Um estudo da Nissan revelou que 80% dos parceiros estão otimistas e veem essa chance como oportunidade, mas 20% nutrem alguma resistência. “Ela vem do passado dos últimos três anos, quando alguns não conseguiram sobreviver e os que conseguiram foi a duras penas. Para estes uma reação é mais demorada, depende do quanto estão capitalizados.”

Para este grupo a Nissan está realizando estudos individualizados, chegando inclusive a oferecer apoio financeiro, técnico e de gestão, ainda que estes sejam casos restritos, segundo Silva.

A Nissan trabalha em Resende, RJ, em dois turnos cheios, mas se houver “consistência no crescimento do mercado” pode até lançar mão de um terceiro turno. “Não descartamos essa possibilidade.”

Quem não reparte destas preocupações é Stefan Ketter, COO da FCA América Latina. Para ele, é uma questão de “como cada empresa trabalha. Em Pernambuco, por exemplo, está tudo preparado, gerenciamos de doze meses para frente. Lá não pode faltar peça. Trabalhamos muito na questão preventiva”.



Ana Cola

“Não descartamos a possibilidade de produzir em três turnos no Brasil”

Marco Silva, da Nissan

Você nem imagina quantas soluções inovadoras temos embarcadas por aí

Tecnologias Automotivas BASF

Somos líderes mundiais no fornecimento de soluções químicas para o segmento automotivo e contribuímos para o desenvolvimento de veículos mais sustentáveis.

Fornecemos componentes e soluções para diversos sistemas veiculares, como tintas automotivas, catalisadores para controle de emissões, plásticos de engenharia, componentes de suspensão, espumas de alta performance, revestimentos e lubrificantes.



Descubra mais em:

www.automotive.bASF.com / time.automotivo@bASF.com

 **BASF**

We create chemistry



Divulgação/Schaeffler

“Há montadoras otimistas, mas o mercado tem uma certa limitação”

Marcos Zavanella, da Schaeffler



Divulgação/Zen

“Quem dependia exclusivamente do OEM sofreu muito”

Gilberto Heinzelmann, da Zen

O mesmo conceito foi repetido na unidade de Betim, MG, e segundo o executivo “nunca tivemos tão poucos problemas de peças como agora”. Ele acredita que eventuais gargalos atualmente estão controlados e alguma dificuldade adicional pode ocorrer um pouco mais à frente, em dois a três anos. “Trabalhando bem com os fornecedores, vamos conseguir. Se houver problema será algo relacionado a uma má gestão.”

DO LADO DE LÁ

Do outro lado os fornecedores demonstram, sim, certa cautela, mas a ampla maioria garante que têm como acompanhar o aumento da demanda, cada uma a seu modo. Mas, da mesma forma, revelam suas preocupações com elos mais abaixo da cadeia, a partir dos Tier 3, que consideram fragilizados.

Marcos Antonio Zavanella, presidente e CEO da Schaeffler América do Sul, revela que 2017 surpreendeu positivamente ao fechar em alta de 15% na produção. Para 2018 a empresa trabalha com elevação de um dígito no índice produtivo, o que não preocupa o executivo:

“Realmente algumas montadoras pre-

veem crescer além da média, mas isso deve ser compensado por redução em outras. Se somarmos todas as projeções das empresas mais otimistas a conta não fecha, fica um bolo maior que 100%. O mercado tem uma certa limitação pra crescer”.

Ele conta que neste primeiro bimestre a produção já roda acima deste um dígito, “o que é bom, ajuda a usar a capacidade da fábrica, reduzindo os custos totais” – em algumas áreas a Schaeffler está trabalhando em dois turnos e outras em três. No ano passado, inclusive, contratou duzentos funcionários para a produção.

Ele confirma que a parte de baixo da cadeia “está fragilizada, com saúde financeira complicada. Há sinais de que algumas empresas não estão conseguindo se sustentar, atrasando impostos e salários”. Para ele “de alguma maneira elas têm que ser ajudadas, pois a maior preocupação atual é o quanto a cadeia conseguirá sustentar o crescimento”.

O presidente lembra que diversas empresas têm que arcar com matéria-prima e salários antes de receber o pagamento por suas peças fornecidas, o que complica o fluxo de caixa especialmente daquelas que não são de perfil multinacional. “Já auxiliamos algumas em situação mais complicada, antecipando pagamentos e até arcando com as compras de matéria-prima.”

Já Gilberto Heinzelmann, presidente da Zen, argumenta que a empresa tem boa margem de manobra em suas operações OEM, reposição e de exportações, o que ajuda a “acertar as velas para navegar com qualquer vento”. No ano passado sua produção cresceu 15% e para este ano a projeção é ainda mais forte, 25%.

“Pode parecer número extremamente otimista, mas a base é baixa”, justifica. A Zen fechou o terceiro turno em 2016 e iniciou sua reativação na segunda metade do ano passado, em parte para atender novos contratos de exportação, em particular para o México.

O executivo explica que a empresa é bastante verticalizada, o que reduz sua dependência de elos abaixo de si na ca-



Central de Produção Gráfica

Impressões Gráficas

Sistema sob demanda



*Seus impressos com
qualidade, agilidade,
e atendimento diferenciado.*

A Azugraf tem o foco na gestão de impressos corporativos, utilizando processos de impressão off-set e digital, e apresenta uma proposta diferenciada para o mercado. Buscamos não só entregar impressos, mas agregar serviço a essa entrega, ajudando nossos clientes na produção e controle de seus materiais gráficos.

Utilizando tecnologia nos nossos processos, facilitamos os pedidos de seus materiais, controle de estoque e logística de abastecimento, evitando impressões de última hora e garantindo um fornecimento de acordo com a sua demanda.

Impressão digital para pequenas demandas

Oferecemos também impressões digitais para pequenas quantidades, em diferentes papéis e gramaturas, com a qualidade e agilidade que você procura.

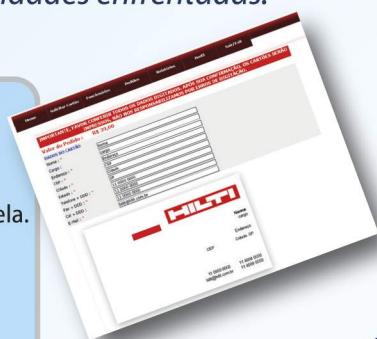


Sistema Azucard

*O seu cartão de visita corporativo
nunca foi levado tão a sério.*

*O Azucard possibilita a produção de cartões de visita corporativos de uma maneira muito fácil, eliminando as principais dificuldades enfrentadas.
Algumas características:*

- Solicitação via web.
- Os próprios usuários podem solicitar seu cartão.
- Solicitações a partir de 1 cento.
- Visualização do cartão com os dados do usuário montado na tela.
- Garantia do padrão do manual de aplicação da empresa.
- Prazos de entrega definidos, com a opção de 24h.
- Entrega em data definida.
- Sistema Azucard - avisa ao usuário por e-mail status do pedido.



11 5185.2200 www.azugraf.com.br
comercial@azugraf.com.br



Divulgação/Cooper Standard

“O apoio da matriz na crise nos deixou agora em posição privilegiada”

Jürgen Kneissler, da Cooper Standard

deia. Mas para ele "quem dependia exclusivamente de fornecimento OEM sofreu muito, há um stress financeiro em vários elos. As montadoras terão muito trabalho pela frente para acertar tudo".

DIVINA PASTORA

Quem também está trabalhando com projeção de dois dígitos para 2018 é a Cooper Standard, de acordo com Jürgen Kneissler, seu diretor geral para a América do Sul: de 20% a 25% sobre 2017, que já foi 15% melhor que 2016.

A empresa hoje opera em sua maioria em dois turnos, mas algumas áreas já avançaram ao terceiro.

O executivo considera que a empresa está em "situação privilegiada", pois contou com auxílio da matriz estadunidense durante a crise, o que a deixou pronta para a reação que está acontecendo agora. "Se for necessário podemos crescer ainda mais este ano."

A Cooper Standard decidiu formalizar agora plano de investimento que passou os últimos dois anos em banho-maria, e a partir de abril vai montar nova unidade produtiva no município de Divina Pastora, no Estado de Sergipe, para atender a FCA



Divulgação/NGK

“Consideramos bastante otimista a atual projeção da Anfavea”

Célio Takata, da NGK

em Goiana, PE. "Vamos produzir lá, já está decidido." A produção começa no segundo semestre, mas Kneissler salienta que a iniciativa tem mais relação com estratégia logística do que com a reação de mercado propriamente dita.

Por sua vez Célio Takata, diretor de Vendas OEM da NGK do Brasil, conta que a empresa estava bem pessimista quanto a 2017. Esperava-se queda ante 2016, mas o segundo semestre ajudou e o resultado acabou em empate, ajudado por exportações. Para 2018 a empresa acompanha a previsão da Anfavea, ou seja, na casa de 13%, ainda que o executivo considere este índice como "bastante otimista".

Ele justifica esta posição explicando que há fatores para este ano que precisam ser ponderados no que se refere às projeções de venda, como copa do mundo de futebol e eleições. "O mercado ainda não está muito equilibrado."

Pela característica técnica do sistema de produção de velas, principal produto da NGK, a empresa opera sempre em dois turnos – não pode reduzir para um mas também não pode crescer para três.

Isso não impede, entretanto, um aumento do fornecimento, explica Takata. Durante a crise a NGK se segurou bem exportando para outras unidades ao redor do mundo e agora, caso necessário, pode negociar com a matriz japonesa um novo desenho produtivo local que privilegie o próprio abastecimento do mercado interno.

Esse apoio da matriz, inclusive, foi fundamental para a empresa nos últimos dois anos, nos quais não só manteve investimentos como chegou a contratar pessoal, ainda que em números não revelados pelo executivo.

Já está confirmada, inclusive, uma nova nacionalização: velas de ignição mais modernas e duráveis que a empresa importava do Japão serão produzidas em Mogi das Cruzes, SP, ainda este ano. "Nos preparamos para aumento da capacidade não só para este ano, mas inclusive mais à frente, 2020, 2021, como parte de ciclo de investimentos iniciado em 2016."

Gisela Pinheiro, vice-presidente de Materiais e Soluções Funcionais da Basf para América do Sul, revela que a empresa também trabalha alinhada às expectativas da Anfavea. "Mas janeiro deu bastante margem para questionamento deste número, que pareceu conservador diante do resultado."

De qualquer forma ela entende que projeções por volta de 20% a 25% de alta em 2018 são "bem agressivas", mas assegura que caso necessário a Basf está preparada – a operação da empresa corre em regime de três turnos em algumas áreas desde o fim do ano passado.

A executiva acredita que para a cadeia a saída mais fácil e rápida para atender um crescimento além do previsto é, mesmo, aumentar o ritmo de trabalho. "Ainda há capacidade ociosa. Além disso contratações fariam bem à própria economia, já que o índice de desemprego é um dos únicos que ainda não reagiram com maior intensidade."

PEGANDO PESADO

Nos veículos comerciais o cenário é ainda mais impressionante. Depois de uma retração violenta a reação parece vir com a mesma intensidade: no primeiro bimestre as vendas de caminhões e ônibus cresceram 58% ante mesmo período de 2017, segundo a Fenabrade.

Luis Marques, gerente de marketing e aftermarket da Meritor para a América Do Sul, acrescenta que para as sistemistas do segmento o cenário de crise foi ainda mais devastador do que para as montadoras, "pois quando tudo começou a cair elas ainda tinham estoques de peças à disposição".

Por conta disso agora o que ocorre é justamente o contrário: "Nosso ritmo de crescimento neste momento é maior do que o das próprias fábricas, porque não só temos que recompor esse estoque como também dar conta das exportações".

Por isso a Meritor cresceu 30% em volume de produção em 2017 e projeta superar 20% neste 2018.

Ele lembra que a base de comparação



Divulgação/BASF

"Janeiro deu margem para a projeção de 2018 parecer conservadora"

Gisela Pinheiro, da Basf



Divulgação/Meritor

"As fábricas de caminhões encurtaram coletivas, o que há tempos não se via"

Luis Marques, da Meritor

ainda é extremamente baixa, e calcula que o mercado de caminhões neste ano, mesmo com essa vigorosa elevação estatística, será mais ou menos metade daquele alcançado em 2011, tempo áureo. Isso, por suas contas, representaria alta de 20% na produção da indústria ante 2017.

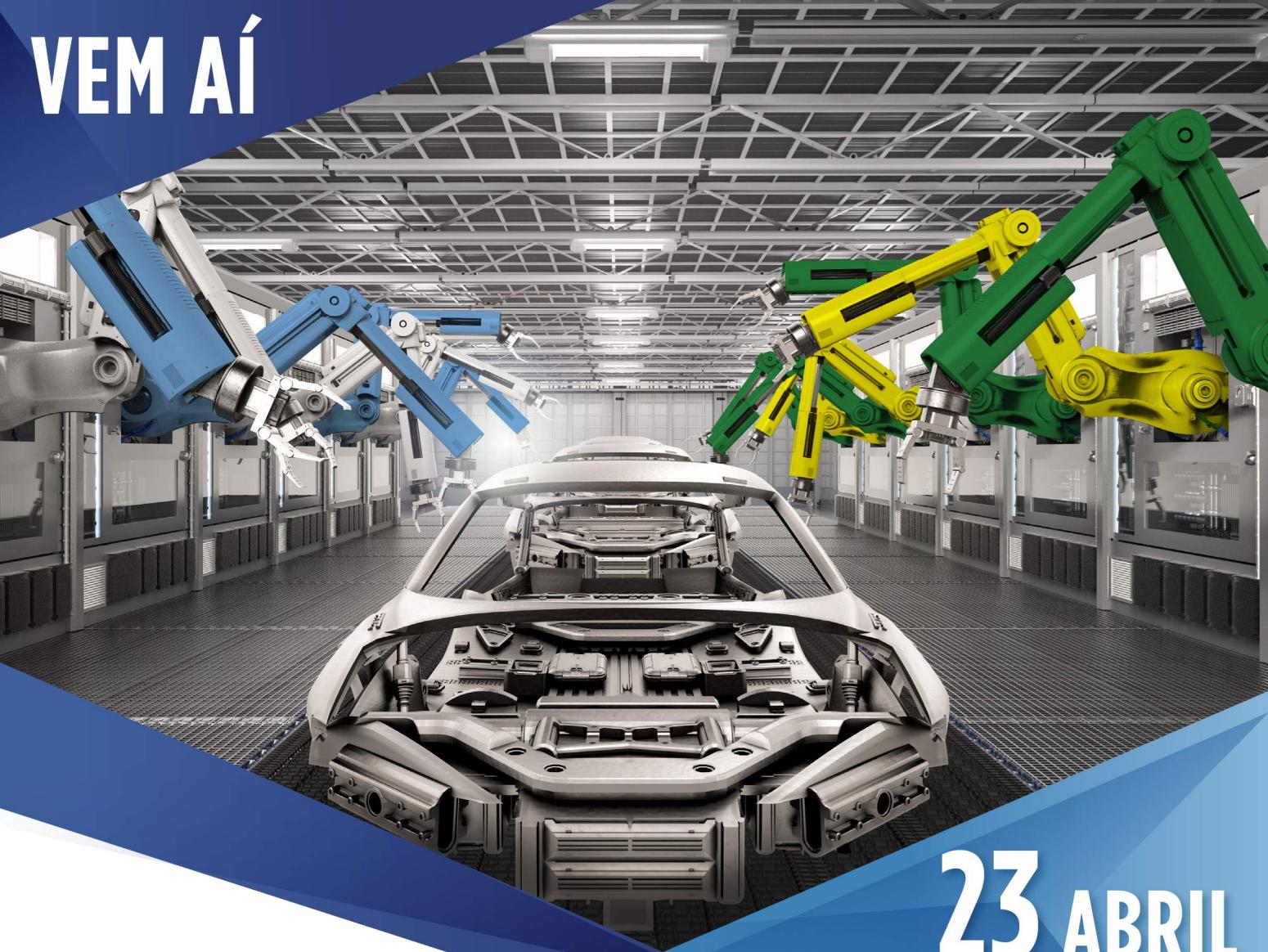
Sinal dos tempos, diversas montadoras do segmento até encurtaram período de férias coletivas no fim do ano passado, "algo que há muito não se via" – e que a Meritor acompanhou.

A empresa opera em dois turnos mas apenas em algumas áreas, o que lhe dá certa margem para reforçar mais a produção caso necessário. Terceiro turno, por enquanto, nem pensar.

Marques endossa o entendimento de que também nessa área "a cadeia está fragilizada. A retomada traz desafios não só para nós, mas para toda indústria".

Falando em indústria como um todo o Sindipeças, representante maior do segmento, foi procurado por **AutoData** para tecer suas impressões sobre esta delicada e importante questão. Mas, até o fechamento desta edição, não retornou pedido de entrevista com o presidente da associação, Dan loschpe.

VEM AÍ



23 ABRIL

09h00 às 17h30

Hotel Transamérica

Seminário AutoData

TENDÊNCIAS DE NEGÓCIOS **MERCOSUL AUTOMOTIVO**

As montadoras estão consolidando oficialmente suas estruturas industriais como sendo do Mercosul.

As principais marcas já instaladas na região, principalmente no Brasil e na Argentina, estão otimizando cada vez mais suas produções e dividindo suas atividades de forma organizada entre os dois países. Isto criará toda uma nova estrutura de negócios e necessidades entre fabricantes de veículos, seus fornecedores e o mercado.

O objetivo deste seminário de AutoData é mostrar como está sendo desenhada esta nova indústria automotiva do Mercosul e como será a atuação das empresas do setor automotivo a partir de agora tanto em termos industriais como de mercado.

PALESTRANTES CONVIDADOS^(*)



ANTONIO MEGALE

Presidente da Anfavea



LUIS FERNANDO PELÁEZ GAMBOA

Presidente da ADEFA



PABLO DI SI

Presidente do Volkswagen
América do Sul



CARLOS ZARLENHA

Presidente da General Motors Mercosul



ANTONIO FILOSA

CEO da FCA Argentina



MARCOS VINICIUS FORGIONI

Vice-presidente de vendas e
marketing internacional da MAN



FELIPE ROVERA

Diretor da Process Development
Corporation

Fotos: Luis Fernando Peláez Gamboa - Site Cosas de Autos | Pablo Di Si e Carlos Zarlenha - Fotógrafo Christian Castanho
Antonio Filosa - Site Mecânica Online | Marcos Vinicius Forgioni - Site MAN | Felipe Rovera - Site La Nacion

VALOR DA INSCRIÇÃO

Até 26/03: R\$ 1.487,50 (com 15% de desconto)
De 27/03 até 09/04: R\$ 1.618,75 (com 7,5% de desconto)
Após 09/04: R\$ 1.750,00

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

(11) 5189-8900 • (11) 95996-0177 • seminarios@autodata.com.br • www.autodata.com.br

Patrocínio



Lubrificantes

MAN


Caminhões
Ônibus

Apoio



Realização

AutoData
Seminários

Organização

IZZO GROUP



Greg Scheu, da ABB

Formado em engenharia elétrica em 1983 pela Universidade de Delaware, nos Estados Unidos, no mesmo ano começou a trabalhar na Westinghouse Electric na gerência de produtos e vendas. Em 1986 transferiu-se à Allen-Bradley, atual Rockwell Automation, onde chegou à vice-presidência de vendas. Em 2000 foi nomeado CEO e presidente da Source Alliance, adquirida pela ABB em 2001. Na empresa suíça ele foi nomeado Chefe de eBusiness global. A partir daí passou por diversas posições de comando até ser apontado membro do conselho em 2012, posto que acumula desde 2015 com os cargos de presidente para a região Américas e também do Grupo de Serviços e Integração de Negócios. Ele ainda é membro da diretoria da NEMA, associação nacional das fabricantes do setor elétrico dos Estados Unidos,

1

O futuro automotivo é, inevitavelmente, de baixa emissão?

O que vemos é o modelo emergente de que mais e mais carros estão se tornando elétricos. E ainda estamos nos primeiros dias desse acontecimento. Não há dúvida de que os fabricantes de automóveis vão mover suas linhas de produtos para oferecer baixa emissão. Vemos isso acontecendo inclusive com carros de alto desempenho: BMW, Porsche e, é claro, Tesla. As pessoas estão ficando mais conscientes do ponto de vista social e querem dirigir algo verde, para que possam ter um retorno sustentável.

2

Nesse movimento, qual o próximo passo?

Veremos frotas de carros como parte de grandes sistemas, como os veículos usados por governos, movidos a energia elétrica. Eles serão feitos para serem mais acessíveis, pois o custo da tecnologia está claramente caindo: as baterias, os motores. Assim que as fábricas de automóveis adotarem esses padrões o que virá será a produção em massa, assim como o que está acontecendo com o Tesla Model 3. Eles oferecem o carro em uma versão básica por US\$ 35 mil e a ideia é que um todo é conseguir mais gente para dirigir-los.

3

Qual o modelo para abastecimento dos elétricos? Parecido com os postos de combustível que temos hoje em dia?

O que precisa acontecer é um trabalho conjunto dos governos com a iniciativa privada para garantir que tenhamos estações de carregamento, pois as pessoas precisam ter a mesma liberdade de dirigir um carro elétrico assim como têm ao dirigir um carro movido a gasolina, para que possam ir aonde e quando quiserem. Não haverá somente a possibilidade de carregá-los em casa, mas também em lojas, ou ainda estações de abastecimento que ofereçam não somente gasolina mas também carregamento elétrico. Tudo isso acontecerá depois dos passos iniciais.

4

Há alguma preocupação com a infraestrutura para que a energia elétrica seja colocada à venda nesses locais?

O bacana sobre a eletricidade e os carros de carregamento elétrico é que você não precisa construir canalizações, não precisa de grandes tanques subterrâneos. A eletricidade está disponível em muitos lugares para que os empreendedores desse sistema tenham a capacidade de oferecer estações de carregamento. Mas as configurações dessas estações precisam ser dimensionadas de forma correta, pois exigem grande carga.

5

O Sr. está seguro de que este é um movimento sem volta?

Imagine você dividir o uso de um carro que não agride o meio ambiente e cujo combustível está vindo do sol ou do vento. Ou seja: todo o círculo de como você faz as coisas é sustentável. E quando você olha para o momento atual, essas conexões de rede serão mais e mais frequentes. A rede elétrica pode lidar com isso. A ABB, claro, conhece muito este sistema, estamos envolvidos e podemos ajudar nossos clientes, fazer os planos certos e juntos construirmos essas conexões.

6

**Estamos falando de quanto tempo?
Por volta de 5 anos?**

Levará algum tempo. Acho que estamos caminhando. Mais veículos estarão disponíveis, mais e mais estações de carregamento serão configuradas e, em seguida, o custo do carro elétrico cairá e se tornará mais acessível para as pessoas. Alguns estão prevendo que em 2025 as fábricas de automóveis serão completamente convertidas e todos os novos modelos serão elétricos. Outros dizem que pode ser mais ou menos em 2035. É difícil prever o ano exato, mas acho que todas essas coisas se juntam no futuro e isso vai ser muito positivo. É como dizemos na ABB: vamos escrever o futuro juntos.

7

O Sr. dirige um carro elétrico?

Sim, eu dirijo um carro elétrico! Eu não posso um, mas dirijo um.

8

Por que a ABB decidiu patrocinar a Fórmula E?

A Fórmula E é a parceira perfeita para a gente. Isto é sobre inovação em alto desempenho e de como a tecnologia pode ajudar a guiar um mundo mais sustentável. Decidimos patrocinar esta categoria porque vemos nela o mesmo ideal da ABB: desenvolver tecnologia líder e pioneira de várias maneiras para que possamos ajudar a sociedade e o mundo como um todo.

O senhor do tempo do Mercosul

Fabricado na Argentina, o Fiat Cronos representa a unificação dos padrões de produção da FCA em todas as fábricas da região

Em 2016, quando Sergio Marchionne esteve em Córdoba, Argentina, para anunciar US\$ 500 milhões à unidade fabril de uma das marcas mais antigas daquele país – a Fiat completará 100 anos lá em 2019 – pouco foi dito sobre a integração que levou a fábrica do bairro de Ferreyra a ter pela primeira vez as mesmas referências de produção e qualidade das unidades FCA no Brasil.

Esta talvez seja a melhor notícia sobre o Cronos, sedã compacto premium que acaba de ser lançado – as vendas começaram no final de fevereiro no Brasil e na Argentina: a partir de agora todos os modelos produzidos pela FCA das marcas Jeep e Fiat na região contam com as mesmas tecnologias e padrões de qualidade do sistema industrial global da companhia multimarca.

Coube a Stefan Ketter conduzir esse desenvolvimento, que levou 195 robôs de solda a laser para a estamparia, uma cadeia de fornecedores locais, muitos deles recém-chegados à Argentina, além de promover reformulação de todo o processo produtivo, transformando Córdoba em uma irmã de Goiana, fábrica da Jeep em Pernambuco, e de Betim, MG.

“É um projeto completo de produção. Podemos dizer que Córdoba é compe-



“Córdoba agora é um espelho de Pernambuco e de Betim”

Stefan Ketter



titiva com todas as nossas fábricas. Ela é o espelho de Pernambuco e de Betim agora" diz, sem esconder o entusiasmo, o vice-presidente mundial de manufatura da FCA e COO da região América Latina.

Não à toa Ketter, apesar da missão de conduzir toda a manufatura global da FCA, tem sua base de atuação na América do Sul. Aqui está um mercado relevante para as aspirações das marcas Fiat e Jeep. Além disso o ótimo desempenho da fábrica de Goiana motivou a companhia a realizar essa transição em suas unidades produtivas por aqui. Dessa forma, apesar das parcas declarações quando do anúncio do investimento em Córdoba, era de se esperar que a FCA, assim como está acontecendo com outras fabricantes, promovesse unificação dos padrões produtivos na região.

EM 24 MESES

Antes mesmo de tornar pública a intenção de produzir veículo totalmente novo na Argentina um processo de transferência do conhecimento e das exigências de manufatura teve inicio em Minas Gerais, segundo Claudio Demaria, diretor de engenharia da FCA: "Todo o desenvolvimento industrial ocorreu em Betim. Também realizamos os treinamentos da equipe do chão

Divulgação/FCA

A produção do Cronos atraiu quatro novos fornecedores para a Argentina. 53% do conteúdo do sedã é produzido ali mesmo

de fábrica argentino aqui no Brasil. Esse processo ocorreu nos últimos 24 meses".

Somente a automação para a solda das estruturas de aço promoveu um salto na qualidade por conta da precisão que essa tecnologia oferece na montagem do veículo, algo ainda inédito para a fábrica argentina. Demaria destaca esse importante investimento como um dos mais relevantes do ciclo: "Os robôs elevaram de 15% para 85% o índice de automação da fábrica. A eficiência e precisão desses equipamentos são requisitos que não abrimos mão na produção de um veículo. Acredito que esse investimento foi muito importante para Córdoba".

Em paralelo ao desenvolvimento do projeto em Betim Ketter esteve à frente das conversas com os setenta fornecedores de mais de seiscentas partes do Cronos. "Esse processo requereu muita coragem da nossa parte para fazer um carro novo na Argentina."

Destas setenta empresas na Argentina que abastecem a produção quatro são recém-instaladas no país. "São fornece-





dores globais que trabalham com a gente em Pernambuco." Vinte fornecedores, incluindo os quatro novatos, estão em Córdoba. No total, 53% do conteúdo do Cronos é feito na Argentina – esse índice subirá rapidamente a 55%, segundo Ketter. De 5% a 10% das peças são importadas e o restante vem de outros países da América Latina, prioritariamente do Brasil.

A unidade produtiva recebeu ainda nova linha de montagem final e de testes para a transmissão automática, maior automação de todas as etapas da fabricação, um sistema de aplicação automática de adesivos e novas áreas de validação da qualidade do produto. "Temos agora a melhor tecnologia de manufatura disponível, o pessoal da fábrica ainda mais motivado e preparado e parceiros que garantirão o sucesso do Cronos", acredita Ketter.

A fábrica de Córdoba tem capacidade para produzir 120 mil unidades em doze meses. É importante esclarecer que o Cro-

nos não é um projeto global da FCA, mas um veículo desenvolvido pela e para a região, especialmente Brasil e Argentina.

Segundo Ketter dois terços da produção será exportada, sendo o Brasil o principal destino. Ou seja, a expectativa mais otimista é que até cinquenta mil unidades sejam vendidas por aqui, enquanto outras trinta mil teriam como destino os mercados relevantes para a FCA na região. Ainda, porém, é cedo para avaliar o desempenho do sedã, dizem os executivos da FCA, que preferem olhar com cautela um possível sucesso do Cronos na Colômbia, Chile, Uruguai, Peru e outros vizinhos que eventualmente recebam o lançamento – a FCA não detalhou, por enquanto, toda sua estratégia de exportação.

"Foi um carro pensado para os perfis do consumidor da região, então acreditamos na boa aceitação por parte deles, que têm preferências muito semelhantes". De acordo com as contas de Ketter quarenta mil unidades devem ser vendidas somente na Argentina.

Durante a inauguração oficial da fábrica, no início de fevereiro – a FCA já havia iniciado a produção em janeiro para abastecer os concessionários – o presidente da república local ressaltou a importância de um veículo produzido exclusivamente em seu país: "Cada vez que encontrarmos um Fiat Cronos vamos lembrar que ele só é feito na Argentina. Isso significa que não exportamos apenas matéria-prima, mas produtos de alto valor agregado".

Ele também sinalizou novos investimentos FCA na Argentina, apesar de Ketter despistar quando questionado sobre o assunto. "Espero voltar aqui em três meses para discutir um novo projeto", disse o mandatário argentino em seu discurso.

Considerando que a fábrica de Córdoba tem capacidade para produzir 250 mil unidades/ano e os recentes investimentos que trouxeram o mesmo padrão de produção da FCA na região, um novo projeto ali, de fato, não seria um disparate.

Há também um projeto do governo argentino para aumentar os empregos e a industrialização do país que está ampara-

do no incremento da atividade automotiva. Objetivo: 1 milhão de unidades produzidas em 2020.

Durante a inauguração da produção em Ferreyra o governador da província de Córdoba ressaltou a necessidade de mais investimentos que fomentem a nacionalização na cadeia de fornecimento, para que a indústria automotiva tenha "bases sólidas no país".

Por tudo que representa, já que o Cronos parece fechar o ciclo de renovação da manufatura da FCA na América do Sul, a expectativa sobre essa nova estrutura, muito mais eficiente e com novos produtos, é grande.

Este ciclo, que começou com a fábrica da Jeep em Pernambuco, passou pela modernização de Betim e agora Córdoba e deu origem a sete novos produtos, está terminando, segundo Ketter.

"Oferecemos mais valor ao cliente com Toro, Mobi, Ducato e o Argo. Em 2016 nosso resultado foi melhor que zero e em 2017 tivemos um desempenho interessante. Propomos um novo modelo de negócio



multimarca com a Jeep e a Fiat, e particularmente acredito que estamos preparados para o crescimento do mercado que vai ajudar a melhorar o resultado em 2018."

Usando o significado de Cronos na mitologia grega para representar o atual momento FCA na região, é plausível dizer que 'o senhor do tempo' inaugura um novo capítulo na história da empresa. ■

Bem na fita

A marca Fiat, supostamente, poderia ter uma vantagem no posicionamento de preço do Cronos, que começou a ser vendido no Brasil nos últimos dias de fevereiro. Isso porque parecia certo que o modelo chegaria para brigar diretamente com o VW Virtus, apresentado no fim de 2017 – portanto a FCA já saberia os valores de tabela do adversário na hora de definir os seus. Mas este não é o alvo da Fiat. O Cronos foi desenvolvido e configurado para disputar um público mais familiar, que não tem na lista de prioridades de

compra o status e a inovação – duas prerrogativas bastante exploradas pelo Virtus. Os candidatos a perder parte da clientela com a chegada do Cronos são modelos que já há algum tempo lideram esse segmento: Chevrolet Prisma, Hyundai HB20S e Toyota Etios Sedan, respectivamente o primeiro, terceiro e quarto mais vendidos no ano passado. Além do design muito bem resolvido o Cronos é equipado, confortável e espaçoso, critérios importantes para o consumidor, segundo estudo de mercado da Fiat. E de

quebra oferece o maior porta-malas da categoria, com 525 litros. O posicionamento de preços das versões mostra que o Cronos com motor 1.3 – transmissão manual e GSR automatizada – responderá pela maioria das escolhas dos clientes. Com pouco mais de R\$ 50 mil dá para levar a família para passear, compartilhar o carro com a esposa, carregar muita coisa no porta-malas. Tudo que as pessoas com esse perfil mais desejam. Com o Cronos, elas estarão bem na fita.



VOCE
JÁ FOI
ENGANADO
POR UM
CONTEÚDO
FALSO?



REVISTAS
Eu acredito!

Os jovens estão preocupados em buscar informações confiáveis, revela a pesquisa Trust in News, realizada em 2017 pelo Kantar Ibope Media. E 72% dos entrevistados confiam mais em revistas que em outras mídias. As revistas impressas, online, no celular ou em vídeo, fornecem conteúdo relevante, investigativo e em um ambiente seguro.

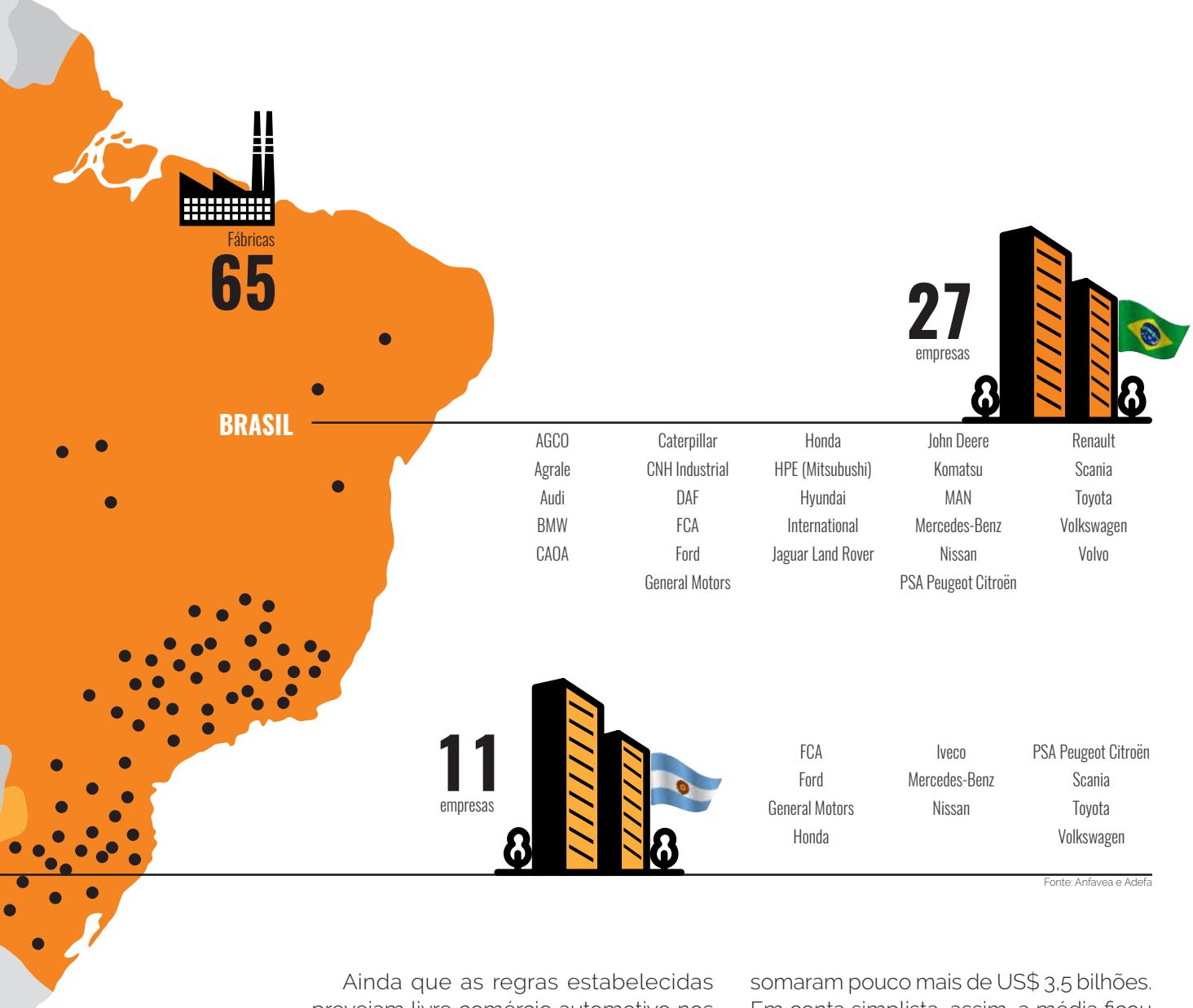
Quando tamanho importa

Montadoras tentam integrar produção no Mercosul, mas práticas esbarram na diferença de porte dos dois mercados

Que a Argentina é o maior parceiro comercial da indústria automotiva brasileira e que os dois países formam praticamente toda a estrutura prática do Mercosul para a indústria de veículos não há dúvida.

Mas quando se trata de avaliar esse processo como parte de um efetivo bloco comum as dificuldades continuam a aparecer, ainda que menores do que há algum tempo. A diferença de porte dos dois países, por exemplo, tanto em volume produtivo quanto mercado interno, gera fissuras nessa relação (veja quadros).





Ainda que as regras estabelecidas prevejam livre comércio automotivo nos dois países, essa diferença abissal levou em 2015 à criação do chamado flex, uma fórmula que tenta equilibrar essa balança: para cada US\$ 1 que a Argentina exporta ao mercado brasileiro em veículos e auto-peças o Brasil pode exportar US\$ 1,50 livre de impostos. Prevista para durar apenas um ano, em 2016 a regra foi alongada até 2020.

Isso, entretanto, não foi o suficiente. O governo argentino alega que diversas empresas estão descumprindo esse cálculo e recentemente indicou que pretende cobrar individualmente, além dos impostos relativos, multas para coibir esta prática.

ACIMA DE R\$ 2

Segundo dados do MDIC em 2017 o valor exportado pela indústria automotiva brasileira para a Argentina chegou a a US\$ 6,5 bilhões enquanto as importações

somaram pouco mais de US\$ 3,5 bilhões. Em conta simplista, assim, a média ficou em cerca de US\$ 1,85, já razoavelmente distante dos US\$ 1,50.

Em volumes, o Brasil exportou no ano passado quase 554 mil unidades para a Argentina – mais de 70% do total de seus embarques – enquanto as importações de lá foram de 140,6 mil unidades, também de acordo com o MDIC.

Para Felipe Rovera, diretor da empresa PDC, de Process Development Corporation, e ex-presidente da GM Argentina e da Adefa, “há um desequilíbrio grande do volume produzido no Brasil e na Argentina. Por aqui há projeções de quatro milhões de unidades, enquanto lá se fala em chegar a um milhão. Há necessidade das montadoras em equilibrar essa diferença”. Por seus cálculos, há empresas operando em flex acima de US\$ 2.

Uma das empresas a exceder o cálculo

do flex em US\$ 1,5 é a Volkswagen. Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América do Sul, revelou que o governo argentino estipulou para a empresa um valor para depósito como garantia. Segundo ele a iniciativa "não foi uma surpresa, pois já havíamos conversado com a matriz sobre isso no ano passado".

De acordo com o executivo a VW se esforça em busca de "reequilibrar o cálculo para o menor valor possível. Estamos trabalhando para exportar mais a um mercado que cresceu 35% ano passado". Uma das saídas, naturalmente, é ampliar as importações da Argentina para o Brasil: "Temos que trazer mais modelos como Amarok e SpaceFox e também componentes como transmissões".

Quem igualmente se encontra em situação de desequilíbrio é a Nissan. Para a fabricante o cálculo tende a ficar ainda mais desfavorável no primeiro semestre, já que March e Versa Made in Brazil ganharam na Argentina companhia do Kicks fluminense, lançado lá em janeiro.

De acordo com Marco Silva, presidente da Nissan do Brasil, a situação tende a melhorar a partir do segundo semestre, quando será iniciada na por lá a produção



Divulgação/Toyota

da picape Frontier, que será exportada para cá.

Já o diretor de relações públicas e governamentais da Toyota, [Ricardo Bastos](#), assegura que a estratégia da empresa no Mercosul vem desde o fim dos anos 90. "Nosso objetivo é contar com produtos complementares."

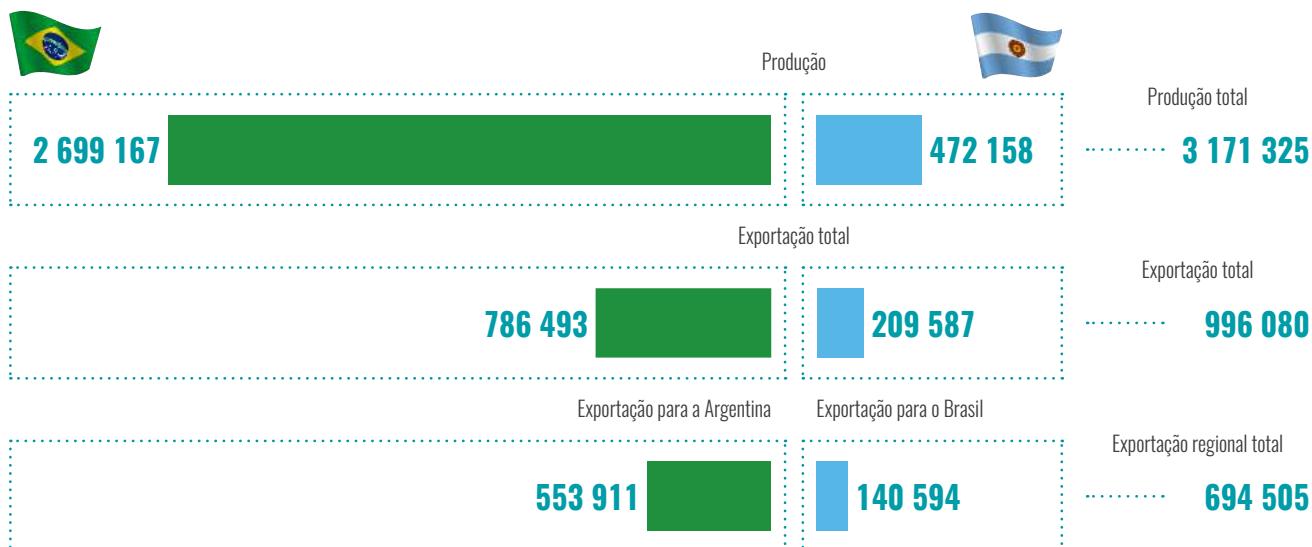
A empresa produz na Argentina a picape Hilux e o SUV SW4. No total foram 126 mil unidades dos dois modelos fabricadas ali no ano passado, sendo que metade foi exportada para o Brasil. A linha de montagem argentina fornece ao todo para vinte países na América Latina e passou recentemente por expansão produtiva que demandou investimentos de US\$ 800 milhões.

Já da produção Toyota brasileira, Corolla e Etios, cerca de 25% é exportada para a Argentina. "A integração é importante porque se um mercado tem queda nas vendas o outro pode ajudar a enfrentá-la", destaca o executivo.

Fábricio Biondo, vice-presidente do Grupo PSA, também considera que a complementação é uma maneira de driblar eventuais dificuldades locais: "A integração Brasil-Argentina é uma realidade nas nos-

Raio X do Mercosul automotivo em 2017

Em unidades. Fonte: Anfavea, Adefa e MDIC





Divulgação/Citroën Argentina

sas plantas." A fábrica de Porto Real, RJ, envia Peugeot 208 e 2008 e Citroën C3 e Aircross ao parceiro de Mercosul.

Enquanto isso a unidade El Palomar recebe investimentos de US\$ 320 milhões para produção de veículos baseados na nova plataforma CMP a partir de 2019. Atualmente manda para o Brasil os Peugeot 308, 408 e Partner, além do Citroën C4 Lounge – que acaba de ser reestilizado.

DESFRENTAR

No fim do ano passado os governos do Brasil e Argentina iniciaram tratativas para criar legislação conjunta de forma a padronizar os veículos produzidos nos dois países. O objetivo da medida é reduzir obstáculos e custos do comércio bilateral, além de aumentar a competitividade dos produtos produzidos na região em outros mercados.

Para Antônio Jorge Martins, coordenador do MBA em gestão estratégica de empresas da cadeia automotiva da FGV, Fundação Getúlio Vargas, "é importante desfrutarmos do Mercosul para obtermos

acesso a outros mercados. Neste sentido a padronização é fundamental, porque vai reduzir custos com a adaptação de produtos".

Rovera, da PDC, acrescenta que "a indústria automotiva é a que está mais bem direcionada neste sentido e isso se deve mais ao esforço das montadoras do que ao papel dos governos".

Mas, para ele, os fornecedores argentinos não estão em condições de competir com os brasileiros – mais uma vez devido à questão dos volumes bem diferentes. "O governo argentino poderia oferecer algum incentivo aos fornecedores locais, porque a logística do Brasil para a Argentina é muito cara".

Di Si, da VW, por sua vez, afirma que produzir peças na Argentina tem custo reduzido quando comparadas às do Brasil. "Tanto assim que a Volkswagen produz transmissões lá que são exportadas para cá. Outras montadoras fazem o mesmo". Ele salienta que "em linhas gerais a agenda do governo argentino tem como meta também fortalecer as autopeças locais". ■

O casamento perfeito



Etanol desponta como boa possibilidade global para formar parzinho com os elétricos, desde os híbridos até a célula de combustível

As indefinições que ainda rondam os incentivos à pesquisa e desenvolvimento do setor automotivo não frearam, ao menos por enquanto, as explorações em busca de novas tecnologias para motores que utilizam etanol.

O combustível vegetal, que tem no Brasil seu maior expoente, surge como um forte protagonista global na direção de novas tecnologias. É defendido por

engenheiros e suas associações, e já conta com pelo menos dois projetos importantes em estágio avançado.

Um deles é da Nissan, que utiliza o biocombustível para gerar hidrogênio e assim movimentar veículo movido a célula de combustível. O protótipo foi montado em uma van NV200 e utiliza a tecnologia SOFC, sigla em inglês para Célula de Combustível de Óxido Sólido.

O veículo foi exibido no Brasil, onde passou por bateria de testes, e no fim do ano passado retornou ao Japão para prosseguimento das pesquisas. A filial brasileira aguarda ansiosa os próximos passos da matriz para o projeto.

De acordo com [Ricardo Abe](#), gerente de engenharia da Nissan, a tecnologia é ideal para países em desenvolvimento e que já utilizam o etanol – ou seja, o Brasil se encaixa feito luva.

“É uma das alternativas em estudo pela Nissan para o futuro, que será eletrificado. Avantagem de usar a SOFC é sua facilidade de operação em países que não têm estrutura pronta para abastecimento de veículos elétricos.”

Por enquanto o reformador, equipamento que separa o hidrogênio do etanol, é um dos maiores desafios técnicos do sistema. “Atualmente ele ocupa parte da área útil do veículo, e estamos tentando reduzir seu tamanho para proporcionar melhor utilização prática.”

VINTE QUILÔMETROS POR LITRO

O protótipo já obteve níveis satisfatórios de autonomia: percorreu seiscentos quilômetros com trinta litros de etanol, ou seja, obteve marca de vinte km/l.

Além da van mais um protótipo da Nissan com tecnologia SOFC foi testado no Brasil. “Os veículos estavam instrumentados e como o País tem disponibilidade de etanol em qualquer local, abastecemos e rodamos em diversas condições. Esses dados foram gravados e enviados ao Japão, que agora processa as informações e dá continuidade ao desenvolvimento, assim como toda a parte de combustível, reconhecimento do etanol e durabilidade do sistema.”

Não há definição exata de quando uma comercialização em larga escala da tecnologia poderia começar, mas certamente será depois de 2020. “Não é pela novidade técnica por si só. Dependemos de toda a cadeia de abastecimento e de fornecedores de sistema para torná-lo viável comercialmente”, argumenta Abe. Ele considera, entretanto, que “dentro da

matriz existem vários projetos em desenvolvimento e acreditamos que esse é o mais fácil de chegar um dia ao Brasil”.

Um estudo sobre SOFC da Universidade Federal do ABC, ou simplesmente UFABC, encontrou uma forma de eliminar o reformador dentro do sistema. Porém o professor responsável pela pesquisa, Daniel De Florio, lamenta que nenhuma montadora tenha mostrado interesse.

Para ele isso ocorre por uma lacuna nos sistemas de pesquisa e engenharia avançadas no Brasil, já que nesse campo os trabalhos têm sido em sua ampla maioria realizados pelas matrizes das fabricantes.

A pesquisa da UFABC é realizada desde 2006 em colaboração com o IPEN-USP e o governo francês. “Chegamos a mostrar, recentemente, a não necessidade do reformador, o que implica em melhor aproveitamento da energia gerada pelo etanol. Esse conceito é conhecido como Célula a Combustível de Óxidos Sólidos a etanol direto ou, em inglês, Direct-Ethanol SOFC.” O funcionamento ocorre por reforma interna ou oxidação direta: “Algumas características das SOFCs como temperatura de operação e materiais do anodo, o eletrodo do combustível, fazem o papel do reformador”.



Para o professor “essa é uma pesquisa em que o Brasil está bem à frente, já que somos o segundo maior produtor de etanol do mundo e o nosso, diferentemente do que acontece nos Estados Unidos, não compete com a questão alimentícia”.

Para De Florio o próprio conceito é novo. “Há alguns anos se falava em SOFC



Divulgação/Nissan

Onde tem carro movido a célula de combustível abastecendo com etanol? Pergunta lá no Posto Ipiranga

apenas para geração de energia estacionária. Até pouco tempo existia uma convergência de que as células a combustível de baixa temperatura de operação seriam utilizadas. O Mirai, da Toyota, foi baseado nessa tecnologia. Mas ele precisa ser abastecido com hidrogênio puro, o que dificulta sua amplitude no mercado."

A CAMINHO DE BSB

A Toyota é outra montadora de origem japonesa com projetos importantes na área do etanol. No Brasil caminha a passos largos para uma solução inédita, a do veículo híbrido flex, ou seja, aceitando etanol ou sua mistura à gasolina em qualquer proporção como combustível líquido, que aciona motor a explosão que por sua vez alimenta as baterias de motor elétrico. Os testes estão ocorrendo em um Prius importado do Japão.

Nos próximos anos a montadora deverá lançar no Brasil a nova geração do Corolla, baseada na mesma plataforma do atual Prius, a TNGA, de Toyota New Global Architecture - o que eventualmente

poderia facilitar as coisas para produção local também do modelo com essa nova tecnologia híbrida flex.

Como parte do desenvolvimento do híbrido flex Toyota o próximo passo será realização de viagem São Paulo-Brasília a bordo do protótipo - cerca de 1 mil quilômetros separam as duas cidades.

Para Ricardo Bastos, diretor de relações públicas e governamentais da Toyota, "novas tecnologias ambientalmente responsáveis, como o sistema híbrido flex, possibilitarão ao Brasil avançar em uma nova etapa de aprimoramento tecnológico de toda a cadeia. E ainda elevarão sua

"O híbrido precisa de algumas adaptações para se tornar flex, mas não é nenhum projeto da Nasa"

Alfred Szwarc, consultor da Unica



Divulgação/Itaipu Binacional

competitividade em prol do desenvolvimento de novas soluções sustentáveis".

Não há data estipulada – ou mesmo certeza – para uma possível chegada do Toyota híbrido flex ao mercado, mas as chances parecem bem fortes para curto ou médio prazo.

A Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar, que representa a indústria do etanol, está participando com a Toyota do projeto do híbrido flex. Alfred Szwarc, seu consultor de emissões e tecnologia, assegura que "o etanol tem espaço no mercado por muitos anos e busca parcerias na eletromobilidade".

Ele, que é engenheiro, não vê grandes dificuldades na parte técnica de um híbrido flex. "É preciso adaptar o motor a combustão para o etanol, refazer sua calibração e aspectos afins, mas não é nenhum projeto da Nasa."

Em seu entendimento a tecnologia híbrida flex representa "um casamento perfeito, por agregar as qualidades de alta eficiência energética com as ambientais".

O consultor da Unica revela que "a Toyota nos acenou com a possibilidade de nacionalização dessa tecnologia, e as conversas a este respeito estão acontecendo há aproximadamente dois anos. Os híbridos devem fazer parte dos novos cenários de mobilidade e vemos boas oportunidades de coexistência de versão híbrida com motor flex. O próximo passo seriam os híbridos flex plug-in, ainda que provavelmente em número menor de modelos".

Na ponta final Szwarc aposta em tecnologias que usem baterias elétricas ou células a combustível com energia gerada a partir do etanol. "Uma das grandes barreiras aos elétricos, além dos custos, é a autonomia. E o protótipo da Nissan já mostrou que essa questão pode ser superada."

Pelos cálculos do engenheiro hoje 30% da composição de preço de um carro elétrico vem exclusivamente das baterias.

Outros segmentos, além do mercado de automóveis de passeio, também podem fazer uso do etanol, como o trans-

porte coletivo e o agronegócio. "Se as condições se mostrarem atrativas existem tecnologias em desenvolvimento avançadas e protótipos promissores", garante o consultor da Unica.

VAI DE ÔNIBUS

O engenheiro Márcio Massakiti é um dos responsáveis pelo Programa Veículo Elétrico da Itaipu Binacional, que atua em projetos na área de mobilidade elétrica. A empresa desenvolve um projeto de ônibus híbrido a etanol.

O primeiro experimento surgiu em 2010, com apresentação demonstrativa de um protótipo no qual o motor a combustão interna fornece energia mecânica a um gerador elétrico.

Atualmente, e com apporte de R\$ 10 milhões da Finep, a Itaipu finaliza um trabalho no aperfeiçoamento do protótipo do ônibus, com a revisão de testes. Uma segunda fase será a abertura de um edital pela Finep para chamada pública de montadoras interessadas na produção do ônibus.

Segundo Massakiti "o veículo traz eficiência de 85% no consumo de energia, enquanto no Ciclo Otto o rendimento é de apenas 15 a 20%".

Para Marcos Clemente, vice-presidente da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, "não cabe discutir se o futuro pertence ao motor a combustão interna ou à eletrificação. É viável ter os dois, e a participação de cada tecnologia vai depender das características de cada região. E no Brasil é viável usar o etanol".

Para ele ainda há espaço para melhorar a eficiência dos motores a explosão nos próximos anos: "Os motores de combustão interna, com qualquer combustível, ainda serão importantes em 2030, 2040, mas serão mais eficientes que os atuais. Essa busca prosseguirá e passa por sistemas mais compactos, combustão gerando carga térmica cada vez maior com turbo, injeção direta, controles de admissão mais sofisticados. E a ideia é fazer no futuro motores otimizados para combustíveis de alta octanagem."



Divulgação/Toyota

Protótipo do Toyota Prius híbrido flex fará viagem-teste de São Paulo, Capital, a Brasília, DF, destino certamente interessante

Para Clemente no Brasil faz mais sentido incentivar o uso de biocombustíveis em detrimento de combustíveis fósseis. "O País tem além do etanol, por exemplo, biogás, biodiesel, bioquerosene, biomassa. É genial."

PELO FIM DA DIFERENÇA

Uma discussão que já existe há bom tempo tanto na área técnica quanto nas mesas de negociação governamentais é a redução da diferença de consumo de motores flex quando abastecidos com gasolina e com etanol – muitas vezes ainda chamado de álcool pelos motoristas nos postos, força do hábito.

Para o representante da AEA "se houver combustível de alta octanagem na bomba e incentivos para aumentar a autonomia o uso do etanol crescerá no País".

Ele explica que "a discussão gira em torno de aproximar a gasolina boa do etanol bom com uma regulagem quase ótima para os dois". Atualmente o etanol hidratado brasileiro tem 92,4% de pureza e o restante de água, enquanto nos Estados Unidos esse índice é de 98,2%. "Seria preciso verificar a implicação disso na frota circulante. Poderia ocorrer uma migração gradual até a unificação."

A sequência da evolução, para ele, seria continuar desenvolvendo a combustão interna de forma a tirar maior proveito do etanol. Nessa escala depois viriam os híbridos flex e, a seguir, célula a combustível. "Os veículos de célula de combustível com etanol, como o projeto da Nissan, têm apelo sensacional, mas antes precisam resolver questões de engenharia."

A Bosch do Brasil, pioneira na tecnologia que elimina a necessidade do tanquinho de gasolina para a partida a frio de veículos abastecidos com etanol, passa por uma reestruturação interna para lidar com a eletrificação. Fabio Ferreira, diretor de produtos, revela: "Vemos no etanol uma chance para melhoria na emissão global de CO₂, no cálculo do poço à roda. A mistura maior de etanol à gasolina tende a melhorar a questão ambiental em vários países".

Para o executivo o desafio é melhorar a eficiência dos motores a etanol para que alcancem maior autonomia e diminuam a diferença de consumo para a gasolina. E também emissões, "lembrando que em 2022 teremos a entrada da nova norma de emissão PL7".

Ricardo Takahira, da Comissão Veículos Elétricos e Híbridos da SAE, defende a adoção de políticas que incentivem pesquisa e desenvolvimento nesta área. "A Ford poderia fazer com o Fusion Hybrid o mesmo que a Toyota estuda com o Prius."

Ele argumenta que "desafio é não ter política pública. Nunca tivemos um P&D local. Chegamos a contar com uma época boa com o flex, que na verdade é uma calibração. Agora não temos política séria de elétricos e híbridos. O flex foi o auge de autonomia e P&D locais mas ultimamente temos perdido tudo devido à adoção de plataformas globais. Só colocamos circuitos específicos".

Takahira alerta que "se nada for feito rumo à eletrificação nosso parque de automóveis vai sumir. O mundo todo dá sinais de que as coisas estão mudando e acho que temos como nos posicionar e trabalhar em soluções paralelas com o mundo automotivo que acabem por convergir". ■



UMA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO EXPERT EM SOLUÇÕES ESTRATEGICAS PARA A INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

Criação e execução de eventos corporativos, criação e gestão de campanhas de relacionamento e networking na indústria automotiva.

[contato@izzogroup.com.br](mailto: contato@izzogroup.com.br) | www.izzo.com.br

IZZO GROUP



Divulgação/GM

Da sopa para carne assada

Número de casas da rede de distribuição não deve crescer no Brasil neste ano. Mas pelo menos vai parar de cair.

A rede de concessionárias no Brasil vai parar de diminuir de tamanho em 2018. Essa é a expectativa de Alarico Assumpção Jr., presidente da Fenabrade, Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores.

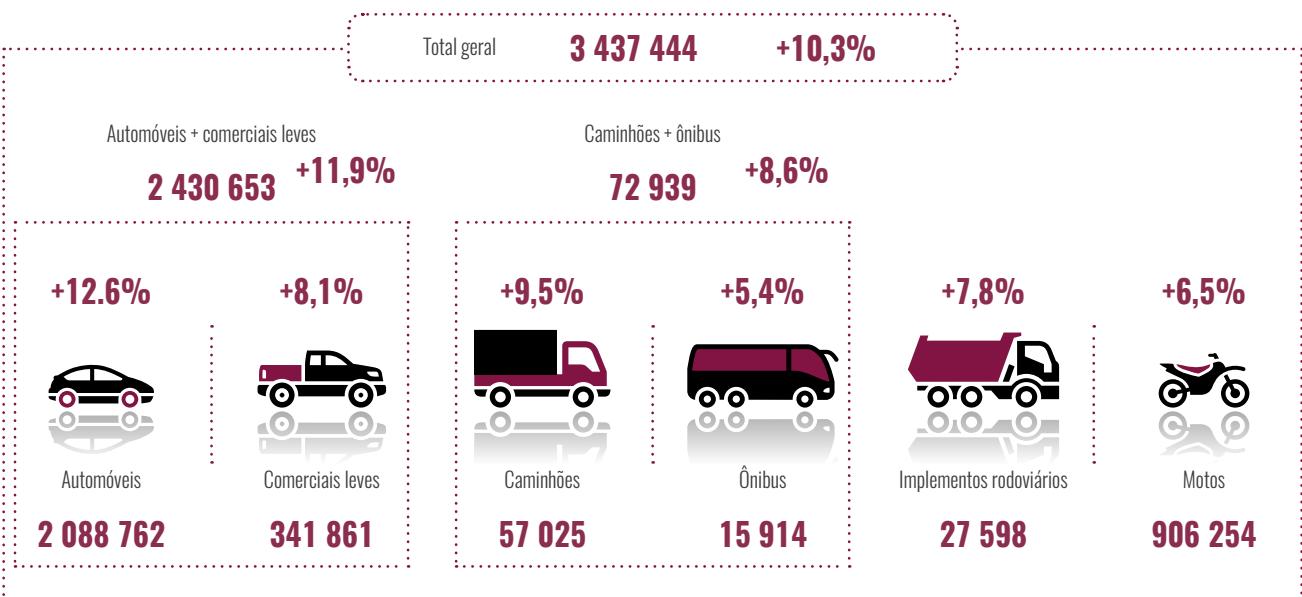
Pelos cálculos da entidade o País perdeu 1 mil 274 casas nos últimos três anos, considerando de janeiro de 2015 a janeiro de 2018. Destas, 726 eram concessionárias de automóveis e comerciais leves, 196 de caminhões, ônibus e máquinas agrícolas e 352 de motocicletas.

Na prática o volume total de casas que fecharam as portas é maior, 1 mil 890, mas a média final é menor pela abertura, no mesmo período, de 616 lojas, em especial das marcas que estavam estruturando novas redes como Audi, BMW e Jeep, além algumas marcas de motos premium.

Para chegar a esse número a Fenabrade precisou fazer um cálculo complicado. Até então a referência utilizada era a de fechamento de CNPJs, mas a associação percebeu que este processo mascarava a verdade: por vezes o concessionário encerrava os negócios de uma unidade mas mantinha o CNPJ ativo para não arcar com

Projeções de mercado da Fenabrade para 2018

Em unidades. Fonte: Fenabrade



ainda mais custos e processos burocráticos e, até, quem sabe, por pensar em retomar o negócio um dia.

A associação então isolou os CNPJs que passaram pelo menos seis meses sem emitir uma única nota fiscal de venda de veículo o KM. E então neste período os 7 mil 330 viraram 6 mil 56, incluindo aí os CNPJs criados para novas casas.

O impacto destes fechamentos no mercado de trabalho foi brutal, atesta a Fenabrade. Por suas contas foram cortados nestes três anos 169,5 mil empregos na rede de concessionárias, considerados nesse cálculo as vagas perdidas pelas casas que deixaram de funcionar e também as que enxugaram seus quadros, mesmo mantendo as portas abertas.

FORA DA UTI

Mas esse cenário, ao que tudo indica, ficou para trás. Para **Alarico Assumpção Jr.**, "2015 e 2016 representaram o pior momento vivido pelo setor automotivo, sem precedente. O último trimestre de 2017 apontou alguma recuperação, porém lamentavelmente voltamos dez anos em volume".

Ou, em linguagem coloquial, "o setor da



Divulgação/Fenabrade

distribuição ainda está internado mas saiu da UTI e se recupera no quarto. Já parou de tomar só sopa e agora vai passar para carne assada".

As projeções da Fenabrade são otimistas e indicam vendas em 2018 cerca de 10% acima do ano passado, considerando a média de todos os segmentos da distribuição (veja quadro completo acima). Assumpção Jr. considera que o cenário econômico à frente justifica as projeções, e garante que "o que vende carro é juro barato e o que vende caminhão é PIB".

No primeiro item ele elenca a queda da Selic, as atuais taxas de inadimplência em patamar controlado e um provável maior apetite dos bancos por aumentar suas carteiras do segmento como fatores fundamentais. "Os bancos ganhavam com a inflação, e como ela agora está baixa as instituições deverão ter maior disposição para financiar mais clientes."

E no segundo ele usa como referência a própria previsão da assessoria econômica da Fenabrade, que aponta elevação de 3,5% no PIB para este ano.

Além do bom cenário do primeiro bimestre, que fechou em alta de 19,5% nas

“O que vende carro é juro barato e o que vende caminhão é PIB”

Alarico Assumpção Júnior, presidente da Fenabrade

vendas – 18,6% nos leves e 58% nos pesados, segundo a própria Fenabrade –, o presidente da entidade também aponta outro índice promissor: no último semestre de 2017 o segmento da distribuição contratou quatro mil pessoas. “Ainda estamos muito longe de recuperar o que foi perdido, mas é um dado muito positivo para quem até o período anterior estava demitindo.”

No que se refere ao tamanho da rede Assumpção Jr. entende que o número de casas de hoje é suficiente para cobrir o que se espera deste ano. “Vamos levar ainda alguns anos para buscar a base que perdemos. Precisamos de mais consistência, o que ainda não temos. Não há como recuperar tudo que perdemos em um semestre ou um ano: é muito pouco tempo.”

Ou seja: ao que tudo indica, nada de novas casas no curto prazo. “A rede atual está no tamanho do volume projetado para 2018. Novas concessões só com volume maior, o que deve ocorrer por volta de 2021 ou 2022.”

MESMO TAMANHO EM NOVAS MÃOS

Isso não significa necessariamente que o perfil da rede deverá permanecer imóvel. Para o presidente da Fenabrade o processo de compra e venda de concessões deve prosseguir, ainda que os tempos para as vendas aparentemente estejam bem melhores.

“Ocorreram alguns movimentos no mercado nos últimos anos, houve grupo que comprou grupo, troca de titularidade etc., mas isso é natural da atividade, não foram iniciativas ligadas diretamente à crise.”

Para ele, inclusive, a questão de tamanho ou porte não está automaticamente correlacionada a questões financeiras do negócio de vender carros, caminhões e

afins: “Não há uma padronização: não é porque o concessionário é pequeno ou grande que ele está mal ou bem em termos de capitalização”.

Segundo a entidade 90% da rede brasileira de concessionários ainda é formada por empresas de capital nacional, originadas a partir de negócios familiares, ainda que parte já esteja profissionalizada.

Os movimentos de mudanças de mãos, assim, devem continuar: “Há espaço para os grandes grupos crescerem mais. Quem tiver interesse em vender terá gente interessada em comprar, independente da razão: pode ser dificuldade financeira, falta de um sucessor... mas esse processo é natural”, insiste o dirigente. “Por exemplo: se você tem cinco concessionárias que vendem vinte unidades cada ao mês, a tendência é que um ou dois grupos assumam esse negócio. É do processo, não uma decorrência da crise.”

O dirigente ainda faz questão de aplaudir o segmento de pesados, compreendendo caminhões, ônibus e maquinário agrícola. “Sem desmerecer o trabalho feito na área de leves a evolução na distribuição de pesados é invejável. O trabalho em qualificação de pessoal foi muito forte, houve um novo olhar para este ponto e uma forte profissionalização. Talento faz diferença, e nesse ponto muita coisa foi feita e efetivada.”

Independente das mãos que controlam as casas o que parece não sofrer abalo é a velha máxima de que um bom relacionamento com a rede é a primeira e fundamental receita de sucesso para montadora que deseje bons números de venda.

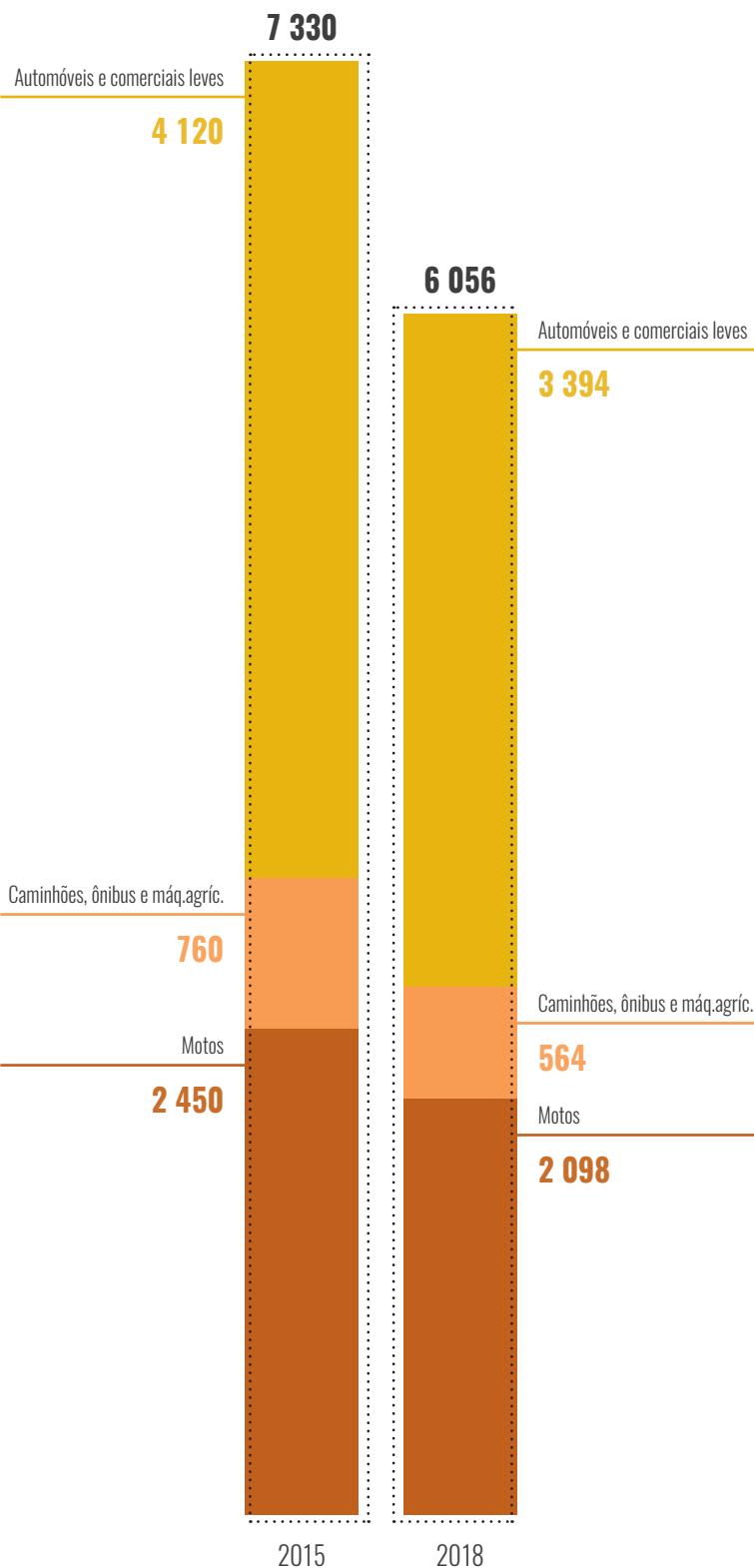
“O fato de uma fábrica que nutre bom relacionamento com a rede obter números expressivos de venda não é uma mera coincidência”

Daniel Kelemen, presidente da Abrahy

Enxugando a rede

Número de concessionárias ativas no Brasil

Posição em 1º de janeiro de cada ano. Fonte: Fenabrade



Um excelente exemplo disso é o da General Motors, líder de mercado nos últimos dois anos com a marca Chevrolet. Segundo Carlos Zarlenga, presidente da fabricante, "esse momento que a GM está vivendo hoje, de liderança de mercado, tem tudo a ver com a relação com a rede. Grande parte do nosso sucesso é por causa deles".

PARTE DA CASA

O executivo explica que recentemente foi realizado um trabalho junto aos concessionários, "principalmente durante a crise, para melhorarmos o desempenho e a qualidade na distribuição". A rede Chevrolet hoje é do tamanho adequado, calcula.

Para Zarlenga "os concessionários não são parceiros comerciais, são parte da casa. Trabalhamos a estratégia em conjunto com a Abrac [Associação Brasileira de Concessionárias Chevrolet], e a estrutura deles é muito boa. Reagimos rápido ante o que a rede nos informa, é um desafio conjunto".

O presidente da GM Mercosul revela que quando o portfólio Chevrolet foi totalmente renovado no País "foram os concessionários que nos deram o caminho, o melhor jeito de chegar ao consumidor. Acreditamos muito no conhecimento que eles têm do cliente".

Um item sempre discutido nas relações das fabricantes com seus distribuidores é a rentabilidade, e segundo Zarlenga também aqui houve boa evolução: "melhorou muito e neste ponto o volume ajuda. Mas também é preciso destacar que a rede fez um ótimo trabalho de redução de custo. Agora digo a eles: mantenham o custo no nível que está e deixem que as vendas cresçam".

Quem também concorda com a tese de que relação boa significa resultado bom é Daniel Kelemen, presidente da Abrahy, Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai, fundada em 1994. Um bom resumo é a atual situação da marca no mercado, como atesta o dirigente: "Tudo o que é produzido, vendemos".

A rede HMB, que comercializa os Hyundai produzidos em Piracicaba, SP, ou seja, a linha HB20 e o Creta, conta com aproximadamente trezentos pontos de venda con-

trolados por oitenta grupos econômicos. O presidente da Abrahy não vê muito espaço para incremento no número de casas em 2018 – em compensação nenhuma loja foi fechada nos últimos dois anos.

No que se refere à relação com a fábrica **Daniel Kelemen** a define como "muito boa". Segundo ele "qualquer mudança sempre é discutida. O diálogo é aberto e parte sempre do princípio que as questões de um lado afetam o outro, independente de qual seja".

Um bom exemplo deste vínculo amistoso foi o último encontro da Abrahy – o evento é realizado a cada dois anos. Em 2017 foi sediado em Cancún, no México, e durou quatro dias, atravessando feriado no Brasil, 15 de novembro: não só houve 97% de adesão da rede como participaram pela Hyundai Motor Brasil o próprio presidente da fabricante e seu diretor de vendas.

Ele sacramenta que "não é coincidência" a conexão do bom relacionamento junto à fábrica com os excelentes números de venda dos Hyundai nacionais – o HB20 hatch, mesmo cinco anos após o lançamento, terminou o ano passado como vice-líder no ranking dos modelos mais vendidos do País em 2017, atrás apenas do Chevrolet Onix. O Creta ficou na nona posição, à frente de concorrentes diretos como Jeep Renegade, Nissan Kicks e Ford EcoSport.

Alarico Assumpção Jr., da Fenabrade, também acredita na importância desta relação e entende que a maioria das redes no País mantém relações saudáveis com suas respectivas marcas. "Mesmo durante o pior momento da crise a maior parte das associações preservou comportamento extremamente respeitoso com sua fábrica. Muitas andaram de mãos dadas, sem atritos. Claro que existem marcas que tiveram mais dificuldades do que outras e foram mais afetadas. Mas, de maneira geral, grande parte se comportou bem em termos de relacionamento."

ERRADO E IMORAL

Um ponto clássico no que diz respeito a atritos de redes com suas fábricas é o das vendas diretas, que, segundo a pró-



Divulgação/Abrahy

pria Fenabrade, fecharam 2017 em patamar de quase 40% dos números totais de comercialização de automóveis e comerciais leves.

Este resultado foi quatro pontos percentuais acima de 2016 e onze além do registrado em 2015 e 2014.

Sobre este forte aumento do índice o presidente da Fenabrade argumenta que "não foram as vendas diretas que subiram mas sim o varejo que caiu" – o que, naturalmente, em seu entendimento, gerou elevação estatística da comercialização via direta perante o bolo total.

De qualquer forma Assumpção Jr. não minimiza a situação e avisa que "a Fenabrade não é contra a venda direta, mas sim contra a forma com que é feita: o que consideramos errado e imoral é o preço praticado. Temos um contrato comercial que deve ser respeitado. Nós somos filhos legítimos das fábricas, e não se pode vender um carro mais barato para o vizinho do que para seu próprio filho".

Houve avanços, afirma, como processo de autorregulamentação assinado em conjunto com a Anfavea e o Confaz, Conselho Nacional de Política Fazendária. Segundo a Fenabrade em dezesseis Estados da Federação frotista que antecipar em doze meses a venda do veículo adquirido por modalidade direta têm de arcar com pagamento dos impostos respectivos a este período.

Mas o presidente da associação confirma que ainda há o que fazer a este respeito, inclusive nas próprias relações fábrica-rede. "As associações de marca também têm sua responsabilidade. Várias ainda não dispõem de convenções tratando deste capítulo, e deveriam trabalhar no tema. As que dispõem e dela fazem uso não têm problemas com isso."

Apesar deste cenário e ao que tudo indica, respeitando a lógica da Fenabrade, a tendência é de redução ao menos estatística das vendas diretas em 2018, considerando-se que o varejo deve crescer, invertendo, assim, a curva de participação de cada modalidade no geral do mercado interno.

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

EXCLUSIVA 1

A Ford deve encerrar a produção da atual geração do Focus na Argentina, nas versões hatch e sedã, segundo comunicado recentemente enviado pela fabricante a fornecedores. A informação foi revelada com exclusividade pela Agência AutoData de Notícias.

EXCLUSIVA 2

O Grupo Vidroforte, de Caxias do Sul, RS, obteve deferimento a pedido de recuperação judicial. A medida inclui as oito empresas do grupo, que atua no fornecimento de vidros para a indústria automotiva e também de construção civil. Informação divulgada em primeira mão pela Agência AutoData.

EXCLUSIVA 3

Outra informação revelada com exclusividade pela Agência AutoData foi a expansão do modelo de negócios para venda de carros usados da Unidas, com inauguração de mais quatro casas que funcionam em estilo 'outlet': Zonas Leste e Sul de São Paulo, Capital, Rio de Janeiro, RJ, e Recife, PE.

ENCONTRO REGIONAL MWM

A MWM Motores realizou seu primeiro encontro regional com a rede de distribuição, batizado MWM na Estrada, em Jundiaí, SP. Plano é promover mais dez edições no Brasil e Exterior em 2018, abordando as expectativas e estratégias da empresa.

VIATURA

A Troller forneceu 50 unidades do modelo T4 para o Governo do Ceará: serão utilizadas como viaturas de Batalhão de Policiamento Turístico, Corpo de Bombeiros, Detran e outros órgãos estaduais.



Divulgação/Troller



Divulgação/Itaipu Binacional

CARRO A BIOMETANO

Protótipo CH4PA, movido a biometano, foi apresentado no 30º Show Rural Coopavel, em Cascavel, PR. Projeto da Itaipu Binacional com o Centro Internacional de Energias Renováveis-Biogás, o CIBiogás, e agência austriaca de desenvolvimento. Ideia é veículo misto para uso no campo, em particular agricultura familiar.

CENTÉSIMA SCHULER

A Prensas Schuler comemora venda da centésima linha de estamparia a quente para a indústria automotiva. A primeira foi comercializada em 1993, para a Ford estadunidense.



Divulgação/Schuler

SHC E JLR

O Grupo SHC, de Sérgio Habib, inaugurou a concessionária Jaguar Land Rover GB Cars Anália Franco, situada na Zona Leste de São Paulo, Capital. Esta é a segunda casa do grupo para a marca na cidade, somada à unidade Villa Lobos, localizada no bairro Vila Leopoldina, Zona Oeste, bem próxima à sede da empresa brasileira. Com mais esta inauguração agora ao todo o Grupo SHC chega à marca de 45 concessionárias, das marcas Jac Motors, Citroën, Peugeot e Volkswagen, além da própria Jaguar Land Rover.

DEU BRANCO

A cor branco domina o mercado mundial de veículos leves, com quase 40% da preferência. A conclusão é de estudo global da Basf, sobre dados de 2017. Na Europa, somados, branco, preto, cinza e prata representaram 78% do total da preferência por cores.

JMALUCELLI E CASE IH

A JMalucelli Agromáquinas Ltda. é a nova revendedora Case IH no Estado do Paraná, com três filiais nas cidades de Cascavel, Medianeira e Vitorino. E assim torna-se único concessionário a oferecer tanto as linhas de máquinas agrícolas quanto de construção da fabricante.



Divulgação/YPF

LUCHETTA

Pablo Luchetta é o novo CEO da YPF Brasil: até então, gerente de vendas. Sucedeu a Ramiro Ferrari, que retorna à matriz na Argentina com a missão de buscar novos negócios internacionais.



Divulgação/BBA

CARVALHO

Ricardo Garcia da Silva Carvalho foi nomeado diretor-executivo da Belgo Bekaert Arames, a BBA, parceria ArcelorMittal e Bekaert Group no Brasil. Até então vice-presidente de Recursos Humanos e TI da ArcelorMittal Central e América do Sul.



Divulgação/Scania

BASTOS

Adolpho Bastos foi nomeado diretor-geral da Lots para a América Latina. A empresa, parte do grupo Scania, chega ao Brasil oferecendo expertise em identificação de desperdícios e oportunidades em fluxos de transporte, com vistas à redução de impactos ambientais e melhoria da rentabilidade.



Divulgação/Pirelli

SPINETTO

Marco Spinetto, head para inovação estratégica e gestão do conhecimento da Pirelli, representou a empresa na entrega do prêmio Fabricante de Pneus do Ano, concedido na Tire Technology Expo 2018, em Hannover, na Alemanha.



Divulgação/Ford

GALHOTRA

Kumar Galhotra é o novo presidente da Ford para América do Norte. Sucedeu a Raj Nair, demitido por comportamento inapropriado perante o código de conduta da empresa.

GM INVESTE 1

A GM pormenorizou mais uma parte de seu ciclo de investimentos de R\$ 13 bilhões no Brasil para o período 2014-2020: R\$ 1,2 bilhão irá para a unidade de São Caetano do Sul, SP, que terá sua capacidade ampliada de 250 mil/ano para 330 mil unidades/ano, além de incorporar tecnologias de Indústria 4.0.

GM INVESTE 2

A GM ainda inaugurou novas instalações da fábrica de motores de Joinville, SC: R\$ 1,9 bilhão deu origem a novo prédio que abriga linhas de usinagem de blocos, cabeçotes, sub-montagem de cabeçotes e montagem de motores.



Divulgação/AM

GM INVESTE 3

Com isso a fábrica catarinense quadruplicou de tamanho em área, de 15 mil m² para 61,8 mil m². Capacidade anual para motores também deu forte salto, de 120 mil para 420 mil. Quatrocentos novos empregos diretos e indiretos.

GEELY COMPRA 1

A chinesa Geely pagou US\$ 9 bilhões por 9,7% de participação na Daimler. Com isso seu chairman e fundador, Li Shufu, se tornou o maior acionista individual da montadora alemã, ultrapassando com folga o governo do Kwait, que detém 6,8% da companhia.

GEELY COMPRA 2

Em dezembro Shufu gastou outros US\$ 3,9 bilhões para se tornar o maior acionista da Volvo Trucks. Em 2010 já adquirira, das mãos da Ford, a Volvo Cars, por US\$ 1,8 bilhão. A Geely, aliás, começou a produzir automóveis somente em 1997.

1 965 751 QUILÔMETROS RODADOS

A Iveco descobriu um Stralis 570S 41T NR com exatos 1 965 751 quilômetros apontados em seu hodômetro. O caminhão estava na Grande Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Apesar da estupenda quilometragem seu motor, Cursor 13, se mantém nas condições originais e nunca passou por reparos.

CONGRESSO GLOBAL NCAP

O Global NCAP, entidade que reúne diversas organizações regionais de análise de segurança veicular, realizará seu primeiro congresso mundial. Será dos dias 26 a 29 de setembro deste ano em Delhi, na Índia. Experiência do Latin NCAP será um dos temas em debate.

ECOSPORT PARA PCD

A Ford lançou o EcoSport SE Direct 1.5 AT para atender o segmento PCD e frotistas, sempre em venda direta. Já linha 2019, R\$ 68,7 mil. Motor 1,5L de 137 cv e câmbio automático de seis marchas.



Divulgação/Ford

GEELY COMPRA 3

A Geely é ainda dona da Lotus, lendária fabricante britânica de carros esportivos e de competição. E da Proton, montadora da Malásia. E da Terrafugia, startup que desenvolve um carro voador. E da LEVC, fabricante dos lendários táxis pretos londrinos.



VEM AÍ O MAIS COMPLETO GUIA DE REFERÊNCIA DO MERCADO DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS!

O **Guia AutoData da Indústria de Ônibus 2018** será o principal guia de referência comercial publicado neste ano para este importante segmento da indústria automobilística brasileira, trazendo informações relevantes a respeito de todos chassis e carroçarias fabricados no País e, também, de toda cadeia produtiva e comercial deste segmento.

Editorialmente este Guia trará ampla análise das tendências tecnológicas futuras da indústria de ônibus e de suas perspectivas econômicas e comerciais, além de completo perfil deste importante segmento industrial.

Além disso, no que se refere especificamente à cadeia produtiva, trará fichas completas de todas montadoras e encarroçadoras, com localização das fábricas, capacidade de produção, diretoria comercial e rede de concessionários ou representantes.

Obviamente também trará as fichas técnicas completas de todos os chassis e carroçarias fabricados por cada uma destas empresas.

DISTRIBUIÇÃO PARA:



Empresas de transporte de passageiros



Cadeia produtiva (montadoras, encarroçadoras, distribuidores e representantes)



Fornecedores diretos e indiretos (matérias-primas, autopeças, serviços, etc.)



Governo, empresas financeiras, consultorias, entidades, sindicatos, imprensa, etc.



Assinantes e agências de publicidade

PARA ANUNCIAR LIGUE:

Tel.: (11) 5189-8900 | E-mail: comercial@autodata.com.br

43 597 357

unidades é a atual frota de veículos – automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus – circulante no Brasil, segundo dados da Anfavea.

25 642 582

unidades era a frota brasileira de veículos há dez anos, também segundo números da Anfavea divulgados em seu anuário 2018.

“Estamos revoltados porque não se fala a verdade, se joga o problema para os outros”

José Alberto Paiva Gouveia, presidente do Sincopetro, Sindicato do Comércio Varejista de derivados de petróleo do Estado de São Paulo, em entrevista à Rádio Bandeirantes comentando decisão da Petrobras de divulgar o preço em Reais da gasolina e do diesel cobrado nas refinarias

300 000

unidades é a projeção de exportações da indústria argentina para 2018

43%

é o salto ante 2017 que esse volume representaria: no ano passado a Argentina exportou 209,6 mil unidades.

“A Volkswagen tomará ações para assegurar que suas pesquisas estejam alinhadas com seus padrões éticos e morais”

De comunicado da fabricante, após denúncias de que macacos e seres humanos foram expostos a gases tóxicos durante pesquisas sobre emissões de motores diesel na Alemanha

“Falta fiscalização de tudo quanto é tipo: prefeitura, Estado, ANP, todo mundo”

De dono de posto de combustíveis que não quis se identificar sobre o comércio de gasolina adulterada na cidade de São Paulo, em entrevista ao jornal SPTV1, da Rede Globo

81,1%

da energia consumida no mundo provém de combustíveis fósseis

2,5%

provém de usinas hidrelétricas

0,8%

provém de sistemas eólicos e solares

Fonte: International Energy Agency.

Dados relativos a 2016, os últimos disponíveis.

“Todo o trabalho feito, em comparação ao de outros países, é de tirar o chapéu”

Stefan Ketter, CEO da FCA para América Latina, sobre as discussões que envolveram a formulação do Rota 2030



BOSCH
Tecnologia para a vida

**Tecnologia inteligente
para semeadeiras.**

**Produtividade, economia
e inteligência no campo.**



FIAT TORO BRUTALMENTE LINDO



MAIS QUE

UM BOM NEGÓCIO:

A MELHOR

COMPRA DO ANO.



CONHEÇA
O CARRO DO ANO
E DESCUBRA POR QUE
ELE GANHOU
MAIS ESSE PRÊMIO.
VÁ ATÉ UMA
CONCESSIONÁRIA.



MOTOR 2.0 DIESEL
MULTIJET DE 170 CV



CENTRAL MULTIMÍDIA
UCONNECT™ TOUCH 5"



CÂMBIO AUTOMÁTICO
DE 9 VELOCIDADES



RODA DE
LIGA 17"



SAC 0800 707 1000 / 0800 282 1001

Pela vida. Escolha o trânsito seguro.



Garantia Fiat de 3 anos. Para usufruir dessa garantia, é obrigatória a realização das Revisões Programadas. O prazo de garantia oferecido já inclui os 90 dias da garantia legal. Para mais informações, consulte os manuais de Garantia e de Uso e Manutenção. Imagem meramente ilustrativa, com alguns itens opcionais.