

# AutoData

Ano 24 | Outubro 2015 | Edição 314



## De volta ao país do futuro

Sem acreditar em  
crescimento no ano que  
vem, setor automotivo se  
prepara para retomada só  
a partir de 2017



Conheça todas as nossas soluções  
em aço para a indústria automobilística.

Um veículo mais leve, seguro  
e sustentável.

Barras pa  
e amortec

# USIBOR®





# ArcelorMittal

ra molas  
edores.



Aços planos de  
alta resistência.



Barras trefiladas  
e descascadas.



## ArcelorMittal é Aço



[brasil.arcelormittal.com](http://brasil.arcelormittal.com)

### 22 | Capa

Ampla e completo retrato do setor para o ano que vem pela análise dos principais atores da cadeia automotiva. É praticamente unânime a perspectiva de que a recuperação ainda não se encontra no horizonte de 2016, como se imaginava anteriormente. A intuição aposta em um período semelhante ao que se viveu nos últimos meses, mas que pelo menos o pior deste capítulo não se estende para o ano que vem. A inflexão da curva apenas ficou para depois.



©iStockphoto.com/maxsaltana

28 | Caminhões e ônibus

32 | Motores

36 | Máquinas agrícolas  
e de construção

40 | Fornecedores

48 | Anfavea

50 | Abeifa

54 | Anef

58 | Fenabreve

62 | Sindipeças

66 | Audi

68 | BMW

70 | Chery

74 | DAF

78 | FCA

80 | Ford

82 | General Motors

84 | Honda

88 | Iveco

90 | MAN

92 | Mercedes-Benz

94 | Nissan

98 | PSA

102 | Toyota

104 | Volvo

106 | Volkswagen

### 108 | Lançamento

Em busca de mais eficiência energética Hyundai atualiza motor e coloca câmbio de seis marchas no HB20

### 110 | Fraude

A denúncia de manipulação nos testes de emissão de poluentes que mancha seriamente a imagem da Volkswagen no mundo

### 08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

### 14 | From the Top

Rafael Marques, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC

### 112 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

### 114 | Artigo

Ingo Pelikan, presidente do IQA



## AutoData Editora

### Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

### Conselho Editorial

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

### Redação

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

### Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

### Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador

### Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: ©iStockphoto.com/maxsattana

### Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

### Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

### Comercial e Publicidade

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

### Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

### Departamento Administrativo/Financeiro

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

### Apoio

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

### Tiragem

9 100 mil exemplares

### Pré-impressão e impressão

Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900

ISBN 1415-7756

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

### Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJSPSP 4 874



[twitter.com/autodataeditora](https://twitter.com/autodataeditora)



[facebook.com/AutoDataEditora](https://facebook.com/AutoDataEditora)



[youtube.com/autodatawebtv](https://youtube.com/autodatawebtv)



[autodata.com.br](http://autodata.com.br)

# Casa nova

A AutoData Editora completa aniversário de 23 anos neste mês de outubro em casa nova, retornando à rua Pascal, desta vez no número 1 693, no Campo Belo, onde esteve até 2004 quando mudou-se para a Chácara Santo Antônio. E como acontece todo os anos dedicamos a edição deste mês a uma ampla cobertura sobre as perspectivas para o ano que está chegando, com análise do que o atual trouxe de bom e de ruim.

A partir de conversas com os principais executivos do setor automotivo, traçamos um cenário do atual momento e do que vem pela frente. Como bem retrata a reportagem de abertura desse rico material, assinada pelo diretor de AutoData Editora, S Stéfani, voltamos, mais uma vez, a ser o país do futuro. As metas de chegar a 4 milhões, 5 milhões e até 6 milhões de veículos foram adiadas e ninguém arrisca cravar data para a efetiva retomada do mercado.

O positivo é que há uma esperança de que o fundo do poço será neste fim de ano, com estabilidade em 2016 em relação a 2015. Como as vendas já caíram no ano passado, o que vemos é um tombo de 30% no comparativo com 2013 no segmento de automóveis e comerciais leves e a perda da posição de três postos no ranking dos maiores mercados do mundo, da quarta para a sétima posição.

Mas como toda crise tem lá o seu lado bom, fornecedores, montadoras e rede alegam que o ajuste efetuado este ano favorecerá um 2016 menos traumático. E, o principal, com tendência de continuidade do aumento da localização de peças por parte das montadoras, o que deverá fortalecer ainda mais a base da cadeia fornecedora.

AD

Alzira Rodrigues | editora  
[alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)



- 
- ☒ Montadora de Veículos Comerciais
  - ☒ Inovação Tecnológica - case da fábrica
  - ☒ Veículo Caminhão TGX 29.480
  - ☒ Veículo Ônibus Volksbus 9.160

Imagens meramente ilustrativas.





**Já temos a indicação do Prêmio  
Autodata 2015 em quatro categorias.  
Agora, contamos com o seu voto.**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



**A MAN Latin America é finalista no Prêmio Autodata 2015 em quatro categorias:**

- Montadora de Veículos Comerciais
- Inovação Tecnológica - case da fábrica
- Veículo Caminhão TGX 29.480
- Veículo Ônibus Volksbus 9.160

**Contamos com o seu voto.**

Entre no site [www.man-la.com](http://www.man-la.com) e vote. MAN Latin America,  
fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.

**MAN**



**Caminhões  
Ônibus**



## Foton 1

Com a alegação de que a demora na liberação de financiamento do BNDES atrasou as obras de sua fábrica em Guaíba, RS, a Foton Aumark negocia com duas empresas — uma delas gaúcha — a produção provisória de seus primeiros caminhões aqui a partir de fevereiro. O CEO Bernardo Hamacek afirma que, se o financiamento do banco de fomento for liberado este mês, a fábrica própria deve estar pronta em novembro de 2016.

## Foton 2

Os projetos dos caminhões não sofreram atrasos, assegura o executivo. O primeiro que deve entrar na linha de montagem é o modelo de 10 toneladas, “com 70% dos componentes nacionalizados” — a cabine será importada da China. Em maio do ano que vem será a vez do modelo de 3,5 toneladas. Hamacek projeta vender 1,1 mil caminhões este ano ante seiscentos em 2014. Para 2016 a expectativa é crescer pelo menos 20%.

## Mudança de endereço



Divulgação/Salão do Automóvel

O Salão Internacional do Automóvel de São Paulo vai mudar de endereço após quatro décadas, revelou com exclusividade a Agência AutoData de Notícias. A 29ª edição da mostra, marcada para 2016, será realizada no ainda em obras São Paulo Expo, antigo Centro de Exposições Imigrantes, na Zona Sul da cidade, em vez do tradicional Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi. A Reed Exhibitions Alcantara Machado, promotora do evento, limita-se ainda a afirmar que o evento seguirá no mesmo endereço, embora fontes ouvidas pela reportagem assegurem que a empresa já manteve reuniões com montadoras e associações para comunicar a mudança.

Há anos expositores e público reclamam da infraestrutura precária do Anhembi. O espaço reduzido, em particular do estacionamento, além do calor no interior do pavilhão, que não conta com ar-condicionado, são os maiores alvos de críticas. O São Paulo Expo contará com 90 mil m<sup>2</sup> para exposições — 14 mil m<sup>2</sup> a mais do que o Anhembi —, além de centro de convenções de 10 mil m<sup>2</sup> e estacionamento com 4,5 mil vagas. Esta será apenas a segunda mudança de endereço do Salão do Automóvel de São Paulo, que nasceu em 1960 no Parque do Ibirapuera e já na edição de 1970 ocupava o espaço no Parque Anhembi.

## Não mais 1

A Hyundai-Caoa firmou termo de ajustamento de conduta com o Ministério Público de São Paulo comprometendo-se a não mais veicular qualquer tipo de propaganda que possa induzir o consumidor a erro na hora de adquirir seus produtos e serviços. O acordo encerra inquérito civil instaurado em 2011, com base em decisões do Conar, e que citava diversas peças produzidas e veiculadas pela agência Z+ Comunicação.

## Não mais 2

Pelos termos do acordo a Hyundai-Caoa deverá pagar R\$ 100 mil cada vez que descumprir a promessa de não veicular mais propaganda enganosa nos meios de comunicação. A companhia se comprometeu ainda a indenizar a sociedade pelos danos morais causados efetuando a doação de 27 caminhões modelo HR, com baú, a entidades filantrópicas.

## Era uma vez...

Depois de 45 anos as autoridades brasileiras de trânsito aboliram a obrigatoriedade do uso de extintores de incêndio para automóveis, utilitários e camionetas. O Brasil era um dos poucos países a exigir o equipamento, que continua obrigatório em veículos utilizados comercialmente para transporte de passageiros, caminhões, caminhão-trator, micro-ônibus e ônibus, além de veículos destinados ao transporte de produtos inflamáveis, líquidos e gasosos.

## Recorde global

A Audi registrou recorde de vendas globais em agosto: a companhia entregou 128,6 mil veículos a seus consumidores, alta de 2,7% na comparação anual.

### Alívio

De importante executivo de montadora ao saber que a próxima edição do Salão do Automóvel de São Paulo não será mais no Anhembi: "Demorou! Finalmente teremos uma área digna para um salão de um dos maiores mercados automotivos do mundo, não um lugar de terceiro mundo".

"Nossa companhia foi desonesta com a EPA e com o Comitê de Recursos do Ar da Califórnia, com todos vocês. Estragamos tudo."

Michael Horn | presidente e CEO da Volkswagen of America

## Primeira fala

De Barry Engle, novo presidente da General Motors na América do Sul durante jantar de despedida de seu antecessor, Jaime Ardila: "Adoro uma boa crise." Ele explicou: "Já vivi em muitos mercados. Nestes períodos nunca trabalhei tanto, mas também nunca cresci tanto nem me senti tão satisfeito profissionalmente. A crise passará e sairemos dela mais fortes e competitivos. A GM acredita na América do Sul e em seus mercados".

## Remanufatura

A divisão brasileira de remanufatura da Knorr-Bremse completou uma década e cresce, em média, 30% ao ano. Reaproveitou cerca de 700 toneladas de alumínio e ferro e produziu 250 mil peças na planta de Itupeva, SP, onde tem capacidade para processar até 3,5 mil peças por mês.



## Desejadas

A edição deste ano do prêmio Marca Mais Desejada, da Fenabrave, contemplou a Toyota na categoria Automóveis e Comerciais Leves, Volvo, Caminhões, John Deere, Máquinas Agrícolas, Noma, Implementos Rodoviários e Triumph Motocicletas.

## Aceleradas

O número de projetos compartilhados da Aliança Renault-Nissan com a Daimler quadruplicou em seis anos: de três, todos para a Europa, agora são treze também na Ásia, América do Norte e América do Sul. O maior deles é a construção de fábrica compartilhada no México, investimento de US\$ 1 bilhão.

## Quase nada 1

É verdade: de janeiro a agosto a fabricante de caminhões pesados Shacman, associada da Anfavea desde meados do ano passado, vendeu exatos dois veículos no Brasil, segunda a própria entidade. Dois! No ano passado, no mesmo período, foram 36 caminhões negociados.

## Quase nada 2

Em julho de 2013 a empresa chegou a revelar que aguardava a liberação de R\$ 400 milhões pelo BNDES para construir fábrica em Tatuí, SP, com produção anual inicial de 1 mil veículos.

## Quase nada 3

A ideia da empresa era acionar a linha de montagem no segundo semestre do ano passado. E é bom lembrar: em maio de 2012 a Shaanxi Automobile Group, controladora da Shacman, anunciara investimento de R\$ 1 bilhão para produzir caminhões e motores em Caruaru, PE.

## O número

1

ano completou a Iveco Bus no Brasil

## Acerto

Os trabalhadores da Scania acertaram a revisão do acordo coletivo negociada pelo Sindicato dos Metalúrgicos do ABC anteriormente e garantiram estabilidade no emprego até agosto do ano que vem e reajuste salarial de 5% retroativo à data-base da categoria, em 1º de setembro, além de pagamento de abono de R\$ 6 mil, a ser quitado em janeiro de 2016.

## Respiro

A operação brasileira da International fechou contrato de exportação de 51 caminhões pesados 9800i para o Grupo Maco no Chile. Todos serão entregues este mês. Em tempo: de janeiro a agosto a empresa vendeu exatos 31 veículos no mercado brasileiro.



Divulgação/International



Leo Burnett Tailor Made

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



A GENTE NÃO CHEGOU PARA FAZER  
O 4X4 MAIS EFICIENTE DA CATEGORIA.

Pedestre, use sua faixa.  
Jeep é marca registrada da FCA US LLC.

CHEGOU PARA FAZER

# AVENTURAS



Jeep Renegade 1.8  
a partir de R\$ 68.900



Motor 1.8 Flex  
ou 2.0 TurboDiesel.



Duas opções  
de teto solar.



O carro mais seguro  
fabricado no Brasil\*

**JEEP RENEGADE.  
FABRICADO NO  
BRASIL PARA VOCÊ  
FAZER HISTÓRIA.**

# Jeep®

MAKE HISTORY

Preço à vista de R\$ 68.900,00 válido para Jeep Renegade Sport 1.8L Flex Manual, ano/modelo 2015/2016. Frete incluso. Valores sujeitos à variação do ICMS, de acordo com a legislação de cada Estado. Condição válida até 31/10/2015. Jeep é marca registrada da FCA US LLC. \*Primeiro veículo produzido no Brasil a receber pontuação máxima para passageiros adultos e crianças, de acordo com o Latin NCAP.





Innovation  
that excites

**RAPHAELLA GALACHO,**  
medalha de bronze no  
Pan de Toronto 2015,  
atleta do #TimeNissan.



FORÇA DO  
ATREVIMENTO

**É O QUE FAZ VOCÊ  
SE DESTACAR.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.





PATROCINADOR OFICIAL

LEVY LABA TBSVA



Nissan, indicada ao Prêmio AutoData 2015 nas categorias Estratégia de Marketing e Veículo Importado. Estamos muito orgulhosos com essa conquista. Obrigada a todos pela indicação.

**QUEM SE ATREVE VAI ALÉM.**

[quemseatreve.com.br](http://quemseatreve.com.br)

#QuemSeAtreve



From the Top

# Temos que salvar 2016

Entrevista a Alzira Rodrigues, Décio Costa e S Stéfani | [redacaoad@autodata.com.br](mailto:redacaoad@autodata.com.br)  
Fotos | Simão Salomão

**E**ste ano já era. O máximo que dá para fazer é salvar empregos, garante o presidente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, Rafael Marques, para quem o importante, agora, é salvar 2016, “pois se repetirmos 2015 será um desastre”. Para evitar catástrofe maior o sindicalista cobra do governo uma posição mais clara sobre o que empresários e trabalhadores devem esperar no curto prazo:

“O governo tem que anunciar medi-

das específicas para reativar a economia. O ajuste fiscal não pode ser um fim em si mesmo. Se ficar discutindo só ele o País não anda. Nesta hora o governo tem que ser criativo, o Estado tem que ser mais eficiente: ajustar suas contas e ao mesmo tempo sinalizar programas novos para o mercado”.

Marques recorda que o Brasil tem um mercado interno grande e que muita gente ainda tem o sonho do consumo, principalmente de ter auto-

móvel novo. Na sua análise a soma da venda de carros novos e usados este ano, superior a 8 milhões, é uma pista importante do potencial interno.

O sindicalista entende que parte da culpa da queda nas vendas de novos é das montadoras, ou seja, do novo perfil de oferta no setor: “O preço do carro de entrada mudou de patamar e forçou a migração de consumidores para os usados. Mas o mercado existe, é mais uma questão sazonal”.

**“No Brasil é sempre assim: adia-se tudo até o problema ficar bem maior.”**

#### **O Sindicato do ABC teve participação ativa no PPE, Programa de Proteção ao Emprego. O que muda agora?**

O PPE cabe exatamente no momento que estamos vivendo. Não tínhamos bola de cristal, mas começamos a trabalhar nele em 2012, analisando o que acontecia na época na Alemanha. As próprias empresas com matrizes lá falavam do programa para a gente. E foi exatamente no ano em que as montadoras daqui mandaram bastante remessas para fora. Na Alemanha o programa funcionou bem, evitou demissões.

#### **O PPE não deveria ter saído antes?**

Passamos por uma crise em 2009, porém mais fraca do que lá fora. Acabou sendo uma marolinha. Já naquela época, porém, achávamos que era importante ter algum mecanismo que garantisse base legal para as negociações do gênero. Pena que no Brasil é sempre assim: adia-se tudo até

o problema ficar bem maior. No ano passado o PPE não andou por causa das eleições presidenciais. Faltou ambiente.

#### **O PPE resolverá os problemas mais emergentes do setor?**

Ele é um amortecedor forte a favor do emprego, mas é novo e, por isso, gera incertezas. O fato de ter sido aprovado por medida provisória assusta alguns empresários, provoca algumas dúvidas. É, no entanto, um programa fundamental para momentos de crise e certamente dará conta de um universo importante da base. O importante é evitar que acordos feitos pelos trabalhadores com as empresas acabem sendo suspensos, muitas vezes pela Justiça, como acontecia antes.

#### **Como está sua aceitação no ABC?**

Já fizemos acordos com Mercedes-Benz, Volkswagen e Ford. Na Volkswagen havia acordo de estabilidade até 2019, assinado em





O Brasil ainda tem um mercado interno muito grande se somarmos carros novos e usados

janeiro após uma greve. Mas todo acordo tem uma salvaguarda que permite a empresa voltar a negociar dependendo do que acontecer na economia. A Volkswagen tem 2,6 mil funcionários em lay-off, um excesso grande de mão de obra. Em janeiro eles abriram PDV [programa de demissão voluntária] e saíram 790 pessoas. Ou seja: o PPE certamente será importante e, nesse caso, evitará demissões.

### Como foi o acordo na Ford?

Lá havíamos feito um acordo em março ajustando a aplicação da inflação até 2017 em troca de estabilidade. Mas como existe a salvaguarda eles alegavam que não viam qualquer possibilidade de reação do mercado,

abriram PDV em agosto, quando saíram 130 trabalhadores, e daí decidiram demitir, alegando excedente de 280 funcionários. Romperam o acordo por causa da economia, mas após greve dos empregados optaram pela negociação e fechamos o PPE.

### O senhor também está cético quanto à reação da economia?

Acreditávamos que este segundo semestre seria melhor do que o primeiro. E agosto foi pior do que julho. Tudo indica que o mercado continuará fraco. Ninguém tem certeza de nada e por isso não dá para contestar a posição da Ford, por exemplo. Portanto, o melhor caminho lá é o PPE. Com esse programa não há como demitir sem discussão prévia.

### Como o senhor vê o mercado automotivo brasileiro?

O Brasil tem um mercado interno muito grande. Se somarmos carros novos e usados são 6 milhões de unidades vendidas no primeiro semestre deste ano. As vendas de usados vinham em queda até 2012, estabilizaram-se em 2013 e depois cresceram. Aí tem uma pista importante. Afinal, foram 6 milhões de veículos comercializados aqui até o fim de junho. Parte da culpa da recessão no segmento de zero quilômetro é da indústria: o valor do carro de entrada mudou de patamar. Isso nos pegou.

### Mudou o perfil de oferta?

Exatamente isso. Com a entrada de air bag e ABS em 2014 os carros



# NÃO HÁ LIMITES PARA OS MOTORES FPT INDUSTRIAL.



## MOTORES FPT INDUSTRIAL. DESENVOLVIDOS PARA IR ALÉM.

A FPT Industrial é uma empresa do Grupo CNH Industrial que desenvolve e produz motores, eixos e transmissões. Com uma gama completa, atua nos segmentos agrícola, construção, veículos comerciais, marítimo e geração de energia. Líder em inovação e tecnologia, possui 10 plantas e 6 Centros de Desenvolvimento no mundo, com 2 fábricas na América Latina – em Sete Lagoas (Brasil) e em Córdoba (Argentina). Tudo isso faz da FPT Industrial uma empresa completa.

MARINE

ON-ROAD

OFF-ROAD

POWER GENERATION



POWERING THE FUTURE.



encareceram. A faixa de preço do carro de entrada mudou, gerando migração para os usados. O mercado interno existe, é mais uma questão sazonal. Uma hora o usado perde força e o novo ganhará novamente. O sonho do consumo está mantido e os carros novos estão cada vez melhores, serão cada vez mais desejados.

### **O que falta para o mercado retomar?**

Falta, por exemplo, crédito. É um ano de dificuldades, com juros altos. As montadoras estão preferindo sacrificar o volume em vez de baixar preço. Temos também problemas com infraestrutura e commodities. As empreiteiras estão paradas, o frete caiu e quem trabalha com commodities está segurando o consumo. Tem transportador com caminhão zero comprado em 2014 parado no pátio. A operação Lava-Jato paralisou as empreiteiras mas em algum momento vai ter que ser feito um acordo. Ninguém quer matar as empreiteiras.

### **Não seria necessário também incentivo para os caminhoneiros autônomos?**

Está aí uma pauta antiga do setor: o programa de renovação de frota. Tínhamos uma proposta nesse sentido e em 2012, na Fenatran, a retiramos para apoiar uma conjunta dos trabalhadores e da indústria. O BNDES fez uma análise e concluiu que a cada cinco caminhões velhos retirados do mercado se venderia um novo. E o governo não perderia em arrecadação. São 260 mil autônomos

no País e, deles, cerca de um terço é de potenciais compradores. No primeiro ano haveria fila para comprar.

### **O que teria de ser feito para melhorar o momento econômico?**

O governo está precisando de mobilização social. Temos de cobrar ações para o bem do País. Por isso participamos da manifestação do dia 15 de setembro que reuniu todas as categorias com dissídio neste fim de ano. A ideia foi exigir a adoção de medidas que impeçam um 2016 pior do que 2015.

### **Como está a base de autopeças?**

Para esse segmento 2013 e 2014 foram anos piores por causa da

perda de conteúdo local. O câmbio e a rastreabilidade [Inovar-Auto] trouxeram reação nas autopeças e hoje há empresas trabalhando em um turno e meio. Em alguns casos, como a Arteb, em três. A Sogefi, por exemplo, passou a fazer todos os filtros de ar dos carros da General Motors que antes vinham da Polônia.

### **Como é administrar um sindicato de trabalhadores num período que divide recordes de produção com retração acentuada?**

É realmente um período difícil. A previsão era de 5 milhões de veículos, vieram catorze novas fábricas para o País. O ambiente de reversão veio em 2014, mas este ano está demais. Temos



um trabalho que se adapta na crise e na fatura. Em períodos como o atual, por exemplo, o absenteísmo cai. Os trabalhadores sabem que o sindicato, em momentos de crise, tem de ser uma ponte mais voltada para o emprego. O momento hoje é de proteção do emprego.

#### **O sindicato tem ações conjuntas com o governo?**

Estamos cobrando do governo medidas específicas para retomar a economia. Queremos que a presidente Dilma [Rousseff] diga se haverá acordo com as empreiteiras ou não, diga como ficarão as taxas de juros se a inflação cair... Enfim, que diga publicamente para o mercado o que vai acontecer.

Para quem é o remédio amargo? Quem vai pagar? O trabalhador já está com sabor amargo na boca. Os bancos estão segurando o crédito e o consumidor está com medo. Para onde vai o Brasil? O governo precisa responder.

#### **O senhor acredita em retomada em 2016?**

A idéia nossa ao cobrar uma posição do governo é justamente salvar 2016. Este ano o que dá para fazer é salvar os empregos via PPE. Onde não for possível adotar o PPE partimos para PPEs próprios, que se enquadrem à realidade da empresa. Mas temos de salvar 2016. O ano que vem não pode ser igual a este, pois só PPE não o sustenta. Se repetir 2015 será um

desastre. Para salvar 2016 tem que injetar algum investimento sobre 2015. Se tiver um movimento neste sentido neste último trimestre o empresariado pode sair da paralisia em que está.

#### **Como o senhor vê o ajuste fiscal em debate no momento?**

O ajuste fiscal é importante mas não se pode pensar só nisso. O ajuste fiscal não pode ser um fim em si mesmo. Se ficar discutindo só ele o País não anda. Nesta hora o governo tem de ser criativo. O Estado tem de ser mais eficiente, tem de ajustar suas contas e sinalizar com programas novos para o mercado.

#### **Qual o balanço do PPE na região?**

Já fechamos um com empresa de máquinas, um na área de aço, dois em autopeças, além daqueles com Mercedes-Benz, Volkswagen e Ford, o que em termos numéricos significará metade da base. Só as três montadoras empregam 26 mil trabalhadores.

#### **No caso da Mercedes-Benz os trabalhadores rejeitaram acordo proposto pela empresa e depois do PPE aceitaram os mesmos termos de antes. Por quê?**

Há diferenças. No que foi assinado tem abono de metade da inflação e o período de redução de salários baixou de doze para nove meses.

#### **O trabalhador ainda procura o sindicato?**

Tem muito gente sem a memória de nossa luta do passado, mas os mais

“ Para onde vai o Brasil? O governo precisa responder. O trabalhador já está com gosto amargo na boca. ”







“Somos a favor da livre negociação. Uma categoria forte, com um sindicato forte, tem condições de negociar livremente e chegar a um acordo.”

velhos incentivam a sindicalização internamente nas empresas. O destaque na greve da Volkswagen foram exatamente os jovens. E na comemoração que fizemos aqui no sindicato só tinha garoto.

### **Quantos trabalhadores a base do ABC perdeu?**

O saldo negativo é de cerca de 5 mil pessoas. Hoje somos 87 mil trabalhadores. É lógico que é ruim reduzir a base.

### **O desemprego afetou a todos da mesma forma?**

Quase metade dos que perderam o emprego está aposentada ou em vias de se aposentar. No caso dos que saíram de montadoras via PDV muito partiram para alguma atividade própria. O problema maior são os jovens. Não temos programas para eles. No geral o nível do trabalhador melhorou muito. Todos têm nível médio, ensino técnico e muitos são universitários.

### **Que recado o senhor daria para empresas e trabalhadores neste momento difícil?**

O principal recado neste momento é buscar em conjunto alternativas que evitem o desemprego. Nossa proposta, na verdade, é a livre negociação. Uma categoria forte, com um sindicato forte, tem condições de negociar livremente e de chegar a um acordo. Só que esse acordo precisa de reconhecimento jurídico. Temos de valorizar a relação de trabalho e a livre negociação. **AD**

**ESP® salva vidas.  
Até 80% menos  
acidentes por  
derrapagem.**



O Programa Eletrônico de Estabilidade (ESP®) evita a derrapagem: mantém seu veículo estável e reduz o risco de perda de controle da direção. Desenvolvido pela Bosch especialmente para veículos de passeio, o ESP® é considerado por especialistas como a maior invenção para a segurança veicular após o cinto de segurança. Tendo sua efetividade comprovada na redução de mortes e feridos em acidentes de trânsito, o ESP® tem se tornado equipamento padrão em veículos no mundo todo.

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

Saiba mais: [www.bosch.com.br](http://www.bosch.com.br)



**BOSCH**

Tecnologia para a vida

**Faça revisões em seu veículo regularmente**



# De volta ao país do futuro

O setor volta no tempo, mantém potencial, mas ninguém sabe com certeza quando virá a retomada

S Stéfani | stefani@autodata.com.br

**D**e maneira absolutamente inesperada e de forma um tanto quanto atabalhoada, as vendas de automóveis e comerciais leves, caminhões, ônibus e máquinas agrícolas despencaram neste 2015. Voltaram aos números que eram registrados na segunda metade da década passada.

A surpresa foi tão grande que ainda em meados de setembro a Anfavea preparava mais uma revisão das projeções de vendas e de produção, a segunda do ano, formalizada agora, no princípio de outubro. E novamente para baixo.

Com queda superior a 20% nas vendas de automóveis, por volta de 30% nos ônibus e acima de 40% em caminhões, o mercado brasileiro, que chegou a ser o quarto maior do mundo, caiu para a sétima posição nesse ranking.

Com tudo isso o Brasil, quem diria, ao menos no que diz respeito ao setor automotivo, retrocedeu a ponto de voltar aos tempos em que tinha que se



23  
22  
21  
20

19

18

17

16

contentar em exibir o título de País do futuro.

Roberto Cortes, presidente da MAN, garante que, como os fundamentos básicos do País permanecem os mesmos, não resta dúvida de que o futuro continua tão promissor quanto antes: “A questão é que, agora, não dá mais para saber em qual mês este futuro começará”.

Nem em qual mês e, a rigor, nem em qual ano. De fato, com o atraso na definição do ajuste fiscal do governo federal – tido como indispensável para o saneamento da economia – até meados de setembro, pelo menos, ainda não havia consenso nem mesmo sobre as projeções para os meses finais deste ano. Quanto mais para 2016.

“Está mais fácil, hoje, projetar 2020 do que o próximo ano”, definiu Cledorvino Belini, presidente da FCA.

De forma geral todos sabiam que este não seria um ano fácil. Mas todos esperavam que, depois de um primeiro trimestre negativo em função justamente do aguardado ajuste fiscal, viria um trimestre de equilíbrio e, na segunda metade do ano, o início da retomada. No fim das contas o resultado de 2015 representaria empate técnico com relação ao ano passado ou, na pior das hipóteses, queda de até 5%. Tudo muito administrável.

Seria, em síntese, um ano morno. Daquele tipo que Paulo Butori, presidente do Sindipeças, define como boi com abóbora, refeição sem grande sofisticação mas que, ao menos, sustenta. O que não estava no radar de qualquer empresa era que, neste ano, o primeiro do segundo mandato da presidente Dilma Rousseff, crise política de bom tamanho se somaria à econômica e tornaria muito difícil e demorada a definição dos termos do ajuste fiscal.

Do ponto de vista das expectativas o ponto de inflexão para baixo foi agosto. Havia certo consenso de que o resultado do oitavo mês seria positivo com relação ao anterior, abrindo as portas para que o segundo semestre fosse melhor do que o primeiro e reduzisse os elevados estoques das montadoras e dos concessionários.

“Como isto não aconteceu ficou evidente que, para este ano, restava apenas salvar o maior número possível de empregos”, comentou logo no início de setembro Rafael Marques, presidente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, antecipando que até o fim do

©iStockphoto.com/Oakozhan



“De forma geral, e apesar das incertezas, as projeções para 2016 não são exatamente desalentadoras

ano pretendia ter mais da metade da sua base já protegida por acordos envolvendo o PPE, o Programa de Proteção ao Emprego.

**SEM DESALENTO** — Mesmo em meio a tantas incertezas, todavia, as projeções para 2016 dos executivos das principais empresas do setor, ao contrário do que se poderia imaginar, não mostram desalento.

Em todos os segmentos — autos, caminhões, ônibus e máquinas agrícolas — é unânime a interpretação de que o setor não vive uma crise com o formato da letra L mas, sim, mais uma vez, uma fase em V.

Ou seja, não se trata de uma mudança definitiva para um patamar menor de mercado. Mas, sim, de um bate-volta, como tantas vezes já aconteceu nas décadas passadas. Belini contabiliza: “E sempre com um retorno para um patamar acima do anterior”.

Na área de caminhões, por exemplo, apesar da queda este ano para cerca de 75 mil unidades comercializadas o mercado brasileiro, afirma Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil, continua com potencial de 150 mil a 200 mil unidades por ano: “É só uma questão de tempo”.

Para o segmento de automóveis quem crava a aposta é Luiz Moan, presidente da Anfavea. Para ele a baixa relação automóvel por habitante fora dos grandes centros garante que o mercado brasileiro continue com potencial para chegar a 5 milhões de unidades vendidas por ano:

“Depois do resultado deste ano

pode até ser que demore dois a três anos a mais do que estávamos imaginando”, diz ele. “Mas não resta dúvida de que, em um ou dois anos, entraremos em fase de crescimento anual constante”.

E é justamente em razão da manutenção destas projeções de médio e longo prazos que, de forma geral, os investimentos estão preservados. Algumas montadoras, como a General Motors, chegaram até a dobrar a aposta, de R\$ 6,5 bilhões para R\$ 13 bilhões em cinco anos. E o anúncio foi feito em meados do primeiro semestre, quando o mercado já estava desabado. Vale a observação do presidente Santiago Chamorro: “Precisamos manter nossa capacidade de competição para quando este mercado retomar”.

Na verdade a manutenção dos investimentos tem razões bem concretas de ser. Com a capacidade de produção já adequada a um patamar mais elevado os investimentos que agora vêm pela frente são, em sua esmagadora maioria, voltados para aumento da qualidade e da produtividade das fábricas mais antigas e, sobretudo, para o desenvolvimento e lançamento de produtos.

É o ciclo típico do setor automotivo, mesmo num mercado tão difícil. Ford, General Motors, Honda, Hyundai, Renault e Toyota, todas com lançamentos relativamente recentes, aumentaram sua participação às custas, sobretudo, de Fiat e VW.

Pois bem. Fiat e VW são justamente as duas montadoras que têm mais lançamentos programados para os

São 23 anos de AutoData

# AutoData

Editora

A Delphi tem orgulho em fazer parte  
dessa história.

Parabéns, AutoData!  
Que os próximos anos tragam  
ainda mais sucesso.

**DELPHI**



próximos dois anos, o que vai inverter o processo e forçar, na sequência, a reação das demais. É como andar de bicicleta: quem parar de pedalar... cai.

**NACIONALIZAÇÃO** — Na área de autopeças o que garante a manutenção dos programas de investimento é a forte desvalorização do real frente ao dólar este ano, o que obriga às montadoras apressar ainda mais os programas de nacionalização que já encami-nhavam em razão do Inovar-Auto.

Trata-se, sem dúvida, de mais uma porta que se abre para as empresas de autopeças e componentes com fábricas instaladas no País, sobretudo as sistemistas. Porta aberta que ninguém quer entregar de mão beijada para os concorrentes.

Com relação especificamente ao curto prazo ninguém espera a rápida recuperação, em 2016 ou mesmo 2017, de todo o terreno perdido este ano. Mas, em compensação, há certo consenso de que é muito provável que o fundo do poço já tenha sido alcançado. Ou, pelo menos, que ele já esteja muito próximo.

A dúvida é colocada por Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford América do Sul: "As vendas no atacado ainda estão elevadas. E isto ainda pode ter reflexos negativos no futuro".

Em termos práticos, de qualquer forma, o que fica para o ano que vem, excetuando-se esta observação de Golfarb, é projeção de relativa estabilidade, com a média diária de vendas e de produção de veículos talvez

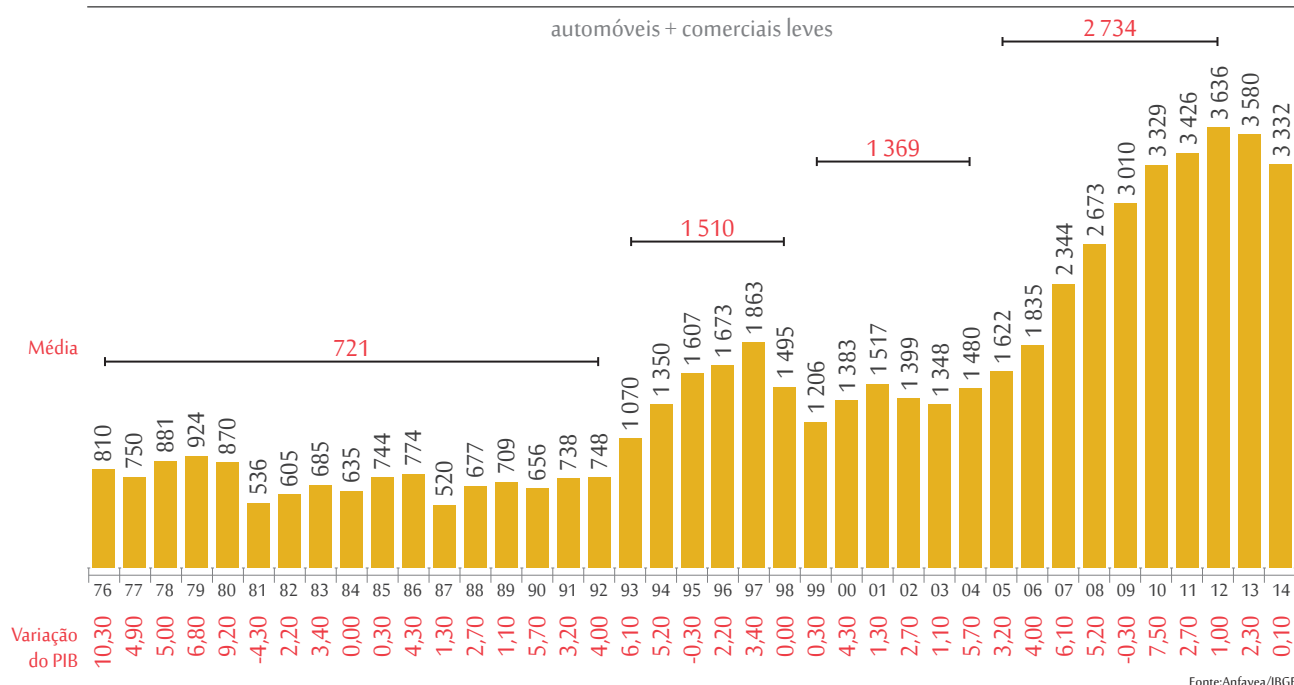
até apresentando algum crescimento frente a 2015, ao menos nos meses finais do ano.

Moan especifica que, antes da frustração de agosto, a projeção com a qual se trabalhava era de inflexão da curva, desta vez para cima, no segundo trimestre de 2016. Agora o que se espera é que isto aconteça no terceiro ou, eventualmente, até no quarto trimestre: "Mas é um movimento que, com certeza, acontecerá em algum momento do ano que vem."

Depois da total imprevisibilidade deste ano a projeção de certa estabilidade para 2016 não deixa de ser alentadora. Sobretudo com viés de alta, ainda que, talvez, apenas no segundo semestre.

Afinal, tal como define Chamorro, o

## Brasil: um mercado composto por ciclos.



mais difícil de administrar em 2015 foi a surpresa, a rapidez com que o quadro se deteriorou: “Quando voltamos das férias, em janeiro, o País era outro”.

Neste contexto 2016 tem boas possibilidades de ser, de fato, se não melhor pelo menos mais tranquilo do que este ano. Bem mais tranquilo.

Acontece que o inesperado retorno, em 2015, aos números do fim da década passada acabou forçando o setor a dar uma boa arrumada na casa. E não eram poucas as distorções que haviam sido acumuladas depois de anos e anos de crescimento constante.

No lado das montadoras o foco tinha sido fechado exclusivamente no mercado doméstico. Na esfera dos sistemistas e demais produtores de componentes quase toda a capacidade de produção estava voltada ao atendimento exatamente das montadoras.

**TRABALHO** — E mesmo os trabalhadores, apoiados na situação de pleno emprego, também eles tinham se acostumado a reajustes de salários bem acima da inflação, PRLs de vários salários e total estabilidade.

Este ano, forçados pelas circunstâncias, todos tiveram que começar a colocar ordem na casa. Inclusive os concessionários que, agora, já se atrevem até a pensar, de verdade, em oficinas multimarcas para atender grupos econômicos que hoje já formam a maioria do setor, em lugar das antigas empresas familiares, como avalia Alarico Assumpção Jr., presidente da Fenabrave.

Os fabricantes de componentes, de seu lado, já repartem, hoje, seu fatura-

mento por montadoras, mercado de reposição e exportações, o que lhes garantirá, já em 2015, fechar o ano com quedas de faturamento muito menores do que as das montadoras.

E também no que se refere às montadoras, apoiado no aumento da competitividade internacional gerada pela rápida e marcante desvalorização do real neste ano, o presidente da Anfa-vea não tem economizado viagens ao Exterior em busca de novos acordos de livre comércio fora das fronteiras do combalido Mercosul.

Moan já adianta, além disso, que, mesmo que as vendas se mantenham em torno de 10 mil unidades/dia, a produção cairá nos meses finais do ano. Objetivo: entrar em 2016 com estoque adequado ao novo mercado e, assim, sem tanta necessidade de recorrer às vendas no atacado e promoções.

Neste contexto, por mais duro e difícil que este ano esteja sendo — e ele está, de fato, muito duro e difícil —, as empresas do setor têm boas possibilidades de sair desta crise melhores, mais eficientes, mais equilibradas e provavelmente mais rentáveis.

Isto não anula, contudo, o alerta que vem de Marques, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC: “O ajuste fiscal não pode ser um fim em si mesmo”. O sindicalista lembra que os acordos de PPE que agora estão sendo fechados têm validade de até um ano. Sendo assim, ao menos no que diz respeito à manutenção dos empregos, em 2016 apenas empatar com este ano não será suficiente: “Algum crescimento será fundamental”.

AD

Não se trata de uma mudança definitiva para um patamar menor de mercado. Mas de um bate e volta como tantas vezes já aconteceu.





# Temporada sem sobressaltos

Representantes dos segmentos de caminhões e ônibus estimam que o pior da crise fica em 2015

Décio Costa | decio@autodata.com.br

**E**m recente workshop organizado pela AutoData Editora o vice-presidente da Anfavea e executivo da Mercedes-Benz, Luiz Carlos Moraes, tirou gargalhadas da plateia ao brincar que havia se preparado com calmante para sua apresentação a respeito do desempenho dos mercados de caminhões e ônibus.

Apesar do chiste os segmentos em questão devem realmente estar tirando o sono de muita gente. Tanto caminhões quanto ônibus vêm desde o ano passado em um declínio de vendas, encerrando aquele período com 11% de queda. Porém, nada comparado com o que se vê hoje.

No acumulado até agosto os negócios com veículos de carga caíram 43,5%, com 49,6 mil unidades vendidas contra 87,8 mil de um ano antes. Em ônibus, nos mesmos oito meses, o recuo chegou a 30%, com 12,5 mil

chassis, 5,3 mil unidades a menos do que em 2014.

São diversos os fatores que ocasionaram os significativos baques nos negócios. Como bem definiu o presidente da MAN Latin America, Roberto Cortes, “é a tempestade perfeita”. Segundo os principais dirigentes das fabricantes a deterioração do ambiente, claro, está relacionada ao desaquecimento da atividade econômica. Afinal, o desempenho do mercado de caminhões diz muito a respeito da saúde financeira de um país. Mas também passa pelas turbulências políticas, pela falta de confiança, pelas mudanças nas regras do Finame, as quais oneraram os juros praticados, como também pelo passado recente de crédito fácil e barato, o que rejuvenesceu a frota das empresas de transporte.

“Hoje todas as indústrias do segmento oferecem algum tipo de subsí-

# ESCOLHA PIRELLI E ASSUMA O CONTROLE.



• P ZERO™ SOFT



P ZERO™ MO •

**PNEUS DIFERENTES, A MESMA TECNOLOGIA.  
ESCOLHIDOS PELA FORMULA 1® E PELAS  
MELHORES MONTADORAS. SIGA O EXEMPLO DELAS.**



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE

The F1 FORMULA 1 logo, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trade marks of Formula One Licensing B.V., a Formula One Group Company. All rights reserved.



dio para o financiamento a fim de tentar preservar as condições de compra anteriores”, lembra Marco Borba, vice-presidente da Iveco. “Mas a situação econômica só piora, o que reduz o volume de carga transportada.”

O aprofundamento da crise do fim de 2014 para cá foi reduzindo o apetite do mercado e as projeções dos executivos da indústria. Ainda no início do ano a expectativa era de uma leve alta ou no mínimo estabilidade na comparação com o ano passado. Agora, como arriscou Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz, o mercado de caminhões deve alcançar 75 mil unidades, “se chegar,” e, em ônibus, de 17 mil a 18 mil, “o que é muito baixo”.

**OPORTUNIDADES** — O momento é delicado, sem dúvida, mas de maneira geral a percepção dos executivos da indústria de caminhões e ônibus é a de que o pior da crise deve ficar em 2015, levando para o ano que vem a expectativa de estabilidade, ainda que todos advirtam a enorme dificuldade de determinar uma projeção até mesmo no curto prazo. Os representantes falam em oportunidades nas exportações, em alguns nichos, como na mineração, e naturalmente no setor agrícola, que mais vez enxerga aumentos na produção e na área plantada.

Na análise de longo e médio prazos, no entanto, os dirigentes do segmento de caminhões ainda preservam a certeza de que o mercado está condenado a crescer, com potencial de 150 mil a 200 mil unidades anuais. A estimativa está baseada nas tão malfadadas ca-

“ Sem tarifas realistas, que equilibrem as contas do empresário, não tem banco que

empreste  
Luís Carlos Pimenta



rências da infraestrutura brasileira, na volta da economia ao crescimento, na antiga reivindicação da área por uma política de renovação de frota.

“É uma equação complicada de se resolver porque não envolve apenas a indústria”, admite Borba, da Iveco. “Precisamos continuar insistindo na questão porque a renovação é boa para todos. Cedo ou tarde o processo vai acabar engrenando.”

A estabilidade com relação a este ano também é a estimativa do pessoal dedicado ao segmento de chassi para ônibus, ou seja, na casa das 17 mil unidades, apesar de algumas janelas de oportunidades no mercado doméstico, como editais para operação de transporte público em grandes cidades, São Paulo incluída, e as novas regulamentações nas rotas interestaduais e internacionais, além das eleições municipais.

“Os processos já deveriam estar em andamento, mas tudo está parado”, afirma Luís Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America. “Enquanto o processo regulatório não anda, ninguém compra.”

Pimenta, no entanto, faz outra avaliação a respeito do segmento e acredita que os problemas enfrentados pelas fabricantes de chassi são maiores do que os resultantes da crise econômica atual. O executivo coloca na conta a defasagem nas tarifas ou falta de reajuste delas: “Mesmo com cenário em boas condições as compras não aconteceriam. Sem tarifas realistas, que equilibrem as contas do empresário, não há banco que empreste”. **AD**

## Mercado Livre de Energia.

Muito além de economia: a Prime Energy  
têm soluções customizadas em energia.



Economia  
garantida



Compra e venda  
de energia



Inteligência  
de mercado



Consultoria para clientes  
livres e cativos



Gestão estratégica no  
Mercado Livre de Energia



A Prime Energy é especializada em redução de custos com energia. Autorizada pela ANEEL, atua de forma ativa e eficaz, sempre antecipando tendências de mercado para trazer oportunidades que maximizem resultados e garantam o menor custo R\$/kWh.

**Fale conosco e descubra tudo que podemos fazer pela sua empresa.**

(11) 4564 4600  
contato@primeenergy.com.br  
www.primeenergy.com.br



PRIME ENERGY



# Entregue a pá e deixe de cavar

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Para os representantes das fábricas de motores independentes o ano deve ser semelhante a 2015, com viés de baixa

O desaquecimento generalizado das atividades econômicas no País não deixa ninguém impune. As empresas fabricantes de motores independentes, fundamentais como fornecedores da cadeia automotiva, também sofrem com os impactos negativos resultantes do acentuado recuo nos negócios de caminhões, ônibus e máquinas.

Em uníssono com todos os outros segmentos do setor, são frágeis os componentes delineados no horizonte capazes de promover uma recuperação, seja neste ou no próximo ano.

“O mercado de motores a diesel acumula dois anos de queda nas vendas”, recorda Thomas Püschel, diretor de vendas e marketing da MWM Motores. “Não se recupera quedas de 15%, 20% de um ano para o outro.”

Luís Pasquotto, presidente da Cummins América do Sul e vice-presidente da Cummins Inc., lembra que ainda no último trimestre do ano passado os representantes de todos os segmentos do setor automotivo enxergavam um período difícil pela frente, porém com um viés de melhora no segundo semestre: “Do ponto de vista do pla-

nejamento, a indústria errou feio. No fim de 2014 o ambiente acenava um cenário semelhante para 2015, mas a queda foi muito mais dramática do que se imaginava”.

Peculiares no setor automotivo, as fabricantes de motores sentem as atuais influências negativas por diversas frentes, da tão propalada falta de confiança de consumidores e investidores aos escândalos de corrupção que envolvem governos e empreiteiras. Nas fábricas, nas estradas, no campo e nas obras as baixas nas atividades reduzem a demanda de motores e fecham as portas para as compras.

“Com a ociosidade no transporte de carga muitos transportadores fazem dos caminhões parados prateleira de peças para manutenção de suas frotas”, exemplifica Püschel. “Diante de tantas incertezas as empresas revêem suas prioridades para os investimentos ou mesmo os adiam na espera por um ambiente melhor. Hoje o cliente está cancelando o pedido em período firme, quando deveríamos estar entregando. Isso revela tanto a falta de mercado quanto também mostra que as empresas estão, de fato, se adequando

“Com a ociosidade registrada hoje em dia muitos transportadores fazem dos caminhões parados prateleira de peças para a manutenção de suas frotas

Thomas Püschel



Divulgação/MWM

para chegar no ano que vem com estoques mais baixos.”

Na prática a visão para planejar é curta, fazendo com que o início da recuperação se afaste cada vez mais.

“A tendência é de retomada de longo prazo”, diz Marcos Rangel, presidente da FPT para a América Latina. “São muitos os segmentos afetados: o mercado automotivo, o agrícola, que embora ainda registre resultados positivos sofre com o crédito mais restrito e a falta de confiança, e o da construção, que praticamente parou no País.”

Os dirigentes estimam queda em suas produções de motores de 20% a 30% em 2015. No ano passado a MWM produziu cerca de 100 mil motores, volume que já representava recuo de 20% diante de 2013. A FPT, por exemplo, espera produzir por volta de 45 mil motores, 23% menos do que no ano passado, e a Cummins projeta algo em torno de 23 mil unidades, retração de 45%. Rangel resume: “O mercado geral na América Latina deve chegar a 200 mil unidades, queda na mesma proporção do mercado interno”.

**EXPORTAÇÕES** — Apesar do declínio, os representantes das fabricantes de motores apontam alguns alívios que preservam os negócios e algum ritmo nas fábricas. As exportações, por exemplo, aparecem mais do que nunca como prioritárias. A MWM é exportadora tradicional e, segundo Püschel, as remessas da companhia devem crescer 30% este ano, alavancadas por mercados como México e Egito. Para este último a companhia acaba de re-



Divulgação/FPT

“A tendência é de retomada de longo prazo

Marcos Rangel

”



“Vivemos hoje a continuação da crise de 2008, que não foi bem resolvida por aqui

Luís Pasquotto



novar contrato com a Egypt Power por mais cinco anos. Os envios deverão somar 2,5 mil unidades anuais até lá, mas somente em 2015 serão 4,5 mil, 20% a mais que no no passado.

Também Cummins e FPT se preparam para fortalecer seus negócios com os mercados externos. Rangel enxerga crescimentos em países como Argentina, Peru e Chile e em segmentos como marítimo, de geração de energia e nichos, como o de motores a gás para o transporte urbano de passageiros, enquanto a Cummins já colhe crescimento de 10% com a exportação de peças e serviços, áreas nas quais a MWM também espera obter alta de 17%.

Pasquotto ressalva que as exportações não começam de uma hora para outra e exigem investimentos na adequação de motores às características de mercado: “Quando não requer engenharia, apenas a conta do câmbio paga. Mas nem sempre é assim”.

Frustrante para alguns e oportuno para outros é o desempenho do segmento de geração de energia. Os dirigentes das empresas depositavam esperanças na área diante da expectativa da produção de energia ser menor do que a demanda. Com o encolhimento da economia, no entanto, o parque instalado se mostra suficiente, resume Pasquotto: “Houve algum crescimento no primeiro semestre, mas pontual. Nem aí esperamos melhora”.

Na FPT, porém, os negócios com geração de energia foram mais animadores, embora Rangel também lembre que o segmento desaqueceu do começo do ano para cá.

“Ainda assim devemos crescer 24%, para cerca de 12 mil unidades.”

Uma janela de oportunidade certa no radar das fabricantes de motores é a introdução da legislação ambiental para máquinas agrícolas e de construção, o MAR 1, que promete aumento de participação nos negócios das companhias com as entregas no período de 2016/2017. Ainda não se sabe com que velocidade nem mesmo os volumes demandados, mas não há dúvidas do movimento que se iniciará. De acordo com o presidente da Cummins, que aposta em substituição de produtos hoje importados, “o mercado está retraído e não sabemos quantas encomendas surgirão”.

Os representantes das fábricas de motores também são unânimes: a recuperação não está no horizonte de 2016. Segundo eles em hipótese otimista o ano que vem será estável com relação a 2015, com risco de piorar: “Enquanto não se resolver a crise política a economia não vai andar”, pontua Pasquotto. “Vivemos hoje a continuação da crise de 2008, que não foi bem resolvida por aqui”.

Nenhum dos três arrisca qualquer projeção e todos preferem manter uma atitude cautelosa para “não gerar falsas expectativas”, como assinala Püschel, da MWM, ou para “não repetir o que aconteceu este ano, errando feio”, como se defende Pasquotto. Rangel, da FPT, no entanto, acrescenta um conselho, sem deixar de ser, na verdade, um desejo para que o Brasil volte a crescer: “Que entreguem a pá e deixem de cavar”.

AD

# Você sabe quem são e onde estão seus clientes?



Silvio, 45 anos, Três Corações/MG  
Caminhão **Volkswagen** 15-190 E Constellation (2009)  
Compra pneus **Firestone** e óleo **Alumax**  
Abastece preferencialmente em postos **Shell**  
Está agora na Rod. Presidente Dutra Km 220



Edson, 51 anos, Londrina/PR  
Caminhão **Mercedes Benz** Atego 2425 (2011)  
Compra pneus **Pirelli** e óleos **Mobil**  
Abastece preferencialmente em postos **Ipiranga**  
Está agora na Avenida Marechal Tito, 7499 - São Paulo



## Nós sabemos!

Enquanto caminhoneiros autônomos rodam pelo Brasil transportando cargas fechadas pelo aplicativo 'TruckPad', eles fornecem **dados sobre seu caminhão, preferências de consumo, comportamento de compra, marcas preferidas e localização em tempo real**. Estas valiosas informações agora estão ao alcance dos fornecedores do setor de transportes através do nosso serviço de inteligência de mercado chamado 'RoadDrivers'.

Saiba como se relacionar de uma forma **precisa e inteligente** com o seu cliente. Fale com a gente!



*Inteligência de Mercado trazida até você pelo*



[www.ROADDRIVERS.com.br](http://www.ROADDRIVERS.com.br)

[contato@roaddrivers.com.br](mailto:contato@roaddrivers.com.br)

[www.TRUCKPAD.com.br](http://www.TRUCKPAD.com.br)



**E**m todos os imbróglis das condições econômicas de hoje no País, a falta de confiança não explica tudo, mas mostra de maneira educativa o estrago que provoca. Segundo dados da Conab, Companhia Nacional de Abastecimento, divulgados em setembro, a safra agrícola 2014/2015 cresceu 8,2%, para 209,5 milhões de toneladas, 15,9 milhões de toneladas a mais do que a colheita anterior. Acompanhou também o crescimento produtivo a área plantada, em 1,7%, para 58 milhões de hectares.

Com o retrato farto do campo era de se esperar um desempenho semelhante para as fabricantes de máquinas agrícolas e de construção, afinal, para atender demandas maiores de produção e de terra plantada, seria coerente ter mais tratores. Mas não, as vendas do segmento caíram 28,3% no acumulado até agosto, com 32,9 mil unidades, e a produção 25%, para 40,6 mil, de acordo com a Anfavea.

“O cenário macroeconômico debilitado certamente tira a confiança do investidor”, diz o diretor de desenvolvimento do portfólio de produtos da CNH Industrial para América Latina, Rafael Miotto. “Também os juros estão mais caros e os bancos mais restritivos. O BNDES diz que tudo está uma maravilha, mas o nosso cliente reclama das dificuldades em obter o crédito.”

As mesmas justificativas para desenharem o desempenho de máquinas em 2015 são compartilhadas por Bernhard Kiep, vice-presidente de marketing, pós-venda, gestão de produtos e desenvolvimento de concessionárias

# Campo farto, venda fraca

A crise política-econômica até justifica a queda no mercado de máquinas de construção, mas não conta tudo a respeito no segmento agrícola

Décio Costa | [decio@autodata.com.br](mailto:decio@autodata.com.br)

AGCO para a América Latina, que menciona ainda outros impedimentos: “Mundialmente os preços das commodities caíram, reduzindo a rentabilidade do agricultor. Sem contar os problemas políticos e o excesso de pessimismo no País. Alguns pararam para ver o que ia acontecer e daí todo mundo parou. Agora precisa alguém correr para todos correrem atrás. Dentro dessa confusão toda até que os números atuais não são tão ruins”.

Kiep lembra que há dois anos o mercado surpreendeu, com vendas além do esperado, o que naturalmente reduziu o volume em 2014.

“Este ano tem sido muito aquém do que imaginávamos. Mas um mercado de 40 mil tratores ainda é forte.”

Pelas contas de Kiep a AGCO está em queda de 25% na região, um pouco abaixo da média de retração no segmento, de 27%: “O maior problema é o Brasil, com recuo nas vendas de 32%. O índice é negativo em 5% na Argentina e em 11% no restante da região”.

O executivo da CNH Industrial prefere não revelar os números da empresa, mas adianta estimativa de que as vendas internas de máquinas agrícolas devem encerrar o ano com queda de 20% a 25%: “Embora o volume de produção no campo registre recorde, com a produtividade crescendo e a área aumentando, o agricultor não se animou em comprar. Também vale lembrar que a sua rentabilidade caiu um pouco em virtude do novo patamar do câmbio e, consequentemente, o aumento nos custos. Toda a cadeia de agroquímicos é baseada em dólar”.

Mas se existe algo de positivo para os segmentos de máquinas agrícolas e de construção destacarem no atual cenário é a desvalorização do real. O nível do câmbio de hoje favorece as exportações, promovendo uma competitividade antes inexistente. Até agosto, por exemplo, os volumes de remessas da AGCO cresceram 15% e com projeção de expansão para o ano que vem:

“ O cenário macroeconômico debilitado certamente tira a confiança do investidor. É compreensível.

Rafael Miotto



Divulgação/CNH

“ Alguns pararam para ver o que ia acontecer. Daí todos pararam. Agora alguém precisa correr para todos irem atrás.

Bernhard Kiep



Divulgação/AGCO

“Temos condições, hoje, de brigar com nossas fábricas dos Estados Unidos, Europa e Ásia”, revela Kiep. “Agora podemos vender para mercados que antes não tínhamos condições. Estamos ampliando negócios no México e na África e não descartamos exportar até para alguns mercados asiáticos”.

**CONSTRUÇÃO** — A mesma saída estratégica serve para o segmento de máquinas de construção. De acordo com Afrânio Chueire, presidente da Volvo CE, as exportações da empresa participam, em média, com 38% nas vendas, mas este ano a fatia deve chegar a 50%: “Há atividades econômicas vinculadas às exportações que não estão tão ruins. Mineração, ouro, mármore, granito, papel e celulose e mesmo o mercado agrícola se mostram importantes para buscar certo equilíbrio no negócio”.

O vice-presidente da Case Construction Equipment para a América Latina, Roque Reis, também contabiliza resultados positivos nas remessas de máquinas. A expectativa é dobrar os envios até o fim do ano com a soma das marcas Case e New Holland, empresas da CNH Industrial, para quatrocentas unidades e novamente dobrar os embarques no ano que vem: “Além da América Latina enxergamos oportunidades também em Cuba, devido à abertura recente, Índia e Oriente Médio. Mas também a Argentina deve melhorar com o novo governo”.

Ambos os representantes das fabricantes de máquinas de construção, no entanto, se mostram preocupados



com o mercado interno. Os dois concordam com queda de vendas de 40% a 50%, volumes em torno de 11 mil a 13 mil unidades. Os executivos ressaltam, no entanto, que ao contrário de 2014 este ano não houve entregas para as licitações do MDA, Ministério do Desenvolvimento Agrário, um volume extra que influenciou o desempenho de máquinas durante dois anos: “As encomendas do MDA foram importantes e fizeram parte do mercado”, diz Chueire. “Mas se tirarmos esse volume a queda cai para 38%”.

Para o ano que vem, tanto os executivos do segmento de máquinas agrícolas, como Miotto, quanto os de construção apostam na continuidade das dificuldades de 2015: “O cenário deve ser o mesmo do atual, apesar de acreditar que o nível de confiança se estabilize para poder voltar a crescer”.

Kiep pontua que o que tiver que piorar ainda será neste ano, e que um fato novo precisa ocorrer na área econômica para poder crescer: “Nem queremos nada de extraordinário. Se o governo executar o que já tem, como o Mais Alimento, as coisas podem começar a melhorar”.

Diante de um País com as obras de infraestrutura praticamente paradas devido aos escândalos de corrupção envolvendo empreiteiras, o pessoal de máquinas de construção ainda terá de planejar o ano que vem sem tanta influência do mercado interno: “A recuperação sem dúvida virá, mas ainda levará dois ou três anos”, admite Chueire. “E quando o mercado voltar a retomada será rápida”. **AD**



Divulgação/Volvo CE



Divulgação/Case Construction

“A recuperação virá sem dúvida, mas ainda levará dois ou três anos. E quando o mercado voltar a retomada será rápida.”

Afrânio Chueire

“Além da América Latina vemos oportunidade também na Índia, no Oriente Médio e na recente abertura em Cuba”

Roque Reis

Um caminhão feito  
para agradar **motoristas,**  
**frotistas e economistas.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



master  comunicação

**I-Shift**



O novo Volvo VM é um caminhão econômico, confortável, resistente, com baixo custo operacional e sempre disponível para o trabalho. E, agora, o semipesado da Volvo vem com a caixa de câmbio I-Shift, que faz trocas de marcha rápidas e precisas, garantindo o baixo consumo de combustível e evitando o desgaste de peças. Disponível também nas versões 8x2 e 8x4 de fábrica.

**Novo Volvo VM I-Shift. É assim que todo caminhão deveria ser.**

**NOVO VOLVO VM**

Volvo Caminhões. Acelerando o Futuro







Simão Salomão

“ Fizemos a lição de casa, criamos novas fontes de negócios e estamos preparados para quando a retomada vier.

Besalíel Botelho

# O lado bom

A desvalorização do real trouxe oportunidades para as autopeças em exportação e nacionalização

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

Que 2015 está sendo um ano extremamente difícil ninguém tem dúvida. Mas como é comum se ouvir no meio empresarial toda crise tem um lado bom. No caso das autopeças a desvalorização do real favoreceu não só novos negócios externos como também a localização de peças antes importadas. Outro dado positivo é o aquecimento do mercado de reposição, também em parte por causa da crise que leva o consumidor a adiar a troca do carro e com isso investir na manutenção do seu usado.

O que fica claro na conversa com executivos de empresas sistemistas e de autopeças em geral é que todos aproveitaram a crise para fazer a lição de casa, investiram em novas fontes de negócios, reduziram custos e enceraram o ano com as operações ajustadas à nova realidade. Mais do que isso “preparados para a retomada quando ela ocorrer”, como diz Besalíel Botelho, presidente da Bosch América Latina:

“O lado bom desta crise, sem dúvida, é o surgimento de novas oportunidades. A moeda depreciada traz algumas vantagens tanto em exportações como também nos negócios OEM.

Com o real depreciado os clientes passarão a comprar mais internamente, inclusive da Bosch, ao invés de importar o componente”.

Destacando que a empresa não faz nada pensando só no curto prazo, Botelho lembra que a Bosch vem investindo prioritariamente em nacionalização e tecnologia: “Antecipamos o mercado e trazemos tecnologias com potencial de uso aqui, apostando na localização gradual de peças hoje importadas”.

Já como parte desse movimento das montadoras de ampliar a localização de peças, os negócios OEM da Bosch caíram em índice inferior ao da queda no mercado: “Nosso decréscimo nessa área nos primeiros sete meses do ano foi de 9%, metade do que as vendas de veículos caíram até julho. Isso foi possível graças à conquista de novos negócios e à expansão de vendas em itens específicos, como ABS e ESP”.

Em reposição e exportação a empresa registra desempenhos positivos este ano. As vendas externas cresceram 20%, devido a negócios principalmente com os Estados Unidos e a China, atingindo participação de 27%

no faturamento total da região. Esse índice era inferior a 20% em 2013 e chegou a 22% no ano passado.

Com relação a 2016 Botelho avalia que será mais um ano de recessão, com alguma possibilidade de retomada só no segundo semestre: “Desde 2011 tenho procurado manter o otimismo, porém, neste momento ainda não vejo sinais de recuperação. Na minha visão não atingimos o ápice da crise”.

Para o Brasil retomar o crescimento, na sua avaliação, é preciso voltar o crédito, a inflação ficar em 6%, os juros terem de novo tendência de baixa e, principalmente, estabilidade política e econômica: “A prioridade é a estabilidade política”.

Botelho acredita que o mercado de automóveis e comerciais leves em 2016 deve repetir os números de 2015, com um novo perfil do mercado, “pois as três grandes não se recuperam mais e há mais novos players que ocuparão mais espaço”.

Para adequar produção à demanda a empresa adotou todas as medidas cabíveis com relação à mão de obra, mas mesmo assim teve de demitir, “e hoje o quadro está ajustado”.

Para Botelho o Brasil continua sendo o País do futuro: “A situação é momentânea, só não sabemos quando vai acabar. Fizemos a lição de casa, criamos novas fontes de negócios e estamos preparados para a retomada quando ela ocorrer”.

**NOVAS FRENTES** — Também o Grupo Continental garante estar com as operações ajustadas ao novo patamar

do mercado, assim como revela planos para aumentar sua exportação a partir de novos contatos em andamento.

“Este ano tivemos aumento das exportações indiretas, aquelas feitas pelas montadoras com componentes nossos”, informa Frédéric Sebbagh, presidente para as operações do Brasil e Argentina do Grupo Continental. “Mas com o câmbio atual estamos fazendo vários estudos para exportar para Europa e o Nafta. Temos operações em 53 países e vamos buscar novas oportunidades externas.”

Devido à compra do Grupo Veyace pela divisão Conti Thec da Continental no início deste ano, a empresa repetirá em 2015 o desempenho de 2014: “Essa aquisição foi um evento mundialmente significativo para o nosso grupo e na região como um todo. Vamos empatar este ano”.

Também a Continental terá, em 2015, queda nas vendas OEM abaixo da retração média do mercado:

“Tivemos redução em algumas operações, mas não em todas, e abrimos algumas frentes internas que geraram novas receitas”.

A empresa tem resultado positivo na divisão de pneus, com ganhos de market share no País, e a Conti Tech também teve sua atuação no mercado de reposição ampliada graças à compra da Veyace.

Com relação a 2016 o executivo conta que a empresa trabalha com os indicadores macroeconômicos das instituições financeiras e dos conselheiros do Sindipeças. No que diz respeito ao mercado interno de veículos

“Tivemos redução em algumas operações, mas não em outras, e abrimos algumas frentes internas que geraram novas receitas”

Frédéric Sebbagh



Divulgação/Continental





Divulgação/Zen

“Planejamos crescimento de 10% a 15% na receita de 2016, impulsionado principalmente pelas exportações

Gilberto Heinzmann

o presidente do Grupo Continental aposta em estabilidade ou ligeira queda: “O primeiro semestre deve repetir o segundo semestre deste ano e eventualmente depois melhorar. Mas não dá para crescer. Esperamos retomada em 2017, mas lenta”.

Já o Grupo Continental, em particular, terá um 2016 melhor do que 2015. É que o Grupo Veyance atua em setores industriais, como mineração e petróleo, o que contribuirá para o crescimento da companhia na região. De acordo com Sebbagh também deverá haver continuidade de expansão na linha de pneus, além da perspectiva de crescimento nas exportações.

**MEIO A MEIO** — A diversificação das operações da Zen, fabricante de autopeças de Brusque, SC, aliada ao extenso portfólio de produtos, mostra-se como um abrigo contra os ventos e as trovoadas que hoje castigam o mercado. De acordo com Gilberto Heinzmann, presidente da companhia, exportações e mercado interno representam, em média, 50% do faturamento, sendo o doméstico também fracionado pela metade, 50% vindo da reposição e o restante da operação OEM, “um equilíbrio histórico da empresa que ajuda muito”.

Atualmente, no entanto, em virtude da situação econômica, a empresa tem encontrado boas saídas nas exportações: “O mercado internacional está favorecido pelo novo patamar do câmbio, melhorando nossa competitividade. Em alguns momentos nossas remessas chegam a proporcionar 70%

da receita. Apesar da situação difícil e uma expectativa de queda de 10% no faturamento com relação a 2014 temos conseguido cumprir nossas metas”.

Heinzmann conta que custou muito à empresa preservar as exportações em anos nos quais o mercado externo não se mostrava rentável: “Sabemos que tomamos a decisão certa em não abandonar o mercado internacional, mesmo porque para retomar negócios lá fora depois é muito difícil”.

Embora os negócios além das fronteiras tornem menos intensas as perdas, o presidente da Zen lamenta a deterioração do mercado interno e a escalada dos custos. Ele lembra tanto os valores das matérias-primas quanto os custos de produção, da mão de obra à energia elétrica: “Infelizmente temos o custo Brasil bastante elevado. E a situação atual está muito pior do que havíamos imaginado. Muitas das novas plataformas planejadas estão sendo postergadas ou encaminhadas de maneira tímida”.

De acordo com Heinzmann mesmo a reposição, que poderia compensar parte da queda na produção de veículos novos, sente os efeitos do ambiente econômico turbulento: “A crise não deixa nenhuma área impune. Os juros estão altos, a redução de estoque no distribuidor é prioridade e muitos deles estão inadimplentes”.

O dirigente da Zen está alinhado com as projeções da Anfavea, de queda de 20,6% nas vendas de veículos em 2015, e não enxerga melhorias para 2016: “Há um risco de agrava-



*A marca mais  
vendida e mais  
lembrada do  
mercado brasileiro.*

*O mais avançado  
centro tecnológico  
da América Latina.*

*Mais de 250  
amortecedores  
vendidos por  
minuto no mundo.*

*Presença nas  
principais  
montadoras.*



LIGHT

*Amortecedores Cofap. Tecnologias inspiradas na  
mais avançada e eficiente máquina que existe.*



Faça revisões em seu veículo regularmente.



Faz parte da sua vida.



“  
Estamos  
investindo forte  
em modernização  
de maquinário  
para aumentar a  
produtividade

Edson Miyazaki



Divulgação/NGK

mento político que pode deteriorar ainda mais a economia. A oportunidade é o mercado externo, que pode surpreender e melhorar a produção”.

Apesar do horizonte nebuloso para fazer estimativas — suas avaliações são baseadas no relatório Focus, do Banco Central —, o presidente da Zen tem planejado crescimento de 10% a 15% no faturamento da empresa em 2016, impulsionado pelas exportações.

**REPOSIÇÃO EM ALTA** — A NGK amarga queda de 20% nos negócios OEM este ano, em linha, portanto, com o mercado interno de veículos novos. Mas cresce 3,5% na área de reposição e trabalha para ampliar vendas em alguns mercados externos, como Colômbia, Peru e Chile. Como as entregas para as montadoras têm participação de menos de 20% no seu volume físico — as exportações respondem por 35% e o restante é aftermarket — a redução no faturamento ficará em 5% a 10%.

Édson Miyazaki, diretor comercial da NGK do Brasil, diz que o câmbio atual também favorece o faturamento final, destacando ainda que a empresa conseguiu se ajustar ao novo patamar deste ano sem grandes traumas:

“Fizemos atividades de treinamento de pessoal em períodos ociosos e conseguimos praticamente manter nosso quadro. Além disso estamos investindo em modernização de maquinário para aumentar a produtividade. Vai chegar o momento em que seremos competitivos em nível internacional”.

Além de exportar para países da América Sul, principalmente Argenti-

na, que este ano enfrenta problemas, a NGK tem negócios intercompany, vendendo para a matriz no Japão e via triangulação para a Nigéria: “A alta do dólar favorece as exportações, mas temos importação de matéria-prima, o que encarece nossos custos. O bom é que hoje temos equilíbrio das exportações com as importações”.

Com relação à economia brasileira, Miyazaki avalia que o maior problema no momento é a imprevisibilidade provocada principalmente pela crise política. Ele não acredita em retomada do setor no ano que vem: “Em 2017 deveremos voltar a 2013. O Brasil sem dúvida tem potencial. Nós estamos trabalhando para não nos atermos muito aos problemas do momento, de olho em 2020-2025”.

Em setembro a empresa inaugurou um novo prédio em Mogi das Cruzes, SP, onde passou a centralizar todas as suas operações logísticas. Com ele a empresa duplica sua capacidade operacional de armazenagem e entrega. A ampliação é parte do plano de investimento da NGK no País, que tem como meta expandir sua capacidade anual para 100 milhões de velas até 2020.

Apesar de apostar no potencial do mercado brasileiro Miyazaki avalia que no curto prazo as coisas por aqui ainda podem piorar. O PIB, na sua avaliação, continuará em queda em 2016 e há risco de a inflação subir.

**PESADOS** — Com forte atuação no segmento de veículos pesados, a Meritor encerrará este ano com as vendas para o mercado de reposição respon-



Divulgação/Meritor

“As empresas agora estão resgatando o processo de desenvolvimento interno de componentes para aumentar o conteúdo local”

Luís Marques

dendo por 20% do seu faturamento e as exportações 8%. De acordo com Luís Marques, gerente de marketing e vendas da Meritor, a grande perda será no mercado de vendas OEM, com queda de 45%: “O crescimento de outros mercados foi orgânico, não compensando essa perda de produção destinada às fabricantes de veículos”.

Ele estima que este ano a produção de caminhões, aqui, baixe para 75 mil e a de ônibus para 27 mil. Sobre a retomada da economia Marques diz que pela avaliação do mercado financeiro, 2016 ainda será um ano de ajuste, ou seja, melhorias só a partir de 2017.

“O mercado de veículos comerciais ainda apresentará um cenário recessivo no primeiro semestre de 2016, com possibilidade de pequena retomada no segundo semestre.”

No que diz respeito ao câmbio Marques lembra que a desvalorização de mais de 60% do real nos últimos doze meses refletiu severamente na política de suprimentos de toda a indústria automobilística: “As empresas agora estão se voltando para resgatar o desenvolvimento local de componentes, com o objetivo de aumentar o fornecimento de conteúdo nacionalizado. O grande desafio é retomar a produção local em um ambiente de alta instabilidade e pouco investimento”.

De qualquer forma, o foco da Meritor, agora, será o desenvolvimento de fornecedores internos: “Para o ano que vem temos o lançamento de novas plataformas de produtos, agregando tecnologia e diminuição de custos de operação”.

AD

## TMA. SERVIÇOS E SOLUÇÕES PARA CÂMARAS CLIMÁTICAS NACIONAIS E IMPORTADAS.



Nós da TMA temos como objetivo, suprir o mercado com a mais completa gama de serviços e soluções em equipamentos climáticos/térmicos e automação. Criar soluções customizadas, baseando-se na satisfação total do cliente, focada em agilidade e qualidade para atender as mais diversas necessidades. Com profissionais capacitados e experientes, atendemos em todo território nacional e temos como pontos diferenciados:

- ✓ Qualidade de nossos serviços (garantia pode chegar até 03 anos)
- ✓ Custos competitivos
- ✓ Pronto atendimento (amplo estoque de peças)
- ✓ Não cobramos taxas para visitas técnicas
- ✓ Para alguns casos temos equipamentos reservas



Fornecemos soluções dimensionadas conforme as necessidades de nossos clientes. Executamos manutenção preventiva, manutenção corretiva, reformas para revitalização e ou reformas para adequação de novas normas e produtos, para os equipamentos mencionados abaixo:

- ✓ Estufas e fornos
- ✓ Câmaras climáticas e térmicas (Walk-in, choque térmico, com teste a vácuo, acopladas ao banco de vibração)
- ✓ Equipamentos para corrosão acelerada (nevoa salina, simulação em lama + pó e simulação de chuva + jato d'água)
- ✓ Painéis elétricos, CLPs e sistemas de controle, de supervisão e monitoração



**TMA Soluções Climáticas & Automação Ltda.**  
tecnico@tmasolucoes.com.br  
www.tmasolucoes.com.br



**Estamos aqui para pedir o seu voto.  
Mas para não sermos injustos com  
os concorrentes, não vamos falar da  
inovação, design e potência da Audi.**



**Vote na Audi no prêmio AutoData 2015.**

**Categorias indicadas:**

- ▶ Montadora de Automóveis e Comerciais Leves
- ▶ Melhor Veículo Importado da categoria com A3 Sedan
- ▶ Personalidade do Ano - Jörg Hofmann





Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Audi  
Vorsprung durch Technik



**S**e a indústria automotiva brasileira até agora não caminhou nem mesmo dentro da pior previsão dos executivos do setor, o transcorrer deste último trimestre igualmente não deixará saudades. Esta já era a percepção de Luiz Moan, presidente da Anfavea, na primeira quinzena de setembro, dias após ter constatado que agosto — até então imaginado por ele como provável mês em que a economia e o setor começariam a esboçar alguma reação após a conclusão do ajuste fiscal — de fato apenas agravou os números debilitados do ano.

“Todos sabíamos que 2015 seria um ano difícil, mas não nessa profundidade nem com essa rapidez de deterioração em função de uma crise política sem precedentes, que minou o núcleo de confiança do investidor, de um lado, e do consumidor, de outro.”

Moan, como boa parte do setor, imaginava que ajustes na economia eram mais do que necessários e que, pela premência, deveriam estar concluídos até fim de junho. Deveriam.

“Mas vêm sendo adiados, o que tem gerado mais desconfiança do consumidor, derrubando assim ainda mais as vendas e, como consequência, deixando os objetivos dos ajustes ainda mais distantes.”

Com esse quadro, diz o presidente da Anfavea, traçar um cenário para 2016 “é quase impossível”. Em um exercício rápido, contudo, diz que uma eventual retomada mais significativa do setor poderia se dar somente no último trimestre do ano que vem, caso — e ele faz questão de enfatizar isso — to-



Divulgação/Agência Brasil

# Dedos cruzados

Presidente da Anfavea diz que setor só exibirá alguma reação no fim de 2016 caso o ajuste fiscal seja concluído, e bem, necessariamente este ano

George Guimarães | [gguimaraes@autodata.com.br](mailto:gguimaraes@autodata.com.br)

dos os ajustes estejam finalizados até o fim do ano: “É fato que já perdermos três ou quatro meses, então não dá mais para acreditar em uma eventual inversão da curva no meio de 2016”.

O presidente da Anfavea já dava como certo, no começo de setembro, que o último terço de 2015 será de desempenho ainda mais sofrível em vendas e sobretudo produção: “O nível de confiança caiu ainda mais e o ritmo de vendas diminuiu”, justificou, antecipando que a entidade reveria novamente suas projeções para o ano nas semanas seguintes. Com essa batida na ponta do comércio, argumentou, as linhas de montagens das fabricantes de veículos ficarão ainda mais lentas de forma a não sobrecarregarem ainda mais os pátios dos revendedores.

Não será surpresa alguma, portanto, se o volume diário médio de vendas em 2016 suplantar aquele com o qual o setor deve fechar este ano: “É bem provável que isso aconteça, até porque a base de comparação será fraca”.

Mas a produção será melhor em 2016? “Difícil dizer!”, desconversa Moan.

Mas a possibilidade de um mercado em 2016 pior que o deste ano não foi considerada por Moan nem com alguma superficialidade, ainda que o executivo creia em nova queda do PIB, da ordem de 0,5%, recuo da inflação para 6,5% e também da Selic, “que já ultrapassou o razoável há muito”.

No entanto, Moan vê nas vendas externas cenário mais favorável, algo que pode atenuar, ao menos em parte, os eventuais deslizamentos internos:

“Agora temos câmbio favorável, escala e produtos. Potencial existe. Dependendo da estabilidade do câmbio, de menor volatilidade, podemos voltar a exportar para outras regiões, até mesmo para a Ásia”.

E lembra o esforço para encaminhar novos acordos comerciais.

E com capacidade produtiva mais do que suficiente para o médio prazo, o parque de fabricantes se dedicará muito mais à atualização de produtos e plataformas. Até porque as montadoras não têm mais grandes problemas de processos, muitas das linhas de montagem são novas ou já foram modernizadas nos últimos anos.

Moan entende que a indústria brasileira deve continuar olhando mais para o futuro, cujo potencial não muda: “Continuo acreditando em um mercado de 7 milhões de veículos, só que não mais em vinte anos...”

E citou números apontado por estudo da entidade que considerava crescimento médio do PIB de 3% ao ano nas próximas duas décadas.

Com esse polpudo atrativo imaginado, Moan acredita que a indústria deva aproveitar o atual momento para cobrar do governo — e auxiliá-lo, com sugestões — medidas estruturais que não afetem o ajuste fiscal e garantam, de fato, que o Brasil chegue lá. Cita exemplos como a simplificação de transferência de usados, definida para o começo de 2016, e decisão que mantém multas e IPVA devidos no CPF ou CNPJ do vendedor, “algo que poderia ajudar a destravar a renovação e o leasing operacional”.

AD

O momento é propício para cobrar do governo e também sugerir medidas que garantam a reativação da economia

”



# Sem dourar a pílula

As vendas de veículos importados caíram mais de 40% em dois anos. Os importadores, contudo, acreditam que o fundo do poço já chegou.

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)



Afetados diretamente pela alta do dólar os importadores de veículos amargam queda de 30% no acumulado deste ano e não vislumbram, por enquanto, perspectiva de retomada no curto prazo. Pior do que está, no entanto, não dá para ficar, na opinião do presidente da Abeifa, Marcel Visconde: “Estamos vivendo um trauma e quem está traumatizado

não tem muito o que falar do futuro. Mas acredito em uma força inercial que não deixará os volumes baixarem ainda mais. No mínimo o mercado vai parar de cair”.

Diante desse raciocínio o empresário estima que 2016 será igual ou até mesmo um pouco melhor do que 2015. Tais projeções foram feitas na primeira semana de setembro, quando

a Abeifa divulgou balanço dos primeiros oito meses do ano. Na ocasião Visconde destacou que não há mais como dourar a pílula: “Em 2014 caímos 13% e agora mais 30%, o quadro realmente é crítico”.

E apesar de ter projetado ao menos estabilidade para o setor a partir de agora, na época Visconde alertava que se o País perdesse grau de investimen-



# VIDROFORTE



A Vidroforte tem orgulho de continuar inovando, dá mais um passo a frente e lança um novo produto:

## **"JANELAS AUTOMOTIVAS"**

Elas foram desenvolvidas graças a sua longa experiência no segmento automotivo podendo ser basculantes, pivotantes ou deslizantes, com guarnição ou coladas diretamente na estrutura do veículo. Elas podem ser aplicadas em ônibus, vans, veículos especiais, transformação de veículos, trens, metros, náutica, etc. Além dos produtos em si a Vidroforte presta, num sistema de co-engenharia, auxílio tecnológico no desenvolvimento de soluções que acarretem menores custos incluindo sua moderna linha de janelas coladas, que facilitam a instalação, reduz custos eliminando guarnições e tornando a estética do veículo muito superior.

RS 122, Km 69,5, nº4545 • Desvio Rizzo • Caxias do Sul • RS  
[www.vidroforte.com.br](http://www.vidroforte.com.br) • (54) 3209.6600

## Projeções



PIB



Selic



Inflação



Dólar

to — o que veio a acontecer alguns dias depois — a situação poderia se complicar: “Precisamos ter credibilidade internacional para ter investimento. Do contrário é impossível ter retomada”.

Para Visconde a confiança do consumidor é tudo: “Mesmo quem tem poder aquisitivo não está comprando, o que já afeta inclusive o mercado de luxo. O câmbio tem efeito grande na cabeça das pessoas e a alta do dólar, no balanço de agosto a agosto, foi de 70%. É uma deterioração cambial realmente impressionante”.

A situação, segundo ele, é crítica para todos e o que mais preocupa é o imobilismo no País:

“Os dias passam e não vemos nada acontecer. Estou muito cético. A travessia é mais longa do que esperávamos e agora é aguardar que num certo ponto deixemos de sangrar”.

A Abeifa considera o momento ideal para rediscutir as cotas de importação que têm prejudicado principalmente os importadores com produtos de maior volume, como a Kia. O próprio dólar, na análise do presidente da entidade, já é um inibidor. Outra medida que poderia ajudar o setor é a liberação de benefícios para elétricos e híbridos, pois vários importadores têm produtos a oferecer nesse nicho.

**MERCADO** — As vendas de importados dos associados da Abeifa vêm numa sequência descendente desde 2011, quando atingiram a 199 mil unidades. No ano seguinte baixaram para 131 mil, em 2013 para 112,6 mil e no ano passado se restringiram a 96,5 mil.

Para este ano a previsão da entidade é ficar em 65 mil, volume que, se confirmado, representará decréscimo próximo a 23% com relação a 2014. No acumulado de janeiro a agosto foram importados 42,6 mil veículos, 30,3% a menos do que os 61,2 mil dos primeiros oito meses de 2014.

Em agosto, por exemplo, foram emplacadas menos de 4,5 mil unidades, queda de 16% ante as 5,3 mil de um mês antes e 39% abaixo das 7,3 mil do mesmo mês do ano passado.

Como a Abeifa também representa empresas que recentemente começaram a produzir no Brasil, como BMW, Chery e até a Jeep, seus indicadores são mais positivos. Quando considerada a produção nacional o total emplacado até agosto pelas suas afiliadas alcança 65,5 mil, alta de 4,4% no comparativo anual.

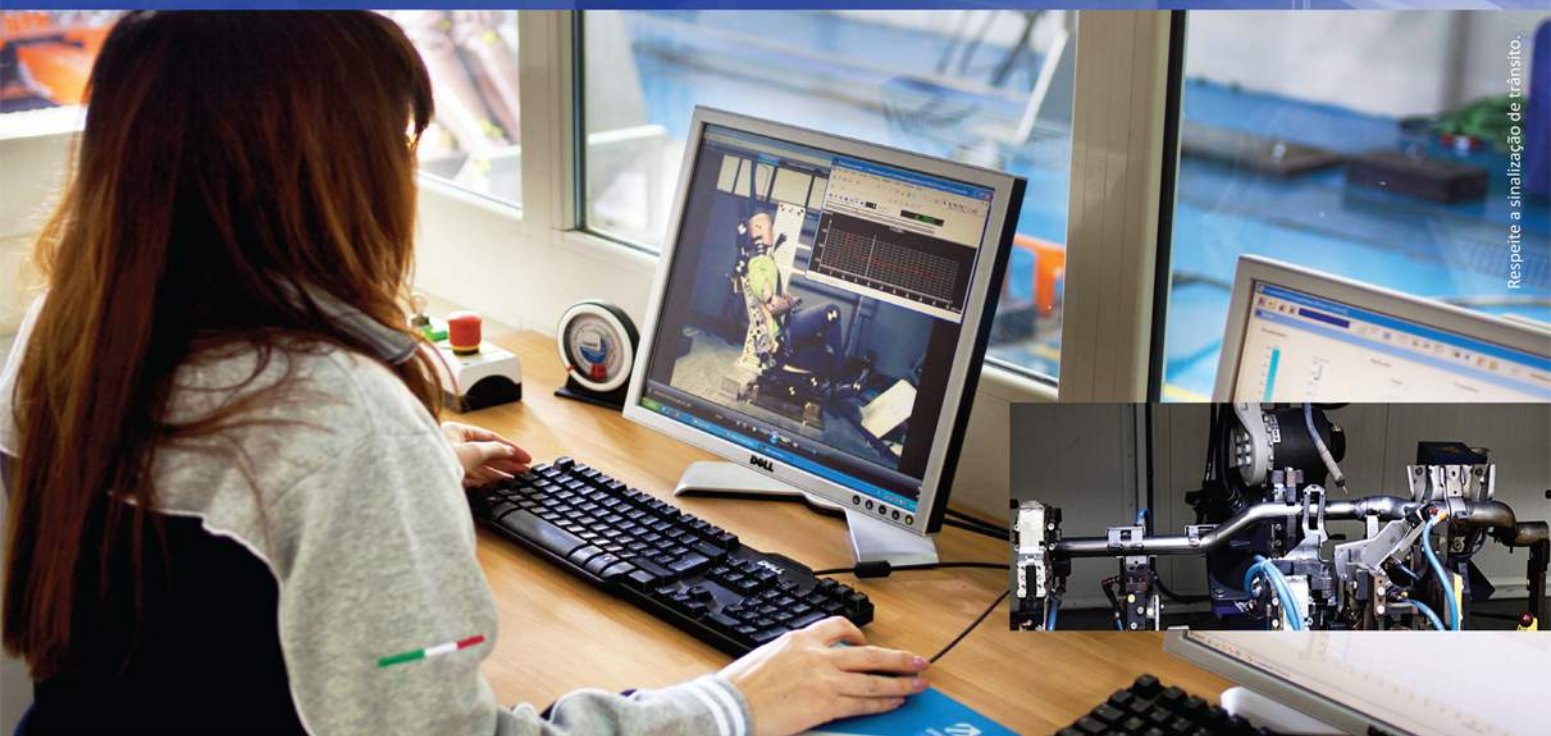
Por marcas, a líder em emplacamentos de importados da Abeifa em agosto foi a Kia, com 1,2 mil unidades, seguida por Land Rover, com 733, e BMW, 421. No acumulado do ano o ranking aponta a mesma sequência: Kia com 11,4 mil, queda de 26,5% ante mesmo intervalo do ano passado, Land Rover com 5,5 mil, 11,4% abaixo, e BMW com 3,9 mil e queda de 57,5%, nesse caso fruto da substituição de produtos vindos do Exterior por nacionais.

E no ranking por modelos, igualmente considerados apenas os importados, a liderança no acumulado até agosto foi do Kia Sportage, com 5 mil emplacamentos, seguido do Land Rover Range Rover Evoque, com 3 mil, e Lifan X60, com 1,9 mil.

AD



VOTE NA QUALIDADE E NA INOVAÇÃO.  
**VOTE NA PROMA.**



Respeite a sinalização de trânsito.



A **Proma** é finalista no **Prêmio Autodata 2015**, categoria **Fornecedor de Peças, Partes e Componentes**, um reconhecimento à qualidade e à inovação no desenvolvimento de **subconjuntos metálicos, sistemas de chassi, estruturas de bancos e módulos de operação** de veículos automotores.

Há dois anos e meio com produção no Brasil, em Contagem (MG), a **Proma** inaugurou em janeiro sua segunda unidade no País, em Goiana, PE. A fábrica pernambucana integra o parque de fornecedores da **FCA** (Fiat Chrysler Automobiles), recebeu investimento de R\$ 200 milhões e já emprega um total de quinhentos funcionários.

Vote na **Proma**. Uma empresa a serviço do Brasil.



**GRUPPO  
PROMA**

[www.gruppoproma.it](http://www.gruppoproma.it)  
[info@icgproma.com.br](mailto:info@icgproma.com.br)  
**(031)2564-9927**



Divulgação/Anef

# Um sopro no ar

O presidente da Anef mostra otimismo quanto à possibilidade de a economia e o mercado estabilizarem-se até o fim deste ano

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

Há dois anos consecutivos demonstrando seu pessimismo quanto aos rumos da economia brasileira o presidente da Anef, Décio Carbonari, vê agora algum indício de melhora e admite até estar mais otimista. Para ele o fundo do poço está chegando: “O primeiro passo para resolver problemas é reconhecer que eles existem. Parece que o governo os reconheceu, o que gera perspectivas positivas”.

Na sua avaliação a inflação tende agora a cair, o que leva à redução dos juros em uma segunda fase: “O governo, pela própria falta de dinheiro, buscará o equilíbrio fiscal e até dezembro a economia deve estabilizar-se, com a taxa de desemprego parando de subir e a renda média parando de cair”.

Carbonari diz que a hora que o trabalhador pensar “ufa, não vou perder meu emprego” a situação muda: “E as empresas já estarão preparadas para um novo momento porque vêm se ajustando desde a crise de 2013”.

De acordo com o presidente da Anef, a média diária de vendas em agosto foi um pouquinho superior à de julho, o que já indica tendência de estabilidade. Ele admite que há uma demanda reprimida, fruto da insegurança das pessoas em fazer dívidas ou até mesmo gastar, o que pode acelerar a retomada no momento em que ela ocorrer:

“Tem muita gente que troca o carro a cada dois anos e decidiu esperar. Mas quando completar três a tendência é de compra de um novo zero quilômetro”.

Carbonari lembra que no Brasil, como em todos os países emergentes, a queda é grande quando há desace-





Líder global  
em tintas e  
revestimentos

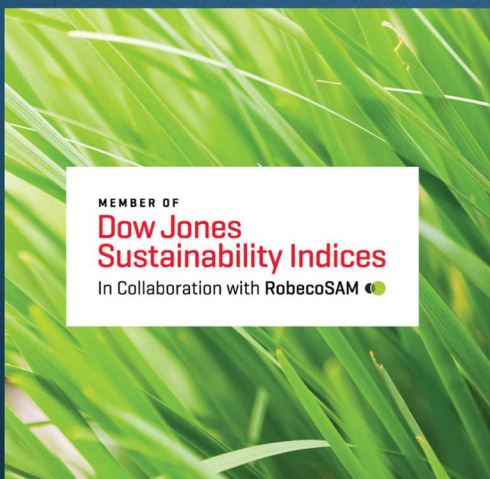


### Automotivo OEM

Primers  
Vernizes  
BaseCoats  
Esmaltes  
Interior/Exterior  
Tintas Funcionais



V	X	Q	U	I	O	S	U	Q	X	U	J	P
D	E	F	G	V	T	X	B	E	Z	T	N	D
D	F	D	K	E	R	R	A	U	P	M	N	B
G	S	E	L	R	A	B	S	F	R	P	O	A
A	X	S	M	N	U	X	E	B	I	W	A	Q
S	R	M	H	I	T	Z	C	F	M	H	L	J
C	B	A	K	Z	O	N	O	B	E	L	G	T
J	X	L	Y	J	M	S	A	A	R	A	X	G
X	U	T	O	M	O	U	T	O	M	U	T	I
B	O	E	M	T	T	F	G	E	I	J	T	N
N	W	U	H	M	I	C	T	U	A	H	M	N
U	E	K	L	P	V	S	D	F	H	L	P	O
R	G	H	T	W	E	F	V	B	N	T	W	A
I	O	S	U	Q	X	U	J	P	V	X	Q	U



MEMBER OF  
**Dow Jones  
Sustainability Indices**  
In Collaboration with RobecoSAM

1º lugar no índice  
Dow Jones de  
Sustentabilidade  
pelo 4º ano  
consecutivo

AkzoNobel Ltda.  
Rua Assumpta Sabatini Rossi, 1650  
São Bernardo do Campo  
T: +55 11 2167-1873  
[www.akzonobel.com](http://www.akzonobel.com)



# AkzoNobel

Performance Coatings



lação da economia, mas a retomada, em geral, também é rápida: “Tenho conversado com concessionários e empresários e é certo que ninguém está feliz. Mas também não vejo desespero. Começo a sentir cheiro de melhora”.

Apesar de se mostrar otimista, o presidente da Anef prefere não arriscar palpite sobre o momento da retomada do mercado automotivo brasileiro. Ele acredita em pequena queda do PIB no ano que vem, considerando o comparativo anual, em inflação menor e em dólar na faixa de R\$ 3,60 a R\$ 4.

“O câmbio foi mantido artificialmente baixo por um período e, agora, ele terá de ficar em patamar mais compatível com a realidade.”

Um dado positivo, segundo ele, é a inadimplência estabilizada no segmento de automóveis e comerciais em 3,9% desde dezembro no caso das pessoas físicas. Já nos empréstimos para pessoas jurídicas houve leve alta da inadimplência, de 4,1% no fim do ano passado para 4,4% em maio.

“A boa notícia, nesse caso, é que em junho a inadimplência das empresas estabilizou-se no mesmo patamar do mês anterior, o que contraria previsões feitas no início do ano, quando imaginávamos uma deterioração maior neste indicador.”

O volume de vendas financiadas caiu em todos os segmentos, mas não só em função da retração dos que estão receosos de fazer endividamento ou mesmo sem condições para isso: “No caso dos consumidores com renda maior registramos muitos casos em que a preferência é pela compra à vista”.

Ninguém está feliz, mas não vejo ninguém desesperado. Começo a sentir um cheiro de melhora.

Com base nos últimos dados coletados pelo setor, relativos ao período de janeiro a junho, o saldo de financiamentos de veículos novos e usados este ano deve cair 10,6%. As financeiras encerraram dezembro do ano passado com saldo de R\$ 211,3 bilhões e a perspectiva é chegar ao fim deste ano com R\$ 189 bilhões. Os recursos liberados caem praticamente na mesma proporção, baixando de R\$ 111,3 bilhões para R\$ 99 bilhões no mesmo comparativo.

A queda, portanto, é menor do que a de mercado de veículos novos, na faixa de 20% no acumulado do ano. O motivo, segundo Carbonari, é o segmento de usados em alta, o que compensa em parte a perda no mercado de novos.

Os juros nos financiamentos de automóveis e comerciais leves registram média em junho de 1,57% ao mês, ou 20,55% ao ano, no caso das instituições financeiras ligadas às montadoras. Na média do mercado ficaram em, respectivamente, 1,86% e 24,7%. Para as pessoas jurídicas a média foi de 1,59% ao mês ou 20,8% ao ano.

O prazo médio dos empréstimos realizados no primeiro semestre deste ano foi de 41,7 meses, bastante próximo aos 41,4 meses de 2014. No segmento de automóveis e comerciais leves os financiamentos responderam por 54% das vendas. Do restante, 39% foram à vista, 7% por consórcio e 2% por leasing. No caso dos caminhões e ônibus 69% dos negócios se deram via Finame, 14% por CDC, 14% à vista, 2% por consórcio e 1% por leasing. As modalidades na venda de motos se deram 35% por consórcio, 33% financiadas e 32% à vista. **AD**

# TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E SOLUÇÕES DIFERENCIADAS

Conectar nossos clientes ao futuro é mais que um compromisso PST.  
É o que nos impulsiona a **desenvolver produtos e serviços de  
amplo alcance** através de **parcerias de sucesso**.



**PST ELECTRONICS®**

[www.pst.com.br](http://www.pst.com.br) | [www.positron.com.br](http://www.positron.com.br)



ALARME



RASTREAMENTO



SOM  
AUTOMOTIVO



SENSOR DE  
ESTACIONAMENTO



MÓDULO DE VIDRO  
ANTIEMAGNETO

**N**a esteira da crise e do próprio movimento das fabricantes de veículos no mercado, com as veteranas perdendo espaço para as mais novas, as redes de concessionárias passam por processo de equalização, com fechamento de alguns pontos e abertura de outros, além da busca por diversificação das receitas. Nas palavras do presidente da Fenabreve, Alarico Assumpção Jr., trata-se de processo saudável que deve culminar com o setor mais fortalecido:

“O ajuste é uma necessidade. O volume de veículos novos sempre foi importante para as concessionárias e agora vemos ações por mais faturamento em usados, oficina e acessórios. Estão sendo fechadas casas que se tornaram deficientes e sendo abertas outras em locais financeiramente mais estratégicos. Quem tem caixa consegue atravessar bem esse período”.

O presidente da Fenabreve faz um paralelo com o que aconteceu nos Estados Unidos na crise de 2008-2009, quando o mercado baixou de 16 milhões de veículos para 9 milhões e 8 mil concessionárias fecharam suas portas – de 23 mil para 15 mil: “Agora voltaram a vender mais do que antes e são 19 mil pontos de venda”.

O recado que Assumpção dá à rede neste período de retração no mercado de novos baseia-se em ensinamento do seu pai: “Se estiver no inferno não pare, senão derrete. Atravesse”. Ou seja: quanto mais os concessionários investirem em receitas alternativas e redução de custos mais fortes sairão da crise.

# Na mesma batida

Fenabreve espera mercado no mínimo igual em 2016

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)



Divulgação/Fenabreve



Só vislumbramos  
crescimento de  
4% a 5% ao ano a  
partir de 2017

Dentre os movimentos já em andamento, destaca as oficinas compartilhadas que atendem várias marcas: “É uma tendência, mas ainda há resistência de algumas montadoras”.

De janeiro a agosto fecharam no País 691 concessionárias de automóveis, comerciais leves e pesados, motos e máquinas agrícolas, ao mesmo tempo em que outros 344 pontos foram abertos.

Algumas redes ainda estão em ampliação, como Audi, BMW e Jeep, enquanto outras aproveitam o momento para fechar pontos sem rentabilidade e em locais de alto custo.

A Fenabrave projeta para este ano 2 milhões 566 mil emplacamentos de automóveis e comerciais leves, queda de 22,9% com relação a 2014. Para 2016, no pior cenário, vê repetição de 2015: “Acredito que as 10 mil unidades/dia comercializadas em julho e agosto representam o fundo do poço. Mas só vislumbramos crescimento na faixa de 4% a 5% ao ano a partir de 2017 e a retomada dos recordes de 2018 para frente”.

Com relação aos automóveis e comerciais leves, Assumpção atenta para o fato de que as montadoras mudaram o perfil de oferta, o que contribuiu para redução dos volumes no segmento:

“Antes tínhamos mais modelos na faixa de R\$ 25 mil a R\$ 30 mil e hoje os veículos de entrada estão acima dos R\$ 35 mil. Isso gera uma migração para os seminovos. As montadoras mudaram o perfil de oferta porque o consumidor mudou: não quer mais carro pelado, de R\$ 25 mil”.

Quanto ao mercado de caminhões, considerando queda de 45,5% este ano, para 75 mil unidades, o presidente da Fenabrave vê espaço para crescimento de 15% no ano que vem. O mesmo que deve acontecer com as máquinas agrícolas, segmento que encerrará o ano com 51,9 mil unidades este ano, decréscimo de 20%.

Para Assumpção o primeiro semestre ainda vai ser de dificuldades: “Talvez depois começemos a caminhar pelo lado positivo da régua, invertendo o círculo. Nós, brasileiros, de maneira geral, não temos posição política. Mas a confusão política do momento atrapalha fortemente a economia. Se a política acalmasse, a economia poderia melhorar”.

**AÇÕES** — Ao perceber que a crise deste ano seria mais acentuada do que se previa originalmente, a Fenabrave partiu para ações práticas junto à rede. Criou em janeiro o comitê de crise, formado por integrantes da entidade e das associações de marca, e o programa Sobrevivência Já, com caravanas que percorreram o País para abordar a situação econômica e seus reflexos no setor automotivo: “Nossa mensagem era: façam a sua parte, façam a lição de casa, se tiver um prego na botina tire, não adianta tomar comprimido”.

A Fenabrave também fez parceria com a NADA, a associação dos distribuidores estadunidenses, para cursos de qualificação de gestão na Northwood University e ministrou cursos para vendedores em suas várias regionais.

AD





0800-703 FORD  
3 6 7 3



**Novo Motor Cummins com 150cv:**  
melhor performance e maior  
economia de combustível.



**Freios ABS com EBD:**  
mais segurança  
para você.



**Nova transmissão EATON:**  
5 velocidades: oferecendo  
maior conforto ao dirigir.

Todos juntos fazem um trânsito melhor.





**TODO DIA É UMA BATALHA.  
ESCOLHA O CAMINHÃO CERTO PARA VENCÊ-LA.**



**Ar-condicionado:**  
escolha a temperatura ideal  
para seu conforto na cabine.

**2 ANOS  
DE GARANTIA**

**FORD F-4000.  
TÃO FORTE QUANTO VOCÊ.**

Confira os serviços da Ford Caminhões:

**FORD  
TRAC**

**FORD  
SERVICES**

**S.O.S.  
FORD**

**DISK  
FORD**  
0800 703 0075





Há dois anos, ao projetar 2014, o presidente do Sindipeças, Pedro Butori, falou em um ano carne com abóbora, ou seja, sem altos e baixos, meio insípido. Há um ano, previu um 2015 similar, porém com menos proteína – mais abóbora do que carne. Para 2016 é objetivo na análise: “Será um purê de abóbora, sem proteína alguma. Será o ápice da vaca magra”.

Ditos à parte ele avalia que seria melhor se 2015 não tivesse acontecido: “Ninguém esperava que o País chegasse a esse ponto. Até porque as montadoras diziam que as coisas melhorariam e muitos fornecedores demoraram para reduzir produção”.

De positivo para o setor este ano é um efetivo aumento do índice de nacionalização de peças por parte das montadoras, que, diante da alta do dólar, intensificaram a busca por fornecedores locais. E passado o período crítico de ajuste, Butori avalia que as empresas que fizeram a lição de casa terão um 2016 melhor que 2015:

“Muitas empresas de autopeças ampliaram exportações e investiram na reposição. Quem fez isso vai se equilibrar no ano que vem”.

Na avaliação de Butori o aumento da demanda por peças locais veio mais em função do dólar do que do Inovar-Auto: “O câmbio é a fagulha de que precisávamos. Nos últimos anos teve queda de nacionalização e agora o índice está subindo por causa da desvalorização do real”.

O maior problema de 2015, de acordo com ele, foi a crise política alia-



Renato Rodrigues

## Purê de abóbora

Apesar de projetar mais um ano difícil pela frente Paulo Butori acredita que as empresas que fizeram a lição de casa se sairão bem em 2016

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

da à crise econômica. Diante da retração interna a saída do setor tem sido incrementar exportações e também os negócios na reposição: “Quem adia a troca do usado por um novo tem de arrumar o velho. Temos de aproveitar esse movimento”.

O Sindipeças prevê que o setor fature este ano US\$ 19,5 bilhões, uma queda de 40% com relação aos US\$ 32,6 bilhões de 2014. Como reflexo dessa desaceleração o quadro de funcionários será reduzido em 29,7 mil postos este ano, baixando de 194,7 mil trabalhadores para 165 mil.

Para 2016 a projeção é de novo decréscimo no faturamento, de 6,7%, para US\$ 18,2 bilhões: “A inadimplência ainda não dá sinais de queda, o consumidor e os bancos continuam retraídos e a insegurança se mantém. Considerando que mundialmente os ciclos de bonança e retração acontecem de sete em sete anos, acredito em recuperação da economia brasileira só a partir de 2018”.

**BALANÇA** – O aumento do índice de nacionalização de peças contribuiu, segundo Butori, para a redução de 32,4% do déficit comercial do setor no acumulado dos primeiros sete meses deste ano em relação ao mesmo período de 2014.

O déficit até julho, segundo o Sindipeças, atingiu US\$ 3 bilhões 880 milhões ante US\$ 5 bilhões 730 milhões dos meses equivalentes do ano passado. Na análise de Butori, se o dólar se mantiver no patamar de R\$ 3,80 a indústria de autopeças poderá caminhar

## Projeções



PIB



Selic



Inflação



Faturamento  
do setor em  
US\$ bilhões

32,6  
2014

19,5  
2015

18,2  
2016

até para uma situação de equilíbrio das exportações e importações ao longo do ano que vem.

As importações, de janeiro a julho deste ano, atingiram US\$ 8,4 bilhões, total 20,5% inferior ao registrado nos primeiros sete meses de 2014. Butori reconhece que o resultado contempla em parte a queda na produção de veículos no Brasil, mas destaca que a busca por peças locais tem peso nessa redução.

As exportações também caíram no período, mas em índice bem menor. Foram exportados até julho deste ano US\$ 4 bilhões 540 milhões, queda de 6,5%. E a tendência, segundo Butori, é de alta nos negócios externos a partir de agora, considerando negócios encaminhados pelo setor ao longo do ano.

De acordo com os dados do Sindipeças, em dois meses de 2015, março e julho, a receita já foi maior do que nos mesmos meses do ano passado.

“Com o dólar a R\$ 3,80 estamos bem competitivos. E acredito que ele chegue a R\$ 4,00. Com a indústria confiando que essa paridade cambial veio para ficar a tendência é a de que as empresas intensifiquem ainda mais a busca de novos negócios no Exterior.”

A previsão do Sindipeças para 2016 é de alta de 5% nas exportações, para US\$ 8,2 bilhões. Já as importações caem 10%, ficando em US\$ 11,6 bilhões. Oficialmente, portanto, a entidade ainda projeta déficit para o ano que vem. Mas Butori acredita na revisão desses números, com maior equilíbrio das exportações e importações já em 2016.

AD





Mercedes-Benz

ACTROS

Mercedes-Benz



# No Prêmio AutoData, vote na marca que sempre deixou você mais perto do futuro.

Mais uma vez, a marca que mais investe em qualidade e inovação é destaque num dos mais importantes e disputados prêmios da indústria automotiva brasileira. **Vote na Mercedes-Benz no Prêmio AutoData.**

## Categorias



Montadora de veículos comerciais



Estratégia de marketing



Veículo ônibus  
MB 500 RSD 6x2 e RSDD 8x2



Veículo importado  
Mercedes-Benz Classe C







Simão Salomão

# Vencedor na crise

Com produtos nacionais Audi aposta em ano positivo para a marca, mas ainda não arrisca palpite quanto à retomada do mercado

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

Com crescimento expressivo de 90% em 2014 e outros 25% a 30% este ano a Audi espera manter desempenho positivo em 2016, com a vantagem de ter um ano cheio da oferta, do sedã A3 brasileiro ao lançamento do utilitário esportivo Q3 também made in Brazil. A produção em São José dos Pinhais, PR, iniciada em agosto, devolve à empresa o status de fabricante local após quase dez anos operando como importadora.

O otimismo com relação à continuidade do seu crescimento, no entanto, não se reflete nas projeções para a economia brasileira como um todo. Na avaliação do presidente da Audi Brasil, Jörg Hofmann, 2016 será mais um ano difícil.

“Estamos agora perto do fundo do poço”, observava no fim de agosto ao conceder entrevista sobre as perspectivas para o ano que vem, admitindo, naquela ocasião, que o mercado talvez ainda caísse mais um pouco. Destacou, porém, ter a percepção de que a estabilidade não estaria tão distante. “Pelo menos para o segmento de automóveis e comerciais leves acredito que haja um breque na queda.”

Devido principalmente às questões políticas e econômicas o presidente da Audi ainda não arrisca palpites sobre quando se dará a retomada efetiva do mercado de veículos. Quanto ao segmento de luxo ele avalia que da mesma forma que cresceu este ano pode manter-se em expansão no próximo.

“Continuaremos sendo vencedores na crise”, aposta o presidente da Audi, que pretende encerrar 2015 com mais

de 15 mil unidades comercializadas, ante as 12 mil de 2014, e projeta ultrapassar 18 mil em 2016, ou seja, novo crescimento na faixa de 20%: “Aumentaremos volume e, também, a qualidade das vendas”.

Hofmann não vê para 2016, contudo, melhorias no quadro macroeconômico do País. Acredita que a inflação beirá os 10% e a taxa Selic suba ainda mais, chegando a 15%. Com relação ao PIB acredita que ainda haverá queda no primeiro trimestre do ano que vem, com possibilidade de reação somente a partir do segundo.

O câmbio, na avaliação do executivo, é o item que aparece mais complicado no contexto macroeconômico: “Ninguém esperava que o real ficasse tão depreciado e não vejo espaço para uma recuperação mais significativa. Talvez o câmbio tenha até leve queda, mas nada muito significativo”.

Quanto à economia como um todo, Hofmann admite que ainda vê pela frente uma fase bastante desafiadora: “É muito importante para o Brasil a questão da posição das agências internacionais quanto à taxa de risco do País com relação aos investimentos. Se houver rebaixamento do País no nível de recomendação [como veio a acontecer no início de setembro] a situação pode piorar. Daí a inflação poderá bater nos 15%”.

**NOVA SEDE** — Para se adequar aos novos tempos de produção local, a Audi passou por ampla reestruturação nos últimos dois anos, após a chegada de Hofmann ao País. Em agosto inau-

## Projeções



Selic



Inflação

gurou nova sede em São Paulo, que abriga agora cerca de 150 profissionais, mais do que o dobro dos 65 que tinha em 2013.

Com poucas divisórias e uma área de lazer batizada de Praça Audi, o novo escritório, segundo Hofmann, traduz em seu espaço a nova cultura da empresa no Brasil: “Com essa sede mostramos que somos uma empresa moderna, de mente aberta, com todos trabalhando interligados e satisfeitos com o que fazem. E tudo isso feito de forma não convencional”.

Apenas três meses depois de fabricar as primeiras unidades pré-série do sedã A3 em São José dos Pinhais, e de dois do começo efetivo da produção, já neste mês as revendas da Audi terão disponíveis unidades para começar a abastecer o mercado.

De 27 concessionárias há dois anos a marca conta hoje com cinquenta casas e trabalha para chegar a setenta no fim de 2017. Bem antes disso, em seis meses no máximo, a fabricante passará a oferecer também o Audi Q3 produzido na fábrica paranaense.

Para sair fortalecida da crise a Audi manteve todos os seus planos de investimento, “colocando o pé no acelerador em vez de desacelerar”, segundo palavras de Hofmann: “O objetivo é sair da crise em uma situação melhor do que a que tínhamos antes”.

A capacidade produtiva da fábrica paranaense, que consumiu investimento de R\$ 500 milhões, é de 26 mil unidades/ano: 15 mil do A3 Sedan e 11 mil do Q3. O objetivo é atingir tais volumes em 2020.

AD



Quando inaugurou a linha de montagem da fábrica de Araquari, SC, no finzinho de setembro do ano passado, a BMW falava em priorizar por completo o mercado interno: a unidade teria como função primordial abastecer as concessionárias nacionais, substituindo importações, com o mercado externo sem representar qualquer potencial. Exportações, a partir dali, talvez apenas em 2020.

Pouco mais de um ano se passou e muito aconteceu com as operações produtivas locais da BMW no Brasil, as primeiras de sua longa e reconhecida história na América Latina.

De apenas um modelo made in Brazil, o Série 3, a lista passou para cinco, com adição dos BMW X1, Série 1 e X3 e do Mini Countryman. O primeiro marco significativo, o de 10 mil unidades, foi comemorado em agosto. E o presente de primeiro aniversário chegou na forma das operações das áreas de estamparia e pintura, o que deu a Araquari status de planta completa.

Tudo dentro do cronograma, seguindo um raciocínio linear, correto, programado, tipicamente alemão. Mas a criatividade e a capacidade de adaptação rápida diante das circunstâncias do brasileiro parece já influenciar a gestão da empresa por aqui.

Diante da mudança do cenário a BMW já avalia com muito, muito carinho, adotar programa efetivo de exportações a partir da unidade brasileira. E não, não está falando dos países vizinhos, como Argentina e demais parceiros do Mercosul.

# Exportações na pauta

Ano será interessante com igualdade de condições para as rivais, avalia o CEO da BMW, Arturo Piñero

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br



Simão Salomão

“Como nosso índice de nacionalização ainda é baixo não conseguiríamos atender aos índices de conteúdo local do Mercosul e, desta forma, não seríamos competitivos na região”, observa o CEO do BMW Group no País, o brasileiro Arturo Piñero. Ainda que evite revelar outros pormenores, o executivo deixa claro que os planos são ambiciosos. “Pode-se imaginar Europa, Estados Unidos, China... ainda estamos estudando as opções possíveis.”

Ainda que o mercado premium no Brasil apresente números invejáveis em 2015, a BMW prefere ser conservadora. Por causa do cenário geral da economia e do mercado automotivo a produção catarinense deverá atingir no fim do ano cerca de 11 mil unidades — ante 12,8 mil inicialmente planejadas. Daí as exportações passarem à pauta do dia.

**CUSTO ALTO** — Piñero deixa claro que “produzir no Brasil é mais caro do que em outras fábricas do grupo, mas a relação cambial pode compensar”. Outra dica de que os estudos para exportação são vigorosos vem da lembrança do dirigente de que a capacidade de Araquari, de 32 mil unidades/ano em dois turnos, “pode ser facilmente elevada a até 100 mil/ano”.

E mais um ponto a reforçar esta nova estratégia é a previsão do executivo de que em 2016 o segmento premium deverá registrar, na melhor das hipóteses, volumes estáveis ante os de 2015 e, talvez, até mesmo ligeira queda — neste ano o resultado BMW será próximo de 15,5 mil unidades comer-

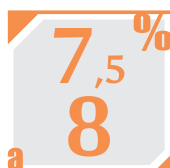
## Projeções



PIB



Selic



Inflação



Dólar

cializadas, alta de 5% na comparação com 2014, mas no total o segmento fechará em alta de dois dígitos.

A principal razão, avalia, é seu entendimento de que os atuais números e índices estão inflacionados artificialmente. Sem citar nominalmente as concorrentes alemãs do segmento, Piñero condena a estratégia “fácil e perigosa de comprar mercado”. Por seus cálculos uma das montadoras premium está praticando preços ao consumidor pelo menos 20% abaixo.

Ele acredita que em 2016 isso mudará, pois “produzir no Brasil não é mais barato do que trazer de fora”. E lembra que em 2016 Audi e Mercedes-Benz também iniciarão fabricação local de seus modelos de luxo: “Por enquanto só nós produzimos aqui e no ano que vem esta situação estará equilibrada. Será um ano interessante”.

Interessante também porque Piñero avalia que a distância de preços praticados pelas marcas de volume e as premium aumentará. Ele não arrisca previsões quanto ao cenário geral de vendas, mas avalia que uma recuperação do cenário levará algo como 24 meses e, assim, “[em 2016] as montadoras [de volume] terão que fazer movimentos [de redução de preços], o que vai afetar o mercado de luxo”.

Também por isso a BMW decidiu congelar o plano de expansão da rede, que deverá se manter em 44 casas BMW e 29 Mini — ou “de duas a quatro a mais no máximo”. A exceção é a Motorrad, que terá mais casas para escoar aumento da produção nacional de motos em Manaus, AM. **AD**



# Melhor mirar para dentro

Com a chegada do QQ Jacareí deve produzir 8 mil veículos no ano que vem, quase três vezes mais do que este ano

George Guimarães | [gguimaraes@autodata.com.br](mailto:gguimaraes@autodata.com.br)

**V**endas em queda da ordem de 40% — quase o dobro do mercado interno — e cenário econômico nada claro para os próximos meses. Nem esse quadro adverso parece tirar o conhecido bom humor de Luís Curi, vice-presidente da Chery Brasil, montadora com produção local, de fato, há apenas sete meses.

Ainda sob o impacto de ver o dólar ter ultrapassado a barreira dos R\$ 4 no dia anterior, Curi revelou, em tom descontraído, que acabara de encerrar reunião, via telefone, com seus pares na China e que tivera a nítida percepção de que “eles já não acreditam mais em nenhum número que informo”.

É que não muito tempo antes, em outra reunião, o executivo brasileiro assegurara aos companheiros chineses que, com certeza, a cotação da moeda americana não chegaria a esse valor, afinal, “configuraria o rompimento de uma barreira psicológica importante”.

**QUADRO DIVERSO** — Depois desse, digamos — tiro na água, Curi acha



Divulgação/Chery



AR-CONDICIONADO

DIREÇÃO ELÉTRICA

VIDROS DIANTEIROS  
ELÉTRICOS E TRAVAS  
ELÉTRICAS

MY CONNECTION  
COM BLUETOOTH®  
E MY FORD DOCK

FREIOS ABS COM  
DISTRIBUIÇÃO ELETRÔNICA  
DE FRENAGEM (EBD)  
E CONTROLE DE FRENAGEM  
EM CURVAS (CBC)

**LINHA FORD KA.  
OS CARROS CAMPEÕES  
DE COMPARATIVOS  
E PRÊMIOS\*.**



**KA+** SE 1.5L  
2015



**KA** SE 1.0L  
2015

Na cidade, somos todos pedestres.



**Go Further**

\*Ford Ka vencedor dos comparativos da revista Autoesporte, edição 591; revista Carro, edição 250. Ford Ka+ vencedor dos comparativos da revista Quatro Rodas, edição 660; revista Autoesporte, edição 592; revista Carro, edição 251.



mais prudente não fazer previsões secas sobre 2016 neste momento, “sobretudo porque não se sabe quando o ajuste fiscal será concluído”.

Para novos relatos à China, contudo, ele terá como premissa que o mercado brasileiro de veículos não deve mudar com relação a 2015, assim como o PIB, que não evoluirá com relação a este ano: “Há alguma possibilidade de vermos uma luz no fim do túnel só no segundo semestre”, diz o executivo, que alerta, ainda, para a inflação de custos na cadeia, que “só não chegou ainda na ponta do consumo porque o mercado está em baixa”.

É quadro bem diverso do que espera para sua empresa em 2016, que está apenas no começo aqui — terá o primeiro ano cheio de produção em Jacareí, SP — e o QQ, carro de entrada, já em linha de montagem a partir do primeiro bimestre. Algumas unidades do compacto para demonstração, porém, já estarão na rede de concessionárias antes do fim de 2015.

Com o pioneiro Celer, nas configurações hatch e sedã, e o QQ, a Chery projeta produzir cerca de 8 mil veículos em 2016, metade para cada um deles. Se assim for será salto e tanto, pois, afinal, Curi espera que da planta de Jacareí saiam no máximo 3 mil veículos este ano.

A fábrica da empresa no Interior paulista poderia chegar ao fim do ano que vem até com um terceiro produto em linha. O cronograma da empresa apontava que o utilitário esportivo Tiggo, cuja nova linha de montagem demandará investimento adicional de

R\$ 400 milhões, estaria em produção naquele momento.

Estaria, porque Curi confirma que depois do drástico recuo do mercado brasileiro e da rápida valorização do dólar, que tromba com os custos de um produto com alto índice inicial de conteúdo importado, o lançamento foi adiado: “Agora o Tiggo brasileiro só chega, mesmo, em 2017”.

O conturbado quadro econômico e em especial o câmbio — e sua alta volatilidade atual — são assuntos recorrentes na empresa, “ainda muito exposta às variações do dólar”. Até mesmo negociações com fornecedores que pretendem se instalar no entorno da Chery em Jacareí, que oficialmente comemorou seu primeiro aniversário no fim de agosto, têm passado por muitas e novas rodadas para que a empresa explique e reafirme seus propósitos e metas.

“Desde que anunciamos o polo de fornecedores, no começo do segundo semestre, o dólar valorizou mais de 20%.”

Mesmo assim Curi descarta qualquer alteração no projeto.

Ele assegura que pelo menos oito fornecedores já estão mais avançados nos processo de se estabelecerem. O complexo de 4 milhões de m<sup>2</sup>, contudo, poderá abrigar 25 no total: doze fabricantes de autopeças, cinco afiliadas, duas sistemistas, duas operadoras logísticas — uma delas, a Brazul, já opera no local — e três de serviços em geral. As obras começam ainda neste semestre e o início de operação efetiva em dois anos.

AD

Em 2016, a Chery terá o primeiro ano cheio de produção do Celer no País. No primeiro bimestre chega o QQ.

# MWM no Prêmio AutoData 2015.

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

- Mais de 4,1 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- Mais de 500 pontos de distribuição.
- Exportação para mais de 30 países.
- Três unidades industriais: São Paulo (SP), Canoas (RS) e Jesus Maria (Argentina).

#### **Segmentos de atuação:**

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



Reduza a velocidade, preserve a vida.

Contamos com seu apoio  
e seu voto nas categorias:



**PRODUTOR DE MOTORES**



**EXPORTADOR**

**MWM**  
A MANITEX COMPANY  
[mwm.com.br](http://mwm.com.br)



# É bom ser pequeno

Apesar de estar em patamar abaixo do programado, DAF dobra suas vendas no País e quer continuar ganhando participação em 2016

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)



Divulgação/DAF

**P**or mais paradoxal que possa parecer, iniciar operações no Brasil em meio à crise do mercado automotivo local acabou tendo um lado positivo para a DAF, com fábrica em Ponta Grossa, PR, desde 2013.

“Neste momento é bom ser pequeno”, diz Michael Kuester, que assumiu a presidência da empresa aqui em março. “Como a base é pequena esta-

mos crescendo. Nossa operação é enxuta, não temos problemas com ociosidade de mão de obra ou de qualquer outro tipo porque nos adequamos à nova realidade sem traumas.”

Também favoreceu as operações locais o fato de o Grupo Paccar, ao qual a DAF pertence, ter em 2015 seu melhor desempenho da história.

“Isso nos ajuda bastante”, admite

# ***Soluções que conectam a Indústria Automotiva***

Por meio da nossa rede global de manufatura, engenharia, vendas e pontos de distribuição, empresas automotivas ao redor do mundo confiam em nossa vasta gama de soluções inovadoras em abraçadeiras e quick connectors.





Kuester. “Temos contatos semanais com o board mundial e, embora o desempenho aqui não seja o esperado, a produção cresce gradualmente.”

Para ampliar o índice de nacionalização de seus caminhões e adequá-los às exigências do Finame, a DAF duplicou seus fornecedores e já conta com 48 empresas no eixo Sul/Sudeste. Os investimentos em localização, afirma Kuester, devem-se também ao câmbio: “A desvalorização do real também forçou a aceleração desse processo”.

**APRENDIZADO** — O presidente da DAF ressalta ainda outro lado positivo da crise para a empresa e para ele próprio, que ocupava a posição de diretor comercial da DAF Brasil até assumir a presidência há seis meses: “O aprendizado foi rápido. Ainda não vivemos um boom de mercado mas já sabemos como é a queda”.

Kuester acredita que o mercado de caminhões deverá repetir em 2016 os volumes de vendas que atingirá no encerramento de 2015, acompanhando o comportamento do PIB, que, em sua avaliação, não crescerá, repetindo a receita deste ano.

A DAF investiu US\$ 320 milhões no Brasil e já tem 220 funcionários em Ponta Grossa. Apesar do mercado total em queda, seu presidente diz que a empresa não alterou os planos de investimento, principalmente em produtos e nacionalização das peças:

“Já conseguimos 100% do Finame para o XF e vamos lançar o CF já em condições de ter esse financiamento. A Flamma faz nossas cabines em Minas

## Projeções



Gerais e o chassi é feito aqui no Paraná, em um fornecedor de Campo Largo”.

O maior problema do momento, diz o executivo, é a queda acentuada nas vendas do segmento:

“Como o volume está muito baixo os concorrentes têm estoques elevados e preços represados. No ano que vem não haverá mais como segurar: terão aumento. Por isso não acredito que haja espaço para o mercado de caminhões como um todo crescer em 2016. Acreditamos que a retomada possa vir só no fim do ano”.

A DAF, no entanto, quer continuar expandindo negócios por aqui, ampliando participação. No ano passado produziu 450 caminhões e vendeu 257 unidades. Espera negociar este ano mais de quinhentos e pelo menos 1 mil em 2016: “Nossa participação está em 2% no segmento de pesados e chegaremos a 2,5% no fim deste ano. E queremos 5% já em 2016”.

Um dos fatores para essa visão otimista é exatamente o lançamento do CF, seu segundo modelo aqui — contava apenas com o extrapesado XF.

“Teremos mais produtos e, por isto, acreditamos na continuidade do

crescimento. Mesmo porque a rede de concessionárias, hoje com vinte pontos, chegará a 25 ainda este ano. Adotamos uma política realista com os nossos parceiros. Estamos crescendo mais devagar do que prevíamos para manter uma rede saudável. Nossos concessionários estão capitalizados, sólidos e comprometidos.”

A DAF fará o lançamento oficial do pesado CF na Fenatran, mostra que será realizada de 9 a 13 de novembro no Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi, em São Paulo. Na sequência o novo modelo já estará disponível na rede de concessionárias.

A Fenatran deste ano é um retrato do que acontece no mercado de caminhões. DAF e Volvo são as duas únicas montadoras de caminhões confirmadas. Para Kuester essa ausência da maioria delas pode até favorecer a sua empresa:

“Como somos entrantes é importante estarmos na Fenatran. E será bom não estarem lá muitas concorrentes: teremos mais público e clientes no nosso estande. E, principalmente, nossa presença reforçará o compromisso que temos com o Brasil”.

AD

## MOTOR

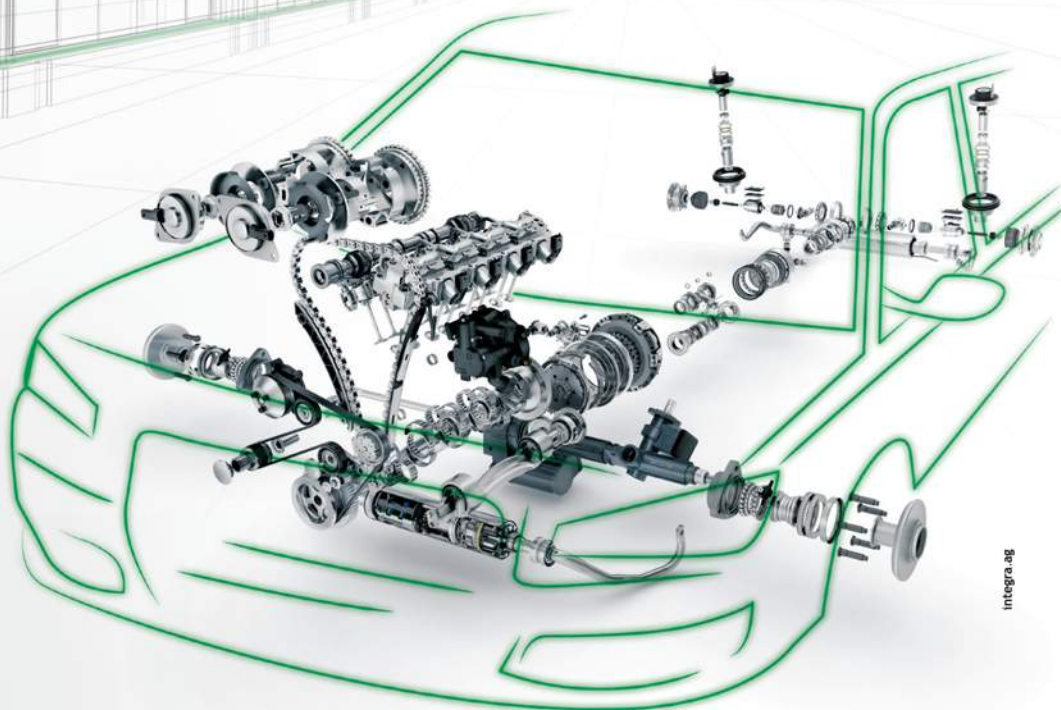
OTIMIZAÇÃO DA DIRIGIBILIDADE  
DURABILIDADE ESTENDIDA  
MENOR EMISSÃO  
MAIOR VARIABILIDADE

## TRANSMISSÃO

OTIMIZAÇÃO DINÂMICA  
REDUÇÃO DE ATRITO  
EFICIÊNCIA ENERGÉTICA  
ELEVADO CONFORTO AO DIRIGIR

## CHASSI

PESO REDUZIDO  
MAIOR SEGURANÇA  
MENOR DESGASTE  
FÁCIL MONTAGEM



integra.ag

# Soluções Completas Schaeffler Conectadas pela Inovação

Do motor à transmissão e ao chassi, nossos engenheiros analisam sistemas automotivos de forma completa. As ideias extraídas a partir dessa análise são traduzidas em produtos inovadores, criados através do trabalho em parceria com nossos clientes. Em tudo que fazemos nosso objetivo principal é aumentar a performance, a segurança e a economia dos automóveis de hoje em dia.

Nossa habilidade em responder rapidamente a requisitos específicos é o que nos faz um renomado parceiro da indústria automotiva, mas é nosso conhecimento em sistemas que nos torna bem sucedidos. E é por isso que trabalhamos em soluções completas que atendam as necessidades dos clientes e superem os desafios da mobilidade do futuro.

EMPRESA PARCEIRA



Para conhecer melhor  
nossos produtos e  
tecnologias, acesse:  
[www.schaeffler.com.br](http://www.schaeffler.com.br)

Faça revisões em seu  
veículo regularmente



**SCHAEFFLER**





Simão Salomão

# De olho no futuro

Falar do ano que vem, para Cledorvino Belini, é missão espinhosa. É mais fácil projetar 2020 do que 2016, argumenta.

George Guimarães | [gguimaraes@autodata.com.br](mailto:gguimaraes@autodata.com.br)

Há pouco mais de um ano Cledorvino Belini, presidente da FCA, Fiat Chrysler Automóvel, a maior fabricante de veículos do Brasil, antecipava à AutoData que 2015 seria de ajustes de toda ordem, fossem macroeconômicos ou dentro da própria cadeia automotiva. Afinal, o mercado brasileiro, imaginava, no máximo repetiria os números de 2014 e, assim, permitiria uma folga para reorganizações e depurações.

Belini, contudo, lembra que suas observações estavam sendo feitas ainda em plena campanha presidencial e que o quadro poderia mudar um pouco — bem pouco — caso uma ou outra candidatura avançasse. Pois no mês passado, já com a certeza de que 2015 será bem menos generoso do que imaginava, com o prolongamento de uma crise que ele julga mais política do que econômica e poucas horas depois de agência internacional de análise de

risco retirar o grau de investimento do Brasil, Belini afirmou que projetar o ano seguinte é missão bem mais espinhosa do que há um ano.

“Está mais fácil falar do que pode ser o mercado em 2020 do que em 2016”, disse Belini, há quase doze anos no cargo, de longe o mais experiente presidente de montadora no Brasil.

Quando assumiu o principal posto da então somente Fiat, em janeiro de 2004, o setor automotivo concluíra o

ano anterior com pouco menos de 1,7 milhão de veículos produzidos. E feliz com o feito, pois era o segundo melhor resultado da história do setor, superado somente pelos quase 1,9 milhão de veículos alcançados em 1997, ainda sob o impacto do advento do carro popular.

**LONGO PRAZO** — “Esta é mais uma crise no meio de tantas que a indústria automotiva enfrentou desde seu início aqui, desde que Getúlio Vargas se suicidou. Só que um pouco maior do que o setor esperava. O que me deixa otimista é que a história mostra que depois das crises os anos seguintes, na média, sempre registraram patamar mais elevado de vendas.”

Exatamente por isso Belini prefere discorrer sobre as possibilidades da indústria em um prazo mais longo, que, tem certeza, não se modificam mesmo com o arrefecimento econômico dos últimos meses e até com o que pode vir pela frente no curto prazo:

“Os fundamentos do País continuam bons, as instituições estão sólidas e já passamos por crises econômicas bem piores. Para quem teve inflação de 3% ao dia, lidar com 9% ao ano é refresco. O Brasil tem know-how para sair de crises econômicas e, é bom lembrar, moratória é bem pior do que risco de down grade”.

O executivo lembra que o País continuará com bônus demográfico por bons pares de anos, ainda tem um mercado grande e mais de 50% da população na classe C. E alerta: “Com o câmbio atual ficou barato para o in-

## Na pior das hipóteses teremos mercado interno igual ao de 2015

vestidor internacional, ainda que caro para nós brasileiros”.

O custo Brasil segue crescente. A valorização do dólar tem reflexos nos custos, mas o que mais preocupa Belini é a inflação das tarifas — sempre maior do que a oficial —, que deve ser menor em 2016, assim como a Selic: “O Brasil não pode continuar pagando juros tão altos, vai contra o ajuste”.

Muito em função da nova realidade do dólar — para qual não vê grandes alterações em 2016 e torce ao menos pela redução da volatilidade — Belini diz que a FCA tem na alça de mira ampliar as exportações a partir do Brasil.

“Os novos produtos que chegarão às linhas de montagens da Fiat, em Betim, e da Jeep, em Goiana, são globais e, portanto, poderão ser vendidos em vários países, desde que tenhamos

preços competitivos. O Renegade, por exemplo, poderia ser exportado para qualquer lugar do mundo, mas é a Europa hoje que o envia para os Estados Unidos.”

O câmbio ajuda, mas não é o suficiente para recolocar o País em condições de competição satisfatórias, diz Belini. Para o front interno avalia que a melhor maneira de combater a crise é ter produtos novos.

Nesse sentido a FCA pode ter boas esperanças de manter sua liderança em 2016. Afinal, a Fiat contará com uma inédita picape — a Toro — produzida em Goiana, PE, já no primeiro trimestre, e um novo compacto de entrada na sequência. E a Jeep contará com ao menos outro modelo.

De qualquer forma Belini não arrisca números mais objetivos para sua empresa ou para o mercado total.

“Que modelo econômico teremos em 2016? O que nos espera em termos de desenvolvimento? Maior aperto econômico e recuperação mais rápida ou menor e mais lenta?”

Independente disso diz que com certeza será um ano difícil. Após alguma insistência limita-se a considerar que “na pior das hipóteses devemos ter mercado interno igual ao de 2015”. E na melhor?: “Algo como 10% maior”.

Ainda assim pondera que as variantes são muitas, até mesmo no cenário internacional, o que pode deixar o horizonte brasileiro menos turvo caso, por exemplo, os preços das commodities retomem uma curva ascendente, ou nem tanto, se a China continuar em ritmo mais lento.

AD





# Indícios do passado

As dificuldades do ambiente econômico de hoje já apareciam nas projeções da Ford

Décio Costa | decio@autodata.com.br

O agravamento da crise econômica e suas implicações negativas no setor automotivo não deveriam ser uma surpresa para a indústria. Os sinais de que a dinâmica do mercado mudaria o sentido da curva já estavam no horizonte desde 2012, ano que encerra uma década de crescimento contínuo, com média de 8,5% anual: “Havia o risco de desaceleração pelo que mostrava o ambiente macroeconômico. Depois, a partir de 2013, também as vendas diretas

crescem, já chegaram a participar com 30%, e o varejo cai”, avalia Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford para a América Latina. “Isso conta até porque o ano passado não foi pior. Agora, com as empresas com menos fôlego para comprar, as quedas tornaram-se mais acentuadas.”

Para Golfarb o cenário atual ainda não permite ter previsibilidade em curto e médio prazos. Com o crédito mais caro e restritivo, além da falta de confiança generalizada, o executivo, sem

arriscar o volume, acredita até mesmo em uma deterioração nas vendas de veículos até o fim do ano.

“Não chegamos ao fim do processo. As medidas de ajustes ainda não chegaram efetivamente, o que torna ainda mais difícil prever estabilidade.”

Outra percepção de Golfarb de que o setor automotivo ainda não tocou o fundo poço, está baseada no inventário parado nas concessionárias e fábricas: “Em 2015 o estoque se manteve alto e estável, o que indica que a

produção pode cair ainda mais, lembrando que também as vendas diretas estão em queda”.

Independentemente da crise, no entanto, ele aponta distorções que “bastava parar de crescer para sentir a água bater”. Os aumentos de custos com a mão de obra, além da introdução de mais tecnologia e sofisticação no automóvel nacional exigem alta escala de produção para valer a pena.

“É a questão da competitividade. No País as montadoras são taxadas em 30% sobre o faturamento, não importando a sua situação financeira. Temos também o pior mix de veículos, baseado em modelos compactos, ou seja, os menos lucrativos, com um consumidor querendo o carro mais completo do mundo.”

Para Golfarb a hora é de pensar em eficiência, pois as mudanças nos automóveis são cada vez mais rápidas, os modelos são mais recheados de tecnologia, além do maior número de concorrentes: “A indústria sempre teve a meta de produzir mais a cada ano sem olhar para a própria casa. Mas há uma questão estrutural a discutir, que fica de lado principalmente nos períodos de crescimento. O carro, por exemplo, traz mais eletrônica embarcada a cada ano e o País não produz isso aqui. O setor precisa de um plano que garanta competitividade para brigar aqui e nos mercados externos”.

**PARTICIPAÇÃO** — A equação volume versus conteúdo, mesmo que na esfera de modelos compactos, parece ter sido solucionada pela Ford. Sua opção por

A crise pode  
dar uma grande  
virada. É uma  
oportunidade para  
pensar sobre a  
empresa que se  
quer ser amanhã.

priorizar um portfólio de modelos globais até agora se mostra bem acertada. Em um ano de 20% de declínio nas vendas, a Ford registra queda de 3,4%, o menor recuo dentre as Quatro Grandes. Sua participação chega a 10,7%, pouco mais de 1 ponto porcentual que tinha há um ano, de acordo com a Fenabreve:

“Demos um pulo de qualidade, com foco na tecnologia embarcada. A oferta de colocar mais custo no carro nos traz desafios, mas tem dado certo”, ele avalia. “Hoje o nosso volume é menor, porém temos mais participação”.

Para o ano que vem o vice-presidente da Ford prefere não falar em números, mas acredita em estabilidade com relação a 2015, com o dólar no patamar de hoje, um PIB de 0% com viés de baixa, os juros ainda altos e inflação que tende a cair. Ele destaca, no entanto, que sem visão de qual é o ajuste que virá só aumentam as incertezas para o futuro próximo: “As expectativas de hoje talvez sejam até piores do que com a execução do ajuste fiscal. Mas com ele feito o País tem condições de voltar a crescer. Só não sabemos quando a inflexão virá”.

O executivo não tem dúvidas é de que em condições normais a temperatura da indústria aumenta rapidamente, como ocorreu em passado recente na turbulência de 2008/2009:

“Na época a indústria automotiva foi a primeira a crescer. A crise pode dar uma grande virada nas empresas. É uma oportunidade para pensar sobre qual é a empresa que queremos ser amanhã”.

AD



Com o menor índice de queda dentre as três líderes de mercado, a General Motors quer encerrar 2015 com 16% de participação no ranking interno, bem próximo aos 16,5% de 2014. Para enfrentar a crise a empresa reduziu custos, manteve firme o programa de nacionalização de peças e adotou todas as medidas legais disponíveis na área trabalhista para adequar produção à demanda.

Santiago Chamorro, presidente da General Motors do Brasil, admite que “olhando para o lado a empresa vive uma situação melhor” — uma referência ao comportamento das marcas líderes. Seu objetivo é fechar o ano na ponta do varejo e vice-líder no ranking total, incluindo as vendas no atacado. Mas enfatiza que 2015 foi um ano difícil para todos. Ele acredita que o setor atingirá o fundo do poço neste último trimestre do ano e que a retomada virá por causa da demanda reprimida, mas não em 2016.

“O ano que vem também será medíocre, sem crescimento. Teremos de recompor custos, com aumento dos preços, por isso essa posição conservadora. Sem contar que a recuperação da confiança do consumidor virá aos poucos. De qualquer forma nossa intenção é ter uma GM preparada para quando a situação melhorar.”

Para o País voltar aos trilhos, diz, é preciso governabilidade e um plano econômico bem definido. Ele considera alguma volatilidade do câmbio, mas não acredita na possibilidade de cenário calamitoso pela frente.

O maior problema este ano, se-



Divulgação/GM

# Tirar proveito

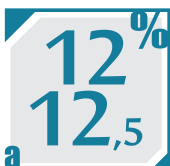
Empresa corta despesas, principalmente as não estratégicas, e amplia nacionalização para estar melhor preparada na hora da retomada

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

## Projeções



PIB



Selic



Inflação

gundo ele, foi a velocidade com que se instalou a crise: “Em dezembro de 2014 o País era um e outro em janeiro de 2015. Sabíamos que as correções viriam, mas ninguém esperava tanta recessão e a desvalorização tão acentuada do real. A queda de confiança do consumidor virou um choque, daí a crise profunda”.

A GM esperava que 2015 repetisse os números de 2014, em torno de 3,5 milhões de veículos, e agora o que se vê é um mercado interno de 2,6 milhões de unidades: “Nunca vi no Brasil um segundo semestre pior do que o primeiro, pois normalmente responde por 53% das vendas no ano”.

**NOVA ESTRATÉGIA** — Chamorro conta que no início do ano, quando percebeu o nível das dificuldades, a empresa reuniu seu comitê executivo e engavetou o plano que tinha para montar nova estratégia. Dentre as medidas adotadas a primeira foi segurar os preços. Buscou ainda acordos com os sindicatos para adequar a mão de obra: “Fizemos tudo o que a lei permitia. Atualmente negociamos a adoção do PPE nas fábricas de São Caetano do Sul [SP] e Gravataí [RS]”.

A GM adaptou sua estrutura de custos ao novo mercado: “Cortamos os custos desnecessários e renegociamos, por exemplo, contratos de energia elétrica, vendendo o excedente contratado para o ano. O mesmo processo foi adotado pelas concessionárias”.

Chamorro explica o que a empresa considera despesas estratégicas e não estratégicas:

“A estratégica é aquela que o consumidor entende. Um componente a mais no carro, por exemplo. A não estratégica é a que ele não vê”.

Para exemplificar diz que o preço cobrado por um locutor em uma das ações promocionais da marca foi considerado elevado pelo comitê executivo e, assim, não aprovado: “O locutor aceitou fazer pela metade do preço. Esse é o típico caso de despesa não estratégica. Não podemos cobrar do consumidor o custo do locutor na propaganda”.

**VENDAS** — A empresa projeta produzir 412 mil unidades para o mercado interno este ano, 25% a menos do que em 2014. Já as exportações devem crescer de 30 mil veículos no ano passado para 50 mil em 2015. O resultado é positivo, mas que não compensa as perdas internas.

Chamorro diz que o portfólio novo foi uma benção neste período de retração: “Fizemos bem em investir em produtos e em manter um relacionamento bem próximo com nossos concessionários. Embora sofrendo, como acontece com todos no Brasil, nossa rede tem nos acompanhado e vive situação melhor hoje do que outras”.

A GM também mantém firme seu projeto de aumentar ao máximo o índice de nacionalização dos veículos: “Estamos cumprindo rigorosamente o programa de ampliar em R\$ 1 bilhão as compras locais. É processo que demanda tempo, vai da negociação à validação da peça, mas caminhamos conforme o planejado.” **AD**



# Marca segue na boa contramão

Fabricante prevê fechar o ano com alta de 14% nas vendas, continuará expandindo produção e rede e vê espaço para crescer mais em 2016

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



N a contramão do mercado a Honda Automóveis registra crescimento de 18% nos primeiros oito meses de 2015 com relação ao mesmo período do ano passado, com a venda no mercado interno de 98,7 mil unidades. Em março lançou o utilitário esportivo HR-V, que até hoje tem fila de três meses de espera, de acordo com Roberto Akiyama, vice-presidente da Honda Automóveis do Brasil, e teve contribuição decisiva para a empresa operar com capacidade plena em sua fábrica de Sumaré, SP.

“Os destaques no nosso desempenho foram o Honda Fit, com 29,3 mil emplacamentos no acumulado de janeiro a agosto, e o City, com 17,8 mil unidades comercializadas, além do HR-V, que em pouco mais de cinco meses atingiu a marca de 27,4 mil unidades, o que reflete excelente aceitação no mercado.”

A previsão é a de fechar o ano com crescimento de 14% em produção e vendas.

Segundo Akiyama, assim como as



**Nós pensamos “fora da caixa”!**

A criatividade e inovação são fundamentais em tempos de crise.  
Por isso, estamos sempre à frente, superando obstáculos,  
enxergando oportunidades e criando novas idéias.

**Truck Bus Rubber Parts - líder de mercado no desenvolvimento  
e produção de soluções de antivibração e vedação**

demais fabricantes, a Honda também sente as dificuldades: “Mas diante da nossa estratégia de renovação de portfólio e o lançamento de novo segmento, com o HR-V, temos conseguido o crescimento planejado para o ano”.

Também contribui para o desempenho positivo, na sua análise, a trajetória de compromisso da Honda de oferecer produtos de qualidade e excelência em serviços de pós-vendas, “com pacote de soluções: assistência técnica qualificada, garantia, peças de reposição e valor de revenda”.

Já em exportações a previsão da Honda é encerrar o ano com queda de 76%. De janeiro a agosto a empresa exportou 302 unidades, volume 90% inferior ao do mesmo período de 2014. Esse cenário, diz Akiyama, deve-se, principalmente, à dificuldade estabelecida na balança de pagamentos da Argentina.

**INVESTIMENTO** — Na análise do executivo as dificuldades atuais do mercado de automóveis no Brasil refletem o ambiente negativo que o País vive, em função da crise econômica e política, que freia o consumo em geral:

“O setor, porém, segue em busca de novas oportunidades e alternativas para minimizar a freada atual, além de manter investimentos vislumbrando a retomada do mercado no médio e longo prazos. Estamos investindo em uma segunda fábrica de automóveis, que dobrará nossa capacidade aqui”.

Apesar da crise, portanto, o executivo diz que a empresa vê boas oportunidades: “Acreditamos que podemos

atuar de acordo com as necessidades e as realidades dos diferentes perfis de consumidores. Por isso, manteremos o cronograma de lançamentos e investimentos em produção e rede, esperando seguir crescendo em volumes de produção e vendas em 2016”.

Com a fábrica de Sumaré operando a plena capacidade, a Honda inaugura no primeiro semestre de 2016 sua segunda unidade de automóveis no Brasil — em Itirapina, também no Interior paulista —, o que permitirá ampliação da oferta de produtos no mercado nacional.

“Assim, nossa expectativa é seguir crescendo, mas ainda não fechamos a projeção para o ano que vem devido às incertezas do ambiente macroeconômico. Quanto à exportação, a desvalorização do real favorece negócios, mas a recuperação dos resultados dependerá de acordos que estão sendo estabelecidos com outros países.”

Akiyama destaca o potencial do Brasil, lembrando ser uma das cinco maiores economias do mundo:

“Atualmente observamos regiões com crescimento significativo e outras com redução nas atividades, e acreditamos que podemos atuar, como disse, de acordo com as necessidades e a realidade dos diferentes perfis de consumidores.”

Em relação às perspectivas macroeconômicas, ele ressalva que o momento é de bastante turbulência política e econômica, dificultando qualquer projeção mais consistente: “Trabalhamos, portanto, com as projeções dos grandes bancos brasileiros”. **AD**

Acreditamos que  
podemos atuar  
de acordo com  
as necessidades e  
as realidades de  
diferentes perfis  
de consumidores





# A ESCOLHA CERTA PARA O PRÊMIO AUTODATA.

A ZEN vem superando inúmeros desafios ao longo de sua história. **Uma empresa sólida e genuinamente brasileira, que investe continuamente em inovação** como forma de vencer qualquer cenário de crise de maneira sustentável, destacando-se, assim, no **mercado global e conquistando o reconhecimento de clientes e parceiros no mundo todo.**

Nos sentimos lisonjeados e agradecidos pela indicação a este importante prêmio. **Seguiremos investindo em tecnologia e em nossa visão de um futuro promissor para merecer, cada vez mais, o seu reconhecimento.**

**ZEN, a escolha certa.**

VOTE NA ZEN PARA O PRÊMIO AUTODATA 2015,  
CATEGORIA FORNECEDOR DE PEÇAS, PARTES E COMPONENTES.



# Fazer a lição de casa

Na Iveco o momento exige esforços para aperfeiçoar processo e daí sair mais forte na hora em que o mercado voltar

Décio Costa | [decio@autodata.com.br](mailto:decio@autodata.com.br)

A falta de confiança generalizada em todos os ramos da atividade econômica do País agiganta o ponto de interrogação na cabeça dos dirigentes das grandes montadoras de caminhões: “É difícil olhar para 2016 e acreditar que tudo será diferente”, diz Marco Borba, vice-presidente da Iveco para América Latina. “Mas também penso que não será pior do que vivemos hoje. Acho que não estaria equivocado se estivesse uma estabilidade com relação ao que será o fim deste ano”.

Pelas projeções da fabricante de Sete Lagoas, MG, o mercado de caminhões deve encerrar este ano com volume na faixa de 85 mil a 90 mil unidades negociadas, patamar próximo aos registrados na segunda metade da década passada: “Não se aposta mais em um 2016 melhor, ao contrário do que se imaginava no início de 2015. Temos é que fazer a nossa parte e nos adequar à realidade do momento. Importante é continuar fazendo tudo aquilo que é investimento em melhorias de



Divulgação/Iveco

processos, de produtividade, porque na hora em que o mercado voltar, e ele vai voltar, estaremos mais fortes, mais capacitados”.

Até 2016 a montadora consolida R\$ 650 milhões no seu complexo industrial para reforçar a produtividade, com foco em qualidade, pesquisa e desenvolvimento, além de ampliar a nacionalização de componentes. A empresa tem terreno de 257 mil m<sup>2</sup> ao lado da fábrica onde já foram investidos R\$ 16,2 milhões em obras de infraestrutura para instalar um condomínio de fornecedores. Dos vinte lotes disponíveis oito já foram reservados.

**TEMPOS DUROS** — De acordo com Borba a verdade é que o desaquecimento econômico já se mostrava no horizonte no ano passado e prenunciava uma temporada de tempos mais difíceis: “No fim de janeiro de 2014, com o vaivém das regras do Finame, surgiu a preocupação em como manter o mercado com os atuais subsídios de financiamento”, lembra. “Mais importante, no entanto, é a falta de visibilidade. Não existe nenhuma restrição com relação à redução de incentivos, mas nos últimos dois anos a indústria praticamente teve de se virar em termos de previsibilidade”.

O executivo salienta que o segmento de bens de capital depende de regras muito claras de financiamento para poder girar seus negócios, “e não se compra um caminhão ou uma máquina tirando dinheiro do próprio bolso, pois o empresário adquire um equipamento para gerar resultados”.

Mas, de forma independente do ambiente de hoje, o vice-presidente da Iveco acredita em um mercado brasileiro que comporta volume muito maior de caminhões do que se vê hoje. Em sua avaliação o País absorveria facilmente 200 mil unidades anuais.

“O Brasil ainda é muito carente de infraestrutura e diversos investimentos já estão mapeados. Tenho muita crença no País porque ainda há muito para se fazer. O patamar que estamos vendo hoje não corresponde à realidade do Brasil tanto pela necessidade atual quanto pela futura.”

Borba considera, no entanto, que para o mercado alcançar o estágio esboçado por ele são necessárias diversas outras ações, como regras claras com relação ao financiamento, uma política econômica condizente com a realidade e suas necessidades, além de medidas adicionais, por exemplo, a renovação de frota: “Cedo ou tarde esse é um problema que temos de acabar enfrentando. É um processo interessante para todos, da segurança nas estradas aos melhores índices de poluição, passando pela economia de combustíveis”.

Embora as dificuldades atuais elevem o nível de desconfiança e criem obstáculos para o mercado comprador, o executivo indica as exportações como um fator positivo em meio à crise. “O dólar não resolve tudo, mas tem ajudado a segurar a elevação dos custos, porque na hora de vender lá fora se obtém maior rentabilidade.”

Segundo o dirigente da Iveco as exportações têm trazido resultados

animadores nos negócios da empresa. Embora em alguns países a Iveco tenha uma base pequena de comparação, Borba contabiliza crescimento de até 300% em alguns mercados.

“É uma grata satisfação. O Paraguai tem se apresentado como uma surpresa positiva, o Uruguai também é outro país em que temos percebido um crescimento interessante. O novo acordo com a Colômbia traz mais possibilidades, além das oportunidades na América Central.”

Borba destaca, porém, que esses mercados são bem menores que o doméstico e que não adianta registrar uma queda de 50% nas vendas de caminhões e querer compensar em outros países: “Ajuda, mas não equipara. A saída é continuar trabalhando forte no mercado brasileiro, porque aqui temos a maior rede instalada e maior compromisso. O Brasil é o principal mercado da América Latina e, apesar da queda, continua sendo”.

A situação econômica do País, ele diz, continua piorando, com juros mais altos e até mesmo uma estimativa de déficit no orçamento do governo. Para ele, no entanto, o melhor a fazer é olhar para frente, cuidar de arrumar a própria casa e buscar novas oportunidades: “Acredito que o governo está empenhado em colocar a casa em ordem. Ninguém mais aposta em um cenário de caos como no passado. Trabalhamos com a expectativa de que em breve o mercado volte a se estabilizar e, daí, o crescimento retorna. Se fosse para pensar em um cenário de terra arrasada a postura seria outra”. **AD**



O presidente MAN Latin America, Roberto Cortes, usa a expressão tempestade perfeita para definir o atual ambiente econômico do País e, em especial, o do segmento de caminhões e ônibus durante o ano de 2015: “O que acontece hoje é uma conjugação de diversos fatores. E aqueles setores que demandam investimentos, como o nosso, são os mais afetados pela crise. É o preço de um ajuste de uma economia que, digamos, era mais influenciada por ações governamentais e, agora, por uma mais liberal”.

Cortes, no entanto, acredita em uma desproporção do tamanho da queda nas vendas de caminhões com a realidade do País. Ele não duvida da gravidade da turbulência e dos seus efeitos, mas há outros ingredientes para determinar os quase 50% de retração nos negócios de veículos pesados: “Os fundamentos da economia ainda são sólidos. Os fatores que determinam a queda não são apenas econômicos, também há a influência psicológica, o nível de confiança do investidor”.

Para entender as condições de hoje e seus resultados na atividade do setor, o dirigente da MAN recorda as medidas anticíclicas adotadas em passado recente ou mesmo a antecipação de compras de caminhões e ônibus ocorrida em virtude da mudança na legislação ambiental da Euro 3 para Euro 5: “O crédito farto e barato talvez tenha elevado um pouco a indústria no período 2010-2011”.

No entendimento de Cortes, porém, a situação de hoje deve estar gerando



Divulgação/MAN

# Influências psicológicas

A retomada do mercado só se dará com algum fato novo que promova a volta da confiança do investidor

Décio Costa | [decio@autodata.com.br](mailto:decio@autodata.com.br)

uma demanda reprimida: “Este ano estamos tratando de uma indústria de caminhões de 75 mil a 80 mil unidades. Estamos voltando ao nível de 2001, 2002. Ou seja, alguma coisa está errada, afinal, o País é outro”.

Embora ele apostasse no fim mais rápido da crise, ainda no terceiro trimestre de 2015, agora acredita só na recuperação, mas não arrisca quando.

“O País e o empresariado precisam de um fato novo, que dê expectativa, uma possibilidade de reversão para o mercado poder voltar. Certamente ocorrerá uma recuperação a partir dos ajustes que estão sendo feitos agora. Sentimos isso no dia a dia. Temos clientes que já estariam na hora de renovar sua frota, mas ainda esperam, gerando uma demanda que pode afetar o ano que vem.”

**ACORDO** — Para atravessar o ano e manter os esforços para sair fortalecida ao final da tempestade, a MAN não cortou investimento e ainda tem conseguido preservar praticamente inalterado seu quadro de mão de obra a partir de ações adotadas em consenso com seus funcionários: “Em outubro do ano passado já falava da necessidade de medidas de ajustes”, lembra Cortes. “Chamei o Sindicato dos Metalúrgicos do Sul Fluminense para elaborar um plano-ponte com o objetivo de atravessar a crise de mãos dadas, sempre evitando as demissões”.

Segundo Cortes o acordo vale tanto para a MAN quanto para os oito fornecedores que participam do consórcio modular de Resende, RJ, o que envolve

4 mil funcionários: “Duas sextas-feiras por mês, desde janeiro, ninguém trabalha na fábrica. A medida vale até dezembro e dependendo do que acontecer não descartamos discutir o PPE [Plano de Proteção ao Emprego]”.

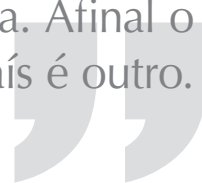
Sua aposta, porém, não joga todas as fichas na retomada em 2016:

“Trabalhamos com cenário de recuperação, porque tem de acontecer: a questão é em quanto tempo. Por isso precisamos estar prontos, evitando demissão em massa, para não perdermos capacidade. E é claro que temos um plano B se tudo continuar como está”.

Apesar do certo otimismo com que encara as dificuldades de hoje, Cortes também aponta outros tantos casos que diariamente impendem enxergar o horizonte com clareza. Ele, por exemplo, cita as diferentes expectativas para o PIB a cada nova semana e os desdobramentos políticos que amplificam as más condições da economia: “Uma hora isso tem de mudar, não é possível o País carregar isso nas costas por tanto tempo. Com tudo isso fica difícil acreditar em uma retomada logo no início do ano que vem”.

Mesmo com o novo patamar do dólar, o que pode reacender a competitividade do produto brasileiro e tornar as exportações espécie de salvaguarda em tempos de mercado interno retraído, o presidente da MAN tem suas ressalvas: “O dólar tem dois lados: dá mais rentabilidade ao exportar, mas influencia os custos internos. E por mais rentável que se torne a exportação os nossos principais mercados também vivem situações difíceis”. **AD**

Em caminhões  
estamos voltando  
aos níveis de 2001  
e 2002. Ou seja:  
alguma coisa está  
errada. Afinal o  
País é outro.





Simão Salomão

# Um bode novo todo dia

Dirigente da Mercedes-Benz do Brasil credita à falta de confiança a crise no mercado de caminhões. E ainda vê risco de piorar.

Décio Costa | [decio@autodata.com.br](mailto:decio@autodata.com.br)

**E**m uma projeção otimista o mercado de caminhões deve fechar o ano com 75 mil unidades emplacadas. A estimativa, do presidente da Mercedes-Benz no Brasil, Philipp Schiemer, não se baseia apenas no desempenho de janeiro a agosto deste ano, quando as vendas atingiram 49,6 mil unidades, um recuo de 43,5% em

relação às 87,8 mil do mesmo período de 2014. Mas também na percepção de que o segundo semestre não será melhor do que o primeiro, conforme a expectativa da maior parte dos representantes do segmento de caminhões.

“Agosto costuma ser um bom mês de vendas e um tipo de termômetro para o segundo semestre. Acabou que

foi pior do que julho”, conta Schiemer. “Além disso o real está mais desvalorizado, os juros mais altos e a inflação fora do centro da meta. Todo dia surge um bode novo, como a surpreendente estimativa do orçamento com déficit. Isso tudo cria ainda mais incertezas, o que influencia de maneira negativa o negócio de caminhões.”



Com cenário tão nebuloso o executivo nem mesmo acredita que o segmento de transporte de carga chegou ao fundo do poço, pois “se assim fosse já teríamos uma visão mais clara do horizonte. É bem possível piorar. A perda do grau de investimento pode provocar mais recessão.”

Segundo Schiemer não há indicações no cenário que possam reverter a situação, caso dos índices macroeconômicos cada vez piores e os projetos de infraestrutura parados ou em andamento tímido. Mesmo no agro-negócio, retrato de uma realidade econômica mais robusta no País e grande comprador de caminhões, o executivo vê dificuldades por uma contaminação das incertezas.

“O campo ainda colhe bons resultados, mas é muito dependente do dólar. Se hoje há rentabilidade nas vendas externas também se compra muito em dólar. Vale lembrar ainda que os financiamentos estão mais restritivos, os preços das commodities caíram e os fretes aumentaram. Os custos em geral cresceram, gerando desconfiância.”

Outro fato capaz de justificar parte da acentuada queda nas vendas de caminhões foi a facilidade oferecida ao comprador: “Durante bom período no passado o empresário adquiriu caminhão subsidiado”, lembra Schiemer. “Diante de tantas incertezas e com frota relativamente nova no parque o transportador deixa de comprar”.

Para começar a destravar a economia e com ela o mercado, o presidente da Mercedes-Benz avalia ser necessário “se concentrar em uma agenda macroe-

Neste período  
as fraquezas se  
tornam mais  
evidentes,  
exigindo coragem  
para tomar  
decisões

conômica agora para que algum resultado apareça no segundo ou terceiro trimestre de 2016. Caso nada aconteça a recuperação virá somente em 2018”.

O dirigente da Mercedes-Benz, porém, não deixa de acreditar no potencial do País, em um mercado de 150 mil a 200 mil unidades anuais. Mas para isso a confiança do investidor e o crescimento do País precisam voltar à cena: “O Brasil tem tudo para crescer. Não precisa ser 7%, mas que seja 3% de maneira estável”.

O ambiente de pouca visibilidade impede Schiemer de fazer projeções nítidas para o ano que vem. Mesmo as exportações são vistas com cautela:

“O câmbio ajuda, mas também tem seu efeito no custo das peças. O mercado venezuelano está morto, a Argentina, mesmo que tenha merca-

do, tem problemas de pagamentos e o restante da América Latina demanda muito pouco volume. Há oportunidade de retomar transações com o Oriente Médio e a África, mas é um processo de reconquista que leva tempo”.

**AUTOMÓVEIS** — Enquanto o ano não termina e 2016 não chega, Schiemer esforça-se em arrumar a casa. A Mercedes-Benz foi a primeira das montadoras a fazer um acordo nas bases do PPE, Programa de Proteção ao Emprego. As partes ajustaram redução de 20% na carga horária de trabalho e de 10% no salário por nove meses mais três prorrogáveis, o que garante estabilidade por doze meses.

“Ganhamos um fôlego”, admite. “O programa é um instrumento de flexibilidade, mas não resolve no longo prazo. Se daqui a um ano não melhorar precisaremos enfrentar uma nova realidade e, daí, se readequar.”

Com a rotina da fábrica acertada o executivo também lembra que a Mercedes-Benz não pode ficar parada. Além do reforço nos serviços de pós-vendas e novos produtos, inaugura no primeiro trimestre de 2016 a unidade de automóveis de Iracemápolis, SP.

Certo de um horizonte de muito trabalho, com mais uma fábrica para tocar, Schiemer, no entanto, resume o momento como aquele diante de uma encruzilhada: “Apesar da crise, o período até se mostra bom, pois as fraquezas se tornam mais evidentes, exigindo coragem para tomar decisões. Essa é a oportunidade de consertar, mas há um preço a se pagar”.

AD

# Ainda jovem

François Dossa avalia que por estar há pouco tempo aqui a empresa tem espaço para continuar a crescer no ano que vem

Redação AutoData | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

Com a sua nova fábrica de Resende, RJ, inaugurada em abril do ano passado, mais as operações de São José dos Pinhais, PR, a Nissan do Brasil quase dobrará sua produção, projetando fabricar 60 mil veículos este ano contra os 33,9 mil de 2014, considerando a unidade fluminense e a paranaense. A informação é do presidente da montadora, François Dossa, que destaca que o objetivo da empresa para este ano é ampliar participação no mercado brasileiro, o que considera positivo em um mercado em queda: “Superaremos os 2,5% de participação, contra 2,2% em 2014”.

Sobre o comportamento atual do mercado, Dossa projeta um terceiro trimestre ainda bastante difícil, pois para o ano projeta queda superior aos 20% registrados até agosto. Para ele a retomada só virá após 2016.

O fato de a empresa ter inaugurado fábrica em pleno período de retração em nada afetou, segundo o executivo, os planos da empresa no Brasil.

“Não fizemos um investimento de



Ana Colla

R\$ 2,6 bilhões no País pensando em curto ou médio prazo. A fábrica de Resende é um alicerce para o nosso plano de ganhar participação de mercado nos próximos anos.”

Dossa ressalva que, apesar de a Nissan ser uma das maiores fabricantes de veículos do mundo, no Brasil ela ainda não é muito conhecida: “Somos ainda muito jovens no mercado nacional. Chegamos ao País como importadores só em 2000 e, assim, temos de investir em um processo de conquista gradativa dos consumidores”.

Nesse sentido, o presidente da Nissan destaca ações que a empresa vem desenvolvendo para a comunicação dos atributos de uma marca japonesa que se vincula à qualidade, confiabilidade e segurança, reforçada pela divulgação de ser uma empresa com produção local:

“Por isso estamos investindo no reforço de nossa imagem no País e o patrocínio dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 é um grande diferencial, que mostrará aos brasileiros que estamos aqui para ficar e para produzir localmente veículos com muita qualidade e preço justo”.

Para o ano que vem Dossa espera estabilidade do mercado como um todo, mas projeta crescimento da marca principalmente em função dos patrocínios dos jogos que serão realizados no Rio de Janeiro e dos revezamentos da Tocha Olímpica e da Tocha Paralímpica: “Com os revezamentos levaremos os jogos para todo o Brasil e será uma grande oportunidade de mostrar nossos veículos e nosso atre-

vimento por todo o território nacional em uma ação única e emocionante.”

A empresa também prepara lançamentos para 2016, sobre os quais Dossa por enquanto não adianta pormenores: “Novidades em produtos e versões são importantes para atrair consumidores em um mercado cada vez mais exigente. Avaliamos, assim, várias possibilidades. Nosso compromisso é o de sempre oferecer o melhor ao consumidor e isso nos ajudará a crescer mesmo neste momento difícil”.

Sem revelar qual é a meta de market share da Nissan para 2016 Dossa só adianta que a companhia planeja crescer nos próximos anos: “Estamos investindo para conquistar maior participação. Mas com o cenário econômico indefinido é difícil fazer prognósticos. Cresceremos tanto em vendas como em produção, mas temos vários cenários diferentes e, por isso, prefiro ainda não contar os nossos objetivos”.

Em relação às vantagens e desvantagens da desvalorização do real, o presidente da Nissan diz que desde a inauguração do complexo industrial de Resende a empresa desenvolve trabalho forte para aumentar os índices de nacionalização de seus dois produtos lá fabricados:

“O objetivo é não ficarmos suscetíveis às variações cambiais e este ano aceleramos ainda mais essa ação. Isso será uma vantagem em breve. Também começamos a avaliar a possibilidade de exportação de veículos, mas ainda é apenas uma análise, pois nosso foco é, e continuará sendo, o mercado nacional”.

AD

## Projeções



PIB



Selic



Inflação



Dólar



**CORREIOS.  
PARCERIA QUE  
FORTALECE AS MICRO  
E PEQUENAS EMPRESAS.**



Fale com os Correios: [correios.com.br/falecomoscorreios](http://correios.com.br/falecomoscorreios)  
CAC: 3003 0100 ou 0800 725 7282 (informações) e  
0800 725 0100 (sugestões e reclamações)  
Ouvidoria: [correios.com.br/ouvidoria](http://correios.com.br/ouvidoria)  
SIC: [correios.com.br/acessoainformacao](http://correios.com.br/acessoainformacao)

Os Correios oferecem as melhores soluções para facilitar a gestão do seu negócio. Além de produtos fundamentais para a conquista de novos mercados, como o Exporta Fácil, o Marketing Direto e o E-commerce, sua empresa também conta com o cartão Correios Fácil, que dá acesso a serviços e ferramentas exclusivas, preços diferenciados e melhores prazos para pagamento. Viu só? A parceria dos Correios faz toda a diferença para que as micro e pequenas empresas ganhem ainda mais força.



#ISSOÉENTREGA



Marketing Direto

E-commerce

Exportação



**CARTÃO CORREIOS FÁCIL**  
Solicite o seu nas agências dos Correios ou  
peça a visita de um consultor pelo site  
[CORREIOSPARCERIA.COM.BR](http://CORREIOSPARCERIA.COM.BR)

 **Correios**

# Mais do mesmo

Carlos Gomes, presidente da PSA, não espera nenhuma grande mudança para o setor automotivo brasileiro em 2016

Redação Autodata | [redacaoad@autodata.com.br](mailto:redacaoad@autodata.com.br)

A PSA Peugeot Citroën já dá como certo que 2015, definitivamente, não deixará saudades para seus executivos, funcionários e revendedores. A exemplo da maioria dos concorrentes, o grupo francês já sabe, desde o início do segundo semestre, que o vermelho predominará nas planilhas da empresa ao fim deste ano. Embora não revele qual o tamanho do recuo que espera, admite que nem vendas, nem produção e nem exportações escaparão de um incômodo resultado com relação a 2014, ano já difícil para o grupo.

Parte dessa forte curva descendente e acima da média do mercado brasileiro — no caso das vendas, por exemplo, da ordem de 41% no acumulado de janeiro a agosto das marcas Peugeot e Citroën somadas — a empresa credita a processo interno global, batizado de Back in the Race, que objetiva a recuperação econômica do grupo, ainda que em detrimento de participação e volumes, como se nota.

“No geral, teremos quedas em linha



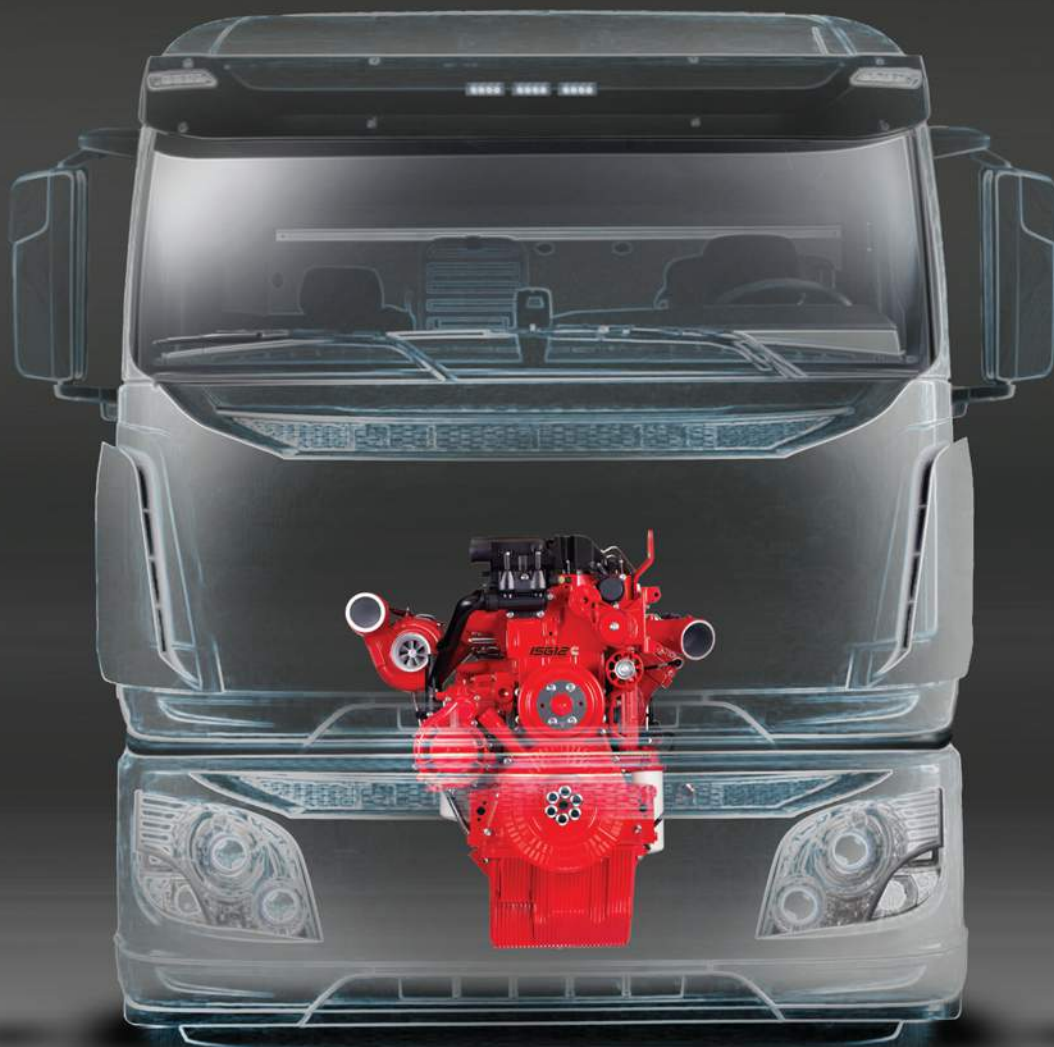
Divulgação/PSA



Nosso coração pulsa mais forte  
**dentro do seu caminhão.**



newmedia



**Cummins.**  
**Indicada no Prêmio AutoData 2015,**  
**categoria Produtor de Motores e**  
**Personalidade do Ano.**

A tecnologia e inovação constante empregada nos motores Cummins, aliada aos melhores resultados em custo de operação, confiabilidade e durabilidade do mercado, fazem de nossas soluções integradas a escolha certa para fazer parte da sua vida.

**#PARTEDA**  
**SUAVIDA**

0800 CUMMINS  
0800 286 6467  
falecom@cummins.com  
[www.cummins.com.br](http://www.cummins.com.br)



ou acima das apresentadas pelo mercado”, reconhece Carlos Gomes, presidente para o Brasil e América Latina da PSA Peugeot Citroën, que espera queda do mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves acima dos 20% este ano. “E tivemos que readaptar nossos volumes a um mercado menor tanto no Brasil quanto na Argentina, o que nos afetou sensivelmente.”

Gomes entende ainda ser cedo para fazer alguma projeção mais precisa para o ano que vem, sobretudo depois da recente mudança do grau de investimento do Brasil por agência internacional de análise de risco. Mas sua percepção, de qualquer forma, é a de que o quadro macroeconômico não deve mudar radicalmente no curto prazo:

“O dólar deve continuar relativamente valorizado frente ao real, a taxa de inflação tende a seguir em patamar elevado, fazendo com que o Banco Central mantenha a Selic alta, de modo que continuaremos com uma das maiores taxas de juros nominais do mundo”.

No que se refere às vendas internas de veículos, a empresa trabalha com vários cenários. Os melhores deles, asseguram seus executivos, indicam estabilidade com relação aos já debilitados números deste ano: “O mercado só deve retomar sua trajetória de crescimento em 2017 ou 2018”.

Gomes é cauteloso também quando analisa o cenário das exportações no ano que vem. O atual patamar do real frente ao dólar não é suficiente ainda para que aposte firme no aumento significativo do número de

embarques: “É preciso verificar como a desvalorização do real abrirá novas frentes de negócio, com a ressalva de que os mercados potenciais da região estão atravessando, em sua maioria, em maior ou menor medida, uma crise semelhante, o que não é obviamente o cenário ideal”.

Apesar do quadro ainda incerto, a PSA espera ligeiro aumento de suas vendas internas e também da produção na fábrica de Porto Real, RJ. As exportações da empresa dependerão — novamente — muito da recuperação das economias vizinhas e, sobretudo, da Argentina e das regras que lá prevalecerão.

“Hoje, com as condições voláteis da economia, essas previsões podem se alterar rapidamente”, pondera Gomes, que recorda que Porto Real continua dedicando cerca de um terço de sua produção para a exportação. “Estamos revendo-as constantemente, levando em conta os diversos cenários.”

A atual desvalorização do real, por outro lado, já é considerada como indutora de maior urgência para aumento do conteúdo local da operação brasileira, “em volume e em profundidade”, o que pode ainda gerar boas oportunidades para os fornecedores daqui.

No entanto, alerta o presidente da PSA, a empresa segue importando da Europa muitas peças de alto teor tecnológico para os veículos que produz no Rio de Janeiro e que, como consequência, estão cada vez mais caras e afetam a competitividade de Citroën e Peugeot no mercado interno. **AD**

A empresa deverá  
aumentar o  
conteúdo local da  
operação brasileira  
em volume e em  
profundidade



Technyl® da Rhodia Plásticos de Engenharia - a especialista global em soluções em Poliamida - celebrou em 2013 seus 60 anos como o material de escolha dos maiores players da indústria. Desde 1953, a tecnologia de alta performance do Technyl permitiu criar valor através de inovação em diversos mercados como o automotivo e transporte, construção e energia, bens de consumo e equipamentos industriais. Hoje a família do Technyl está mais forte do que nunca com quatro novos produtos de diferenciação e serviços oferecidos - Technyl® Force - os quais a Rhodia Plásticos de Engenharia possui liderança e expertise. Para mais informações: [www.technyl.com](http://www.technyl.com)

For Europe, Middle-East and Africa, contact us at [technyl-emea@solvay.com](mailto:technyl-emea@solvay.com)

For North and South America, contact us at [technyl-americas@solvay.com](mailto:technyl-americas@solvay.com)

For Asia-Pacific, contact us at [technyl-apac@solvay.com](mailto:technyl-apac@solvay.com)



**RHODIA**  
SOLVAY GROUP

60 YEARS OF PERFORMANCE: TECHNYL® IS STRONGER THAN EVER

# THE TECHNYL FORCE



**FLUID BARRIER**  
by **TECHNYL®**

Assegurar excelente resistência química em ambientes altamente exigentes



**FIRE PROTECTION**  
by **TECHNYL®**

Atender aos mais rigorosos padrões para máxima segurança em performance



**METAL REPLACEMENT**  
by **TECHNYL®**

Otimizar o design da sua peça enquanto alcança significativa redução de peso



**THERMAL MANAGEMENT**  
by **TECHNYL®**

Manter componentes do motor em temperaturas ideais de operação





Simão Salomato

# Confiança é tudo

Com a fábrica de motores de Porto Feliz ativa e a ampliação da capacidade de Sorocaba a Toyota espera ganhar participação de mercado em 2016

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)

Com vendas estáveis este ano e ganho de participação frente à queda acima de 20% do mercado em geral, a Toyota inaugura em 2016 sua fábrica de motores de Porto Feliz, SP, e passa a comprar transmissões da Aisin do Brasil, ampliando assim seu índice de nacionalização. Além disso concluirá as obras de ampliação da unidade de Sorocaba, SP, onde produz o Etios, expandindo a oferta do modelo em 50%, de 84 mil para 108 mil unidades/ano.

Diante das novidades, o coordenador chefe da companhia para a América Latina e Caribe, Luiz Carlos Andrade Jr., acredita que a marca terá condições de continuar ampliando market share no País: "Ainda não fechamos os números para 2016, mas a princípio vemos espaço ganhos de participação".

Com duas horas extras em suas duas fábricas paulistas — Sorocaba e Indaiatuba —, a Toyota prevê fechar 2015 com 195 mil emplacamentos, mesmo volume de 2014: "É resultado excepcional para um mercado com queda de 22%", avalia Andrade. "Nossa participação subirá de 5,6% para 6,9% de um ano para o outro."

O mercado total, na sua opinião, deve fechar em torno de 2 milhões 660 mil veículos. Para 2016 Andrade projeta pequena queda, para 2,6 milhões: "Hoje o setor está operando abaixo da sua capacidade de mercado por causa da falta de confiança do consumidor".

No caso da Toyota, a confiança na marca, segundo Andrade, tem sido decisiva para o desempenho positivo este ano: "Quem não corre, morre", obser-

vou ao falar das ações de varejo que a empresa vem desenvolvendo justamente para conquistar a confiança do consumidor: “A crise mostra coisas que às vezes não vemos. O atendimento na rede, o valor de revenda dos veículos e a confiança na marca têm sido fatores decisivos para nosso nível de vendas. É uma grande vertente”.

A rede Toyota, de acordo com o executivo, está satisfeita e continua crescendo. Dentre as ações em andamento estão os minifeirões realizados em áreas onde não há revenda instalada: “Vamos até lá junto com o pessoal da concessionária que cobre a região e fazemos uma série de atividades para divulgar nossos modelos.”

No mercado de taxistas a Toyota crescerá 200% este ano, com a venda de 4,1 mil unidades do sedã Etios ante as 1,8 mil de 2014.

**VISÃO EXTERNA** — Andrade revela ainda que em meados de setembro a empresa reuniu dez economistas de renome para conversar com um grupo que veio do Japão para entender o atual momento econômico brasileiro.

“O board mundial tem uma visão bastante macro, envolvendo médio e longo prazos, mas é importante para os executivos entenderem o que acontece no Brasil e ouvir pessoas daqui. Os problemas não seriam tão grandes não fosse pela governança. Enquanto não se resolver a questão política não se resolve a econômica.”

A Toyota inaugura a fábrica de Porto Feliz no primeiro semestre do ano que vem para, inicialmente, produzir mo-

tores 1.3 e 1.5 para o Etios. Porto Feliz e a ampliação de Sorocaba gerarão quinhentos empregos diretos.

“Com o dólar do jeito que está o aumento da localização de peças favorecerá nossa composição de custos. Ainda não temos números exatos quanto ao nosso novo índice de nacionalização porque teremos de conviver um tempo com importação e produção local”, conta o executivo, que destaca a nova Hilux, produzida na Argentina, como novidade no mercado brasileiro até o fim deste ano.

Além do desempenho positivo no mercado interno, a Toyota também está ampliando suas exportações este ano. A Argentina, por exemplo, comprará 39 mil carros do Brasil, 6% a mais do que em 2014: “Também exportamos para o Uruguai e o Paraguai, sendo que nesse último caso mandamos carros flex, o que para o Japão foi uma boa novidade”.

Apesar de o Brasil ter perdido grau de investimento no ranking de uma agência internacional no início de setembro, o coordenador chefe da Toyota acredita que os investidores internacionais sabem que em algum momento a economia brasileira reagirá e, por isso, têm consciência da importância de manter os aportes aqui:

“Por enquanto foi uma agência só e como não teve nenhuma medida drástica por parte do governo brasileiro o clima rapidamente acalmou-se. Não teve grandes repercussões internacionais. Como dizem alguns economistas o Brasil é muito maior do que tudo isso que a gente está vendo”. **AD**

## Projeções



PIB



Selic



Inflação

**S**e quisesse a Volvo teria todas as justificativas do mundo para lamentar seus resultados e praguejar 2015: até agosto acumulava queda de impressionantes 55% nas vendas na comparação com o ano passado — em volume, isso significa que os 13 mil caminhões vendidos nos oito primeiros meses de 2014 se transformaram em apenas 5,7 mil no mesmo período deste ano. Ou menos da metade, simplificando a conta.

Mas a fabricante instalada em Curitiba, PR, tem outra forma de enxergar as coisas: ainda que reconheça a gravidade da situação o novo presidente do Grupo Volvo Latin America, Claes Nilsson — no posto desde janeiro, justamente quando a queda nas vendas começou a se mostrar mais pronunciada —, lembra que seu índice de baixa está muito próximo àquele da média do mercado nos segmentos em que atua, pesados e semipesados, e que neste ano deverá manter a liderança dos pesados, repetindo 2014: “Este é o nosso objetivo”.

O executivo aponta ainda que o segundo semestre, rigorosamente dentro do possível, está sendo melhor do que o primeiro:

“Começamos o ano com estoques altos, pois a retração coincidiu com o lançamento da nova geração dos FH. Isso nos forçou a cortar o quadro de funcionários, utilizar ferramentas de flexibilidade, como lay-off e férias coletivas, além de encerrar um turno de produção. Agora estamos melhor adaptados ao atual ritmo do mercado, que está demonstrando nos últimos



Divulgação/Volvo

## 300 mil razões para acreditar

Volvo espera mercado estável para o ano que vem e encontra motivos para celebrar 2015, como significativo marco histórico de produção em Curitiba

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br



meses um patamar estável, ainda que baixo”.

Diante da falta de qualquer indicativo de que algo vá mudar até o fim do ano, Nilsson estima que 2015 feche com volume de 40 mil a 45 mil caminhões pesados e semipesados vendidos no País. Para a Volvo o cenário deve ser mesmo de queda no ano próxima a 50% ante 2014.

A razão para um ano tão difícil, diz ele, está no “pessimismo psicológico” do frotista aliado à renovação de frota ocorrida nos últimos anos: “Às vezes a situação do cliente nem está tão ruim assim, mas ele posterga as compras, temeroso de que as coisas possam piorar mais para a frente. Há até caso de frotistas com mais carga para transportar, como no agronegócio, porém, como eles têm caminhões novos rodando, com apenas um ou dois anos de uso, podem esperar mais um pouco para adquirir veículos zero quilômetro.”

**REPETIÇÃO** – Para 2016, “muito difícil de prever”, Nilsson espera um comportamento mais linear do mercado, o que representaria repetição do resultado de 2015 nos pesados e semipesados. O executivo entoia o coro dos que afirmam que o mercado se recuperará em algum momento, mas “não vamos especular quando é que isso, afinal, acontecerá”.

As exportações poderão representar algum incremento na produção, mas nada muito significativo, e restrito à América Latina: “O mercado estadunidense é distinto e o europeu vai entrar no Euro 6, o que limita possí-

veis embarques. E nossos dois maiores clientes, Chile e Peru, também pararam de crescer”.

De qualquer forma as estimativas para o mercado externo também são estáveis, tanto em 2015 ante 2014 quanto em 2016.

Independentemente do quadro atual, a Volvo não deixa de se movimentar: inaugurou no fim de setembro centro de distribuição de peças em São José dos Pinhais, PR, vizinha a Curitiba, com o dobro do tamanho do anterior. A nova instalação ocupa 33 mil m², tem vinte docas de carga e descarga e capacidade para armazenar 83 mil itens e um pátio adicional.

E em outubro a marca celebra a produção do veículo de número 300 mil na fábrica de Curitiba – a unidade começou a ser construída em 1977, fabricou o primeiro ônibus em 1979 e o primeiro caminhão um ano depois.

Mais: há pouco inaugurou concessionária em Cuiabá, MT, a quinta casa nova em 2015. A rede fechará o ano com 97 lojas, que deverão crescer, ainda que bem pouco, para cem até o fim do ano que vem.

Para quem acha que isso já seria o suficiente em um ano como o que vive o mercado de caminhões, o executivo lembra que a Volvo é a única grande montadora do segmento confirmada para a Fenatran, em novembro.

“Mantivemos nosso programa de investimentos intocado apesar da situação atual. Continuamos a desenvolver novos produtos e tecnologias. Acreditamos no mercado brasileiro e não ficaremos parados”. **AD**

## Projeções



PIB



Selic



Inflação



Dólar

Quando chegou ao País, em janeiro, para assumir a presidência da Volkswagen do Brasil, o sul-africano David Powels tinha sobre sua mesa projeções de um mercado interno de 3,3 milhões de automóveis e comerciais leves. Ao atender **AutoData** no fim de setembro começou justamente falando das informações que teve do board ao ser convidado para o cargo e da nova perspectiva de se encerrar 2015 com 2,5 milhões de emplacamentos: “É uma queda de 25% com relação a 2014 e de 30% sobre 2013. Não esperava uma encrência tão grande”.

E Powels vai mais longe, admitindo que ao acertar sua vinda para cá a informação do próprio board era a de que os problemas no Brasil já tinham sido superados. Mal sabiam eles o que estava por vir. Em sua segunda passagem pelo País — foi vice-presidente de finanças e estratégia corporativa da VW de 2002 a 2006 — recorda que só pegou anos difíceis aqui.

Mas o quadro crítico do mercado não assusta o executivo, que faz questão de ressaltar o potencial do País, definindo o momento como cíclico: “Minha experiência de Brasil mostra que cai rápido, mas volta rápido”.

Para 2016 ele aposta em pequena recuperação, algo em torno de 3%, dos 2,5 milhões para 2,6 milhões de automóveis e comerciais leves. Admite que em anos como o atual as líderes são as que mais sofrem, mas acredita que a Volkswagen poderá recuperar participação no ano que vem em função de lançamentos em curso ou programa-

# Haja encrência

David Powels admite que não esperava um ano tão difícil. Mas prevê pequena retomada em 2016 e a recuperação de market share da Volkswagen.

Alzira Rodrigues | [alzira@autodata.com.br](mailto:alzira@autodata.com.br)



Divulgação/VW

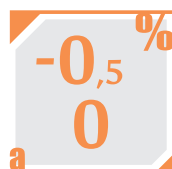
dos: “Não estamos parados. Temos novidades, como o Golf e novos produtos que não posso revelar, que permitirão ganhos de market share em 2016. O importante é manter nossa capacidade de concorrência para a hora em que o mercado melhorar”.

Powels projeta, assim, um 2016 melhor para a Volkswagen, “por causa dos lançamentos”, destacando que a empresa vê oportunidades para vender mais aqui e lá fora. Um ponto crítico do setor, hoje, na sua avaliação, é o excesso de capacidade instalada: “Temos capacidade para 5,5 milhões de unidades, volume que há dois ou três anos era de 4,2 milhões. É uma ociosidade superior a 50% e eu não conheço no mundo situação similar”.

**INVESTIMENTOS** — Powels admite que quando a empresa investiu aqui mais de R\$ 2 bilhões, em aumento de produção, não previa o mercado decrescente de hoje. Mas insiste em salientar que a visão da empresa é de longo prazo, “estamos aqui há mais de sessenta anos e não vamos tomar decisões baseadas em análise de um período curto”. Mais do que isso Powels garante que a empresa manterá seus investimentos ao mesmo tempo em que ajusta sua capacidade.

“Usamos todas opções de ajuste, pois demissões não é nosso estilo: férias coletivas, lay-off e, agora, assinamos acordo com o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC para adotar o PPE na fábrica da Anchieta, em São Bernardo do Campo. Já encaminhamos pedido ao governo e só falta a autorização.”

## Projeções



PIB



Selic



Inflação



Dólar

O mais positivo nesta crise toda é o aumento das exportações que, segundo Powels, não compensa a queda interna mas são importantes para garantir mais produção:

“De janeiro a agosto nossas vendas externas cresceram 25% em volume, atingindo 77,5 mil no acumulado ante as 62,5 mil do mesmo período do ano passado. A alta em receita foi ainda maior. Atingimos US\$ 848 milhões até julho, 44% a mais do que nos primeiros sete meses de 2014”.

A expectativa da Volkswagen é encerrar o ano com crescimento de 25%, algo em torno de 116 mil a 117 mil veículos exportados. Na opinião de Powels em 2016 haverá espaço para pequeno crescimento, cerca de 120 mil unidades.

O principal mercado da empresa é a Argentina, que comprou até agosto 48 mil veículos, 34% a mais do que nos primeiros oito meses de 2014. O modelo mais exportado para o país vizinho é o Gol, com 36 mil unidades no acumulado dos primeiros oito meses deste ano.

O modelo up! começou recentemente a ser exportado para o México e também vai para o Uruguai, havendo boas perspectivas para vendê-lo em outros países sul-americanos, como Chile e Colômbia.

Sobre o quadro macroeconômico brasileiro Powels avalia que a economia não vai crescer em 2016, “mas espero que não diminua”. Projeta, assim, PIB estável sem descartar, no entanto, queda de 0,5% sobre o resultado deste ano.

AD





Divulgação/Hyundai

Com novo design HB20 traz evoluções mecânicas e tecnológicas que reduzem seu consumo em pelo menos 6% na versão dotada de motor 1.0

André Barros, de Atibaia | [andreb@autodata.com.br](mailto:andreb@autodata.com.br)

**A**lém de promover mudanças estéticas no HB20, seu primeiro modelo nacional, a Hyundai também investiu em avanços mecânicos que, segundo seus executivos, geraram na versão 1.0 economia de 6% no consumo de combustível com relação à geração anterior, com 3% de ganho de eficiência energética. Na versão com motor 1.6 esses índices foram de, respectivamente, 6,5% e 4,5%.

Os avanços tecnológicos do modelo vão ao encontro das exigências do Inovar-Auto, que prevê, dentre outras

coisas, um desconto extra de IPI para montadoras que atenderem certo índice de eficiência energética. Pode chegar a até 2 pontos de desconto no tributo para aquelas que a redução de consumo do seu portfólio de modelos alcançar 18,84% até 2017.

Com o lançamento a Hyundai planeja reivindicar do governo os benefícios previstos no programa automotivo. De acordo com Antônio Sérgio Rodrigues, diretor executivo de vendas e marketing da Hyundai Motor Brasil, "existe a possibilidade de pagar

menos imposto e correremos atrás dela. Tudo que puder beneficiar nosso consumidor e a rede de concessionários é positivo".

Apresentado à imprensa em 21 de setembro, em Atibaia, SP, o novo HB20 ganhou novas velas, pistões e anéis de vedação e um novo sistema de gerenciamento de alternador, além de o motor ser lubrificado com óleo de menor atrito. Todas as versões vêm com pneus verdes e têm, agora, nota A no PBEV, Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular, do Inmetro.

E a Hyundai, segundo Rodrigues, tem mais cartas na manga para ampliar a eficiência do portfólio. Nos próximos meses chegarão ao mercado versões com alterações do HB20S, sedã, e do HB20X, hatch aventureiro. Esses modelos compõem 100% da produção nacional da Hyundai aqui e são a base de cálculo para a eficiência energética.

Em 2016 haverá outro importante passo na busca pela eficiência energética: está agendada para o segundo semestre a inauguração do Centro de Pesquisa & Desenvolvimento da Hyundai, ao lado de sua fábrica de Piracicaba, SP. A companhia investe R\$ 100 milhões e seu principal objetivo é ampliar o desenvolvimento de motores com a tecnologia flex

**DESAFIO** — Fazer alterações em um modelo que somou mais de 500 mil unidades vendidas em menos de três anos é uma atitude arriscada. Alheia ao ditado que diz que não se mexe em

ideia que está dando certo a Hyundai investiu em mudanças no design externo, incorporando ao modelo novos faróis com LED, lanternas e para-choques traseiros remodelados, além de rodas e calotas agora com aro 15. Internamente o HB20 traz novos tecidos, com opção em couro cinza e marrom, essa última mais usada em automóveis de segmentos superiores.

Também investiu em maior conectividade, sua principal aposta para atrair os consumidores. Todos os HB20 sairão de fábrica com sistemas que permitem conversar com os telefones celulares dos motoristas, seja por meio da tecnologia bluetooth seja pelos sistemas CarPlay, da Apple, ou CarLink, do Android.

Rodolfo Stopa, gerente de produto do HB20, justificou a opção: “O consumidor hoje em dia busca um sistema multimídia de qualidade. Ele está quase comprando o sistema, com o carro acompanhando a escolha”. **AD**

## Sandero esportivo

A Renault diversifica a oferta de versões Sandero. Desde setembro a rede oferece a R.S. 2.0, por R\$ 58,9 mil, e a GT Line, R\$ 49 mil. São cinco opções do hatch, o mais vendido da marca aqui: 51,9 mil unidades de janeiro a agosto. Sozinho representou mais de 40% das vendas Renault no período. É, assim, o grande responsável pelo bom desempenho da marca, que avançou 0,2 ponto percentual em mercado que recuou

20,4% de janeiro a agosto — as vendas da marca caíram 18,1% no período.

Desde que foi apresentado o Sandero ganhou relevância para a empresa, superando Clio e Logan. Mexer com ele, assim, requer agora muito cuidado.

Por esta razão a área de marketing o escolheu para lançar agora sua divisão R.S., Renault Sport, criada com a fusão dos departamentos de competição da Alpine e da Gordini e que desde então

responde pelo desenvolvimento das versões esportivas dos carros Renault.

O Sandero R.S. é resultado do trabalho conjunto da equipe francesa com a engenharia e a área de design na América Latina.

Motor de 150 cv e transmissão mecânica de seis velocidades são importados e o levam a acelerar da imobilidade a 100 km/h em 8 segundos e a atingir 202 km/h de velocidade máxima.

O último 18 de setembro entrou para a mais que centenária história dos motores diesel — como triste marco — com a denúncia de que 500 mil veículos Volkswagen e Audi vendidos nos Estados Unidos dispõem de software que burla testes e esconde que os motores poluem dezenas de vezes além dos limites da legislação local.

Na verdade aquela sexta-feira apenas deflagrou o que nos dias seguintes ganharia contornos mundiais com o reconhecimento público de que o dispositivo está presente em pelo menos 11 milhões de veículos das marcas do Grupo Volkswagen mundo afora. Não foi surpresa, assim, a renúncia, já no dia 23, do CEO Martin Wintercorn:

“A Volkswagen precisa de um recomeço, também em termos de pessoas. Estou abrindo caminho para este recomeço”, disse o executivo, no cargo desde 2007 e que em maio vencera queda de braço com um dos principais acionistas do conglomerado, Ferdinand Piech, ex-presidente do Conselho.

A saída de Wintercorn era mais do que esperada após a EPA, agência de proteção ambiental dos Estados Unidos, ter divulgado o que agora já se sabe ser a maior fraude da indústria automotiva e, em particular, da alemã, reconhecida pela pujança econômica e tecnológica. Pior: que, apontam analistas, pode colocar em xeque o futuro dos automóveis a diesel e, para além, abalar a economia da Alemanha.

O tamanho do tropeço, de qualquer forma, foi sentido imediatamente nas bolsas internacionais. As ações da

Volkswagen caíram cerca de 30% nos dois dias após a confirmação de que a empresa se valera de um truque para vender uma falsa eficiência dos motores de seus veículos, o que poderá gerar bilhões de dólares em multas e processos somente nos Estados Unidos.

Naturalmente papéis de outras grandes fabricantes de automóveis a diesel, como Renault, BMW e Mercedes-Benz, também acusaram o golpe, ainda que em menor grau. O temor era

que o drible tecnológico pudesse não ser exclusivo da VW.

Certo é que autoridades de diversos países, ao mesmo tempo em que ainda buscam descobrir qual é, de fato, a extensão do estrago mundial e seus eventuais impactos sobre a economia, decidiram apertar a vigilância e discutir procedimentos para homologações de veículos. Certo também é que os carros a diesel nunca tiveram uma estrada tão esburacada pela frente. **AD**

# Mancha de diesel

CEO do Grupo Volkswagen renuncia após denúncia de a empresa burlar testes de poluentes nos motores

Redação AutoData | [redacaoad@autodata.com.br](mailto:redacaoad@autodata.com.br)



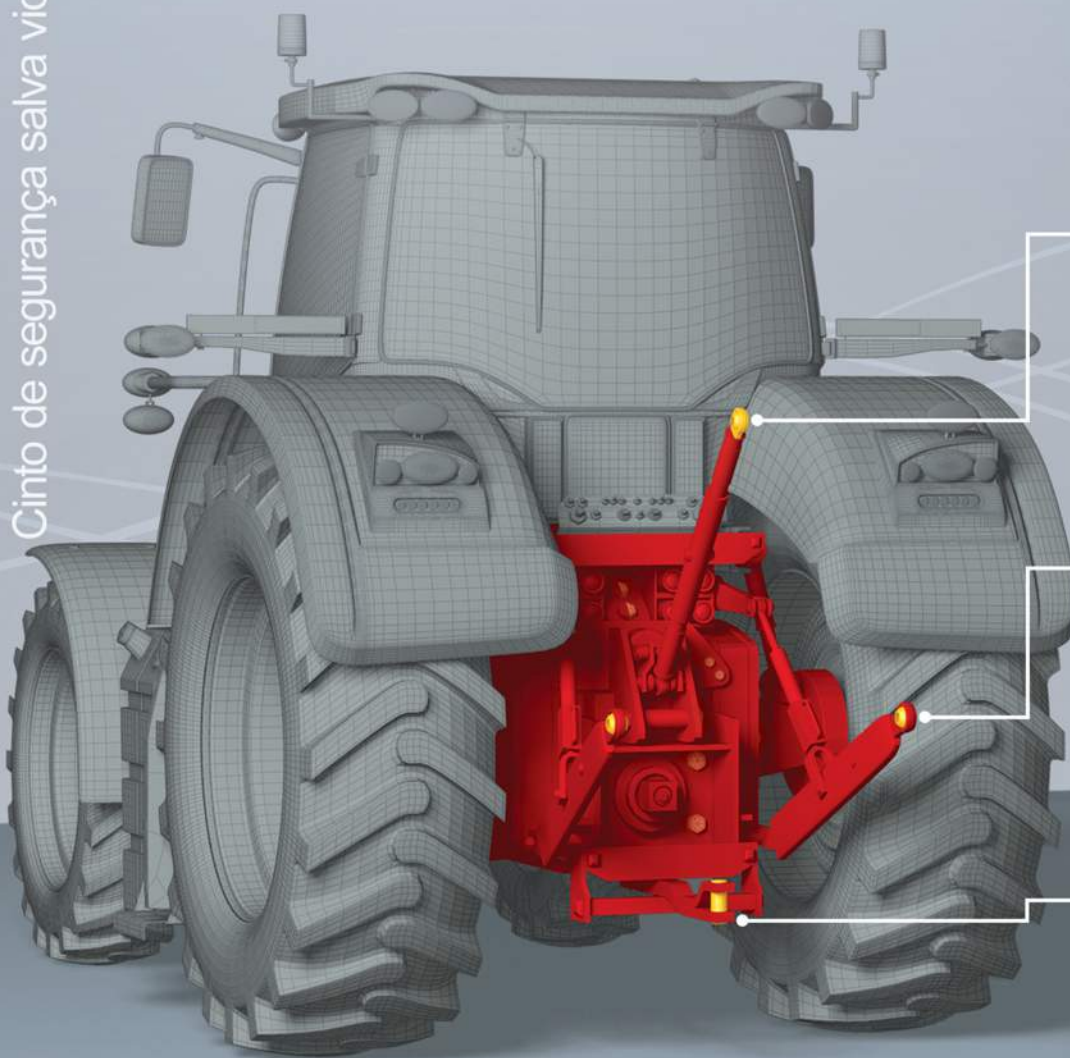
Divulgação/VW



# Centro Tecnológico Tuzzi

Seu parceiro para a excelência no desenvolvimento de peças e equipamentos, do projeto à validação.

Cinto de segurança salva vidas



Reprodução em bancada das condições reais de trabalho no campo.

Testes estruturais e ensaios de durabilidade e resistência.

Mais rápido e mais econômico que os testes de campo.

Chassis & sro



Grupo **TUZZI**

Presente nas principais montadoras mundiais.  
Acesse [www.tuzzi.com.br](http://www.tuzzi.com.br)

  
**TUZZI**

### Bouhassoun



Nour Bouhassoun é o novo presidente da Michelin América do Sul, Central e Caribe. O executivo francês assume o lugar de Jean-Philippe Ollier, agora com novas funções na França.

### Püschel

A MWM Motores Diesel nomeia Thomas Püschel para a diretoria de vendas de peças de reposição, cargo que acumulará com o de diretor de vendas de motores e marketing, reportando-se diretamente ao presidente e CEO da Navistar Mersocul, José Eduardo Luzzi.

### Alves

Ronaldo Aparecido Alves é o novo diretor de operações industriais da fabricante das baterias Heliar, a Johnson Controls. Formado em processo de produção, com especialização em engenharia mecânica, o executivo tem passagens por empresas como Hengst Automotive, e ZF.

### Kneissler

Jürgen Kneissler assume a direção geral da empresa na América do Sul da Cooper Standard, empresa especializada em sistemas de vedação, anti-vibração, componentes para transferência de freio e combustível para a indústria automotiva.

### Grossmann

A PPG Industries anuncia Márcio Grossmann como novo diretor-presidente do grupo para o Brasil e a América Latina Sul. Com mais de dezesseis anos de experiência na indústria automotiva, o executivo possui vasto conhecimento em processos químicos e gestão de operações.

### Concept

A Nissan revela o Gripz Concept, carro conceito desenvolvido por designers da Europa e Japão. O modelo esportivo presta homenagem à linha do Nissan 240Z, que disputou e venceu diversos ralis de safari no Quênia, Uganda e Tanzânia na década de 70.

### Segurança

O sedã esportivo Subaru WRX, recém-lançado no Brasil pela Caoa, conquistou a classificação em segurança Top Safety Pick+, concedida pela Insurance Institute for Highway Safety, IIHS, organização não-lucrativa mantida pelas seguradoras nos Estados Unidos.

### União da Vitória

O Grupo Nórdica, do Paraná, inaugura uma nova concessionária Volvo de caminhões e ônibus em União da Vitória, no Interior, com dezesseis boxes para atendimento.

### R\$ 39,9 mil

O modelo Picanto com câmbio mecânico é relançado pela Kia Motors no País, em complemento à versão com transmissão automática. Com preço sugerido de R\$ 39,9 mil a montadora volta a competir na categoria de compactos com motores de 3 cilindros.

### F-Pace

O mais novo modelo esportivo da família Jaguar desafiou a gravidade ao realizar um looping um dia antes de sua estreia mundial no Salão do Automóvel de Frankfurt, Alemanha. O utilitário esportivo F-Pace foi conduzido com precisão pelo dublê britânico Terry Grant em uma estrutura especialmente construída para o evento.

### Pneus

A Bridgestone foi selecionada para trabalhar em parceria com o Grupo Volkswagen na iniciativa de Diretrizes Futuras de Fornecimento Automotivo, ou Fast na sigla em inglês. A fabricante é o único fornecedor de pneus que integra uma relação de mais de quarenta empresas que a produtora alemã de veículos considera serem os parceiros de destaque em seus respectivos setores de atuação.



# 16 DE NOVEMBRO

## FÓRUM AUTOMOTIVO 2015



### 1º Fórum Automotivo Regional de Minas Gerais

Ao mesmo tempo em que cresceu de forma acentuada em termos industriais, o setor automotivo se espalhou pelo território brasileiro também de forma acentuada ao longo dos últimos 15 anos. Minas Gerais é hoje um dos pólos mais importantes deste setor automotivo atraindo cada vez mais novas marcas e trazendo com elas muitas empresas da cadeia produtiva.

Neste fórum, a ideia é permitir que cada uma destas montadoras faça uma radiografia das suas atividades atuais e um retrato das suas perspectivas de curto prazo. Acontecerão também avaliações dos fornecedores e da importância da atividade automotiva para indústria local.

#### PROGRAMA SUGERIDO

09h00 - Boas vindas
09h10 - Palestra FIEMG
09h40 - Palestra ANFAVEA
10h20 - Palestra CNHi
11h00 - Coffee Break
11h20 - Painel Fornecedores (Fábio Sacioto, Presidente Sindipeças MG; Marco Aurélio Rangel, Presidente FPT, Aethra e Arcelor)
12h30 - Almoço
14h00 - Palestra KPMG Christian Murayama, Sócio
14h40 - Palestra FIAT Cledorvino Belini, Presidente
15h20 - Coffee Break
15h40 - Palestra MERCEDES-BENZ
16h20 - Palestra IVECO
17h00 - Encerramento

\* Sujeito a confirmação

### INVESTIMENTO: R\$ 640,00

#### LOCAL

##### Ouro Minas Palace Hotel

Avenida Cristiano Machado, 4001  
Ipiranga, Belo Horizonte - MG  
Telefone: (31) 3429-4000

#### INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ANTECIPADAS

(11) 5189-8907 | [seminarios@autodata.com.br](mailto:seminarios@autodata.com.br)  
[www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br)

PATROCÍNIO  
OURO



PATROCÍNIO  
INSTITUCIONAL



AutoData  
Editora



# Made in Brasil com excelência

**E**m meados dos anos 1980 era bastante forte a preocupação por parte da indústria e do governo de reforçar nosso parque industrial para sermos competitivos em todo o globo. De massiva concentração no Estado de São Paulo a indústria passou a buscar oportunidades em outras regiões. Na época montadoras que chegavam ao Brasil, atraídas por incentivos estaduais, começavam a construir fábricas fora de São Paulo. Por tendência, lançada pela Fiat em Belo Horizonte, as autopeças também passavam a se instalar próximas às montadoras.

Toda essa descentralização da indústria foi acompanhada de perto pelo IQA, que agora avança mais um largo passo na disseminação da qualidade em toda a cadeia, com a regionalização de suas atividades, realizada por meio da atuação de representações próximas aos polos industriais. São especialistas treinados e qualificados, que atuam como braços do instituto em suas respectivas regiões: identificam as necessidades locais e apresentam oportunidades para a melhoria contínua da qualidade de processos, produtos e serviços do setor.

Construir uma estrutura de trabalho sólida para todo o Brasil não é algo simples porque requer o engajamento de pessoas devidamente preparadas conforme o padrão IQA: afinal o Instituto não pode perder a identidade, calcada em questões éticas e de relacionamento, pontos fundamentais no processo. Portanto, além de conhecimento da qualidade é necessário perfil que se enquadre nos seus princípios. Em outras palavras o objetivo é estar em todo o País com trabalho padronizado.

Com a atuação dos representantes, que têm contato direto com as empresas e entidades locais, características regionais ficam mais perceptíveis e particularidades são melhor compreendidas. Esse é o diferencial da construção de bases regionais. Além do Estado de São Paulo, onde tem sede na Capital e está representado nas cidades de Campinas, Piracicaba e Sorocaba, o IQA já atua na Bahia, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco e Rio Grande do Sul.

Em dois anos de trabalhos já houve grande interesse da indústria por treinamentos em estados como Para-

ná, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, assim como demandas de oficinas por certificação de serviços em cidades do Mato Grosso. Também são realizadas certificações de concessionárias em todo o País para a Fiat e a Volkswagen.

Ainda há muitas regiões para alcançar. Não se pode estar vinculado apenas aos polos industriais. Só no Estado de São Paulo há uma grande ampliação da indústria pelo Interior, a exemplo de Sorocaba, que não é um polo industrial, mas um potencial onde há muitas indústrias instaladas. O IQA partiu pelos polos industriais, mas também quer alcançar regiões onde há demandas que precisam de apoio.

É extremamente importante para a nossa indústria essa diversificação regional, que deve ser feita de forma estruturada e planejada. A qualidade no setor automotivo precisa ser padronizada e entendida em todo o Brasil para que seja a mesma, independentemente de onde é produzida. Esse é o nosso maior desejo: quando se falar em qualidade made in Brazil, que nós, de Norte a Sul do País, sejamos reconhecidos mundialmente como grande fabricante do setor automotivo. **AD**

---

Ingo Pelikan | presidente do IQA, Instituto da Qualidade Automotiva

# Nossa tecnologia está presente Em vários itens do seu carro. E agora, também é produzida no Brasil

HELLA é uma empresa global com mais de 100 anos de experiência. Desenvolve e produz componentes de iluminação e eletrônica, sistemas para a indústria automotiva, e também é uma das maiores organizações de negócios de peças automotivas, acessórios, diagnósticos e serviços no mundo.



#### SENSOR DE TORQUE E ÂNGULO DE DIREÇÃO

Fornecer ângulo e velocidade da mudança da posição da direção. Ambas funções estão integradas em uma única solução com o benefício da tecnologia CIPOS®, desenvolvida pela HELLA



#### PEDAL DE ACELERADOR

Para responder às demandas ambientais e de segurança do cliente, a HELLA oferece tecnologia de pedais suspenso e de solo com função de retorno de força para o motorista.



#### MÓDULOS DE CONTROLE DE BOMBA DE COMBUSTÍVEL

Proporciona redução de consumo de combustível para todos os tipos de veículos.



#### CONTROLE REMOTO DE ACESSO (RKE)

Como parte do sistema de acesso, a HELLA oferece uma impressionante variedade de chaves.



#### MÓDULOS DE CONFORTO

O módulo de conforto (BCM – Body Control Module) é o coração elétrico do veículo controlando diversos sistemas com foco no ambiente, conforto e segurança.



HELLA do Brasil Automotive Ltda.  
Rua Bom Pastor, 2224 - 15º andar  
04203-002 São Paulo, SP - Brasil  
[info.brasil@hella.com](mailto:info.brasil@hella.com)  
[www.facebook.com/hellabrasil](https://www.facebook.com/hellabrasil)  
[www.hella-brasil.com](http://www.hella-brasil.com)

Technology with Vision





## NÃO DÊ CARONA PARA ESTRANHOS.

Para garantir o bem-estar e a saúde dos ocupantes do veículo, os filtros Tecfil são fabricados em linhas automatizadas, garantindo maior precisão na produção dos itens. Em seu processo de fabricação são utilizados materiais que atendem aos requisitos das montadoras. Com meio filtrante confeccionado em fibra de poliéster, os Filtros Ar Condicionado Tecfil proporcionam melhor filtragem e mais qualidade ao ar no interior dos veículos.

**RESPIRE SAÚDE, UTILIZE FILTROS  
DE AR CONDICIONADO TECFIL.**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Filtros  
**Tecfil®**  
*A qualidade que é líder.*

[www.tecfil.com.br](http://www.tecfil.com.br) - 0800 11 6964