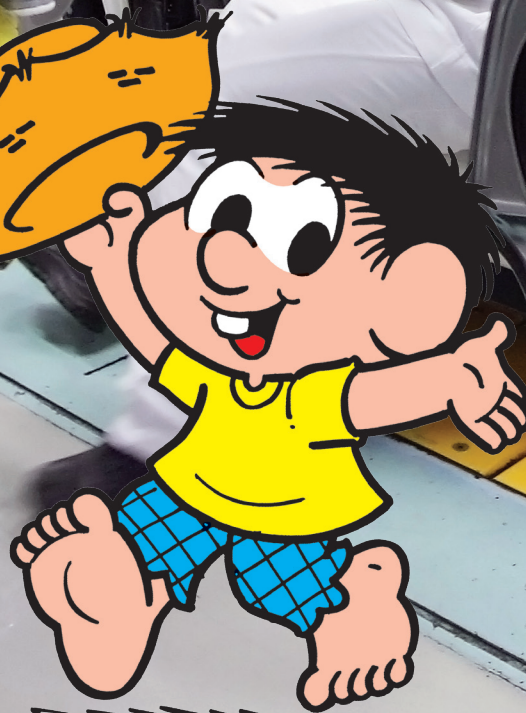


AutoData

Ano 22 | Abril 2014 | Edição 296

ABC Caipira

O polo automotivo do Interior paulista ganha força na disputa com o ABC, berço do setor, ampliando presença no Estado e no País com as novas fábricas de Honda, Mercedes-Benz e Toyota



MURILLO

From the Top
Elizabeth Farina

Máquinas Agrícolas
Novo perfil

Reposição
Maior diversidade

TRANSFORMAMOS O 1º LUGAR DO PÓDIO EM ESTACIONAMENTO.

CITROËN C3



Melhor carro da categoria. Pesquisa Os Eleitos - revista Quatro Rodas



Menor custo de reparo da categoria Compacto (2011/12/13)



0800 011 8088

CITROËN C4 PICASSO



Menor custo de reparo da categoria Minivan Média (2011/13)

CITROËN C3 PICASSO



Melhor carro do ano. Revista Motor Show



Menor custo de reparo da categoria Minivan Premium (2011/12/13)

CITROËN C4 LOUNGE



Melhor carro nacional. Revista Car Magazine

REVISTA QUATRO RODAS

Melhor sedan no comparativo da revista Quatro Rodas

carro



Melhor sedan no comparativo da revista Carro

Melhor sedan do Brasil. Revista Car and Driver

Respeite a sinalização de trânsito



CITROËN

20 | Capa

O Interior de São Paulo é a bola da vez no horizonte da indústria. Cidades como Itacemápolis, Itirapina e Porto Feliz passam a fazer parte de um novo mapa da produção de veículos e motores. A região pode muito bem ser definida como o ABC Caipira.



Divulgação/ Governo Estado SP

30 | Produção

A Fiat Chrysler finalmente revelou o que pretende com a fábrica de Goiana, PE: produzir o Renegade, da Jeep. Para isso terá parque com dezesseis fornecedores no local.

34 | Produto

O Audi A8 L Security é para poucos e para quem precisa de muita proteção. Parece carro do James Bond e pode chegar a custar no Brasil a bagatela de R\$ 3,5 milhões.

36 | Lançamento

Novo Toyota Corolla teve participação ativa de fornecedores brasileiros para garantir maior eficiência energética.

40 | Reposição

O crescimento das vendas de veículos nos últimos anos impulsionou investimentos e maior oferta de peças no mercado de reposição, que terá expansão de 6% este ano.

52 | Máquinas agrícolas

Diferentemente do passado, o segmento de equipamentos para o campo deixou de lado a típica resistência pelo novo para se tornar um dos que mais absorve os avanços tecnológicos.

64 | Mercosul

A Argentina, novamente ela, aumenta imposto, limita importações e deixa o setor, tanto lá quanto cá, em um tango de poucos passos.

68 | Equipamentos de construção

Volvo CE amplia oferta de produto para pavimentação de olho na estimativa de R\$ 46 bilhões de investimento em rodovias no País.

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo.

12 | From the Top

Elizabeth Farina, presidente da Unica.

70 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado.

72 | Artigo

Leandro Alves, jornalista.

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

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, Michele Loureiro, Viviane Biondo, Roberto Hunoff, sucursal de Caxias do Sul, RS, repórteres da Agência AutoData de Notícias

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: Honda/Divulgação/Imagem do personagem Chico Bento © Mauricio de Sousa Editora Ltda., gentilmente cedida.

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Gustavo Pereira

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

Departamento de Negócios

Tel. PABX 11 5189 8900, fax 5181 8943, José Luiz Giadas, gestor comercial

Comercial e Publicidade

Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Renata M Dias, Rosa Damiano, Carolina Zanini, sucursal de Caxias do Sul, RS, executivos de contas, Vanessa Vianna, supervisora de marketing, 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), Márcio Barreto da Costa, Maria Aparecida de Souza, Maria Elza C Neves, Simone R Costa

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISN 1415-7756

AutoData é publicação da AutoData Editora Ltda., r. Verbo Divino, 750, 04719-001, Chácara Santo Antônio, São Paulo, SP, Brasil, tel. PABX 55 11 5189 8900, fax 55 11 5181 8943. 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



facebook.com/autodata



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Sentido invertido

O mercado não caminha nestes primeiros meses do ano como esperava a indústria nacional. O trimestre indicou queda de 1,7% nas vendas de carros e comerciais leves e de 11,2% em caminhões e ônibus, com descompasso entre produção e demanda. Mas abril também começou com boas notícias. O Sindipeças tornou público levantamento da frota nacional, indicando mais de 40 milhões de veículos e uma relação de cinco habitantes para cada automóvel, proporção que era quase o dobro há menos de duas décadas. Época em que o ABC ainda era o carro-chefe do setor, sediando três das quatro marcas de automóveis com produção local. Exceção apenas para Minas Gerais. De meados dos anos 90 para cá não só a proporção habitante/carro mudou. Outros Estados — do Sul ao Nordeste — passaram a fazer parte do mapa automotivo brasileiro. E São Paulo perdeu de vez sua quase hegemonia. Mas o Estado não se intimidou e nos últimos dois anos passou a atrair novos investimentos de montadoras e autopeças.

Só que não no tradicional ABC. A bola da vez agora é o Interior paulista, ou o ABC Caipira, como denominado o eixo Anhanguera-Bandeirantes e Castelo Branco em nossa reportagem de capa assinada pelo editor da Agência AutoData, Marcos Rozen. E entram no cenário automotivo nomes de cidades pouco conhecidas como Itacemápolis e Itirapina ao lado de outras maiores como Sorocaba e Piracicaba. Além de mostrar esse novo polo industrial, também trazemos nesta edição reportagens sobre o complexo e promissor aftermarket brasileiro e o novo perfil da produção da indústria de máquinas agrícolas, que investe para garantir maior produtividade ao homem do campo. **AD**

Alzira Rodrigues | editora
alzira@autodata.com.br



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



CÂMBIO AUTOMATIZADO DE SÉRIE
V-TRONIC

420 cv
de potência



- 420 cavalos de potência.
- Câmbio automatizado V-Tronic de série.
- Mais produtividade e melhor custo-benefício.
- Melhor pós-venda do Brasil, segundo a TNS – empresa de pesquisa de mercado.*



Respeite os limites de velocidade.



**Novos VW Constellation 420 V-Tronic.
Sob medida para a sua carga extrapesada.**

19.420 4x2 - 25.420 6x2 - 26.420 6x4



**Caminhões
sob medida.**

Na telinha

Pela primeira vez no Brasil a BMW lançou campanha publicitária na TV aberta. Em cena aparece modelo da Série 3, o sedan que inaugurará a fábrica da empresa em Araquari, SC. A peça destaca a introdução do motor bicomcombustível como inovação e, claro, característica bem brasileira.

Vinte anos

Há exatos 20 anos a Volvo apresentava ao mercado brasileiro o FH, seu caminhão de cabine avançada. As primeiras unidades – vermelhas, com a inscrição Globetrotter – foram importadas. O modelo foi nacionalizado apenas em 1998 e as vendas, desde 1994, já somam mais de 65 mil unidades.

Novos voos

Depois de 34 anos de Volvo, Sérgio Gomes, diretor de estratégia de caminhões do grupo na América Latina, deixa a empresa para iniciar carreira como consultor estratégico na área automotiva. Na companhia Gomes teve papel preponderante em decisões acertadas como lançar o semipesado VM e passar a oferecer ao mercado a caixa de câmbio automatizada I-Shift.

Revolução

A utilização de impressoras 3D reduziu drasticamente o tempo de desenvolvimento de protótipos. Na fábrica de Resende, RJ, da MAN, já foram impressas mais de duzentas peças por meio da tecnologia, com redução de 80% do custo de desenvolvimento. No caso dos fundidos, por exemplo, o prazo mínimo caiu de dois meses e agora para até um dia.

Mahle

A Mahle apresenta um bom exemplo da importância e dimensão que o mercado de reposição ganha no Brasil. Como resposta ao aumento do volume de vendas verificado no País, inaugurou centro de distribuição de peças em Limeira, SP, que dobra a capacidade de abastecimento do grupo na América Latina. O empreendimento consumiu quase R\$ 47 milhões.

Prospecção

Comitiva chinesa da Beiqi Foton Motors esteve perambulando pelo País. Engenheiros e pessoal de compras vieram a convite Foton Aumark do Brasil para visitar potenciais fornecedores locais para os caminhões que a empresa pretende fabricar em Guaíba, RS, a partir de 2016.

Mais pneus

A Pirelli investe R\$ 500 milhões em sua fábrica de Campinas, SP, até 2018. O aporte será destinado à substituição de maquinário e aumento de capacidade de produção dos chamados pneus verdes. A unidade campineira é a maior fábrica de pneus para automóveis da Pirelli no mundo.



BAG 2014

A edição 2014 do Brazil Automotive Guide, guia oficial do setor automotivo brasileiro, já está disponível para acesso em versão digital e consulta livre por meio de iPads e computadores tradicionais. Com 212 páginas, a publicação bilíngue

português-inglês apresenta o perfil completo da indústria automotiva brasileira, dos fabricantes de veículos às autopeças. O anuário é publicado pela Anfavea, editado pela AutoData Editora e distribuído aos associados da entidade, incluindo suas matrizes no Exterior.

O projeto só é viável se pudermos começar a produção no regime CKD

Steve St. Angelo | chairman da Toyota do Brasil e CEO para a América Latina e Caribe, sobre a produção do híbrido Prius aqui

Nacionalização

A Cummins investe US\$ 14 milhões na fábrica de Guarulhos, SP, para nacionalizar os motores ISF. A versão 3.8 será o primeiro no último trimestre do ano, depois será a vez do 2.8 até o fim de 2015. Por enquanto os blocos são trazidos da China e finalizados aqui.

Prêmio Hyundai

O primeiro prêmio de fornecedores da Hyundai Motor Brasil, reconhecimento que passa a ser anual, teve sete empresas vencedoras na edição referente aos melhores desempenhos em 2013. Destaque para a TI Automotive, nomeada como 2013 Best Supplier.

Best Supplier

TI Automotive

Quality

Mann+Hummel

Competitiveness

Hwashin

Logistics

Goodyear

Business Management

Hanil

Excellence in General Purchasing

Basf

Excellence in Foreign Trade Services

Ranur

Off

Devagar

Chama a atenção a oferta do Volkswagen up! em lojas de automóveis independentes na cidade de São Paulo. O modelo foi apenas o décimo-sexto mais vendido em março, com cerca de 3,5 mil unidades emplacadas.

Bienal

Gigante de autopeças com forte participação no segmento de caminhões e ônibus decidiu que só participará da Automec a cada dois anos. Motivo: redução de custos.

A pé 1

O fim da produção da Kombi não deixou apenas consumidores órfãos: cerca de quatro dezenas de fabricantes de autopeças precisaram rever seus negócios. A TRW, que fornecia mecanismos de direção e sistemas de freio, por exemplo, realocou funcionários. Alguns foram absorvidos pelas áreas de produção de ABS e airbag. Iniciativa semelhante ocorreu na Flamma, antiga Automotiva Usiminas, que produzia as partes de estamparia para o modelo da Volkswagen há mais de vinte anos.

A pé 2

Na Karmann Ghia a situação é mais delicada. A empresa tem quinhentos funcionários e está em negociação com o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC para encontrar alternativa à demissão de cem trabalhadores que atuavam na produção de autopeças para a Kombi e, agora, estão totalmente ociosos. Outras empresas do ABC Paulista, como Arteb e Autometal, também estão em contato com o sindicato para encontrar soluções de modo a evitar cortes de pessoal como consequência do fim das encomendas para o modelo.

Convergência

A criação da Aliança Renault-Nissan completou 15 anos no fim de março, a parceria intercultural mais longa da história da indústria automotiva mundial. A fim de acelerar ainda mais as sinergias, desde 1º de abril passaram a atuar quatro novas diretorias comuns: engenharia, manufatura e logística, compras e recursos humanos. O plano é economizar cerca de € 4,3 bilhões anuais até 2016, o que deve ser obtido principalmente a partir de maior sinergia na engenharia.

Forte

A recuperação do mercado interno de veículos pesados e as vendas decorrentes do primeiro ano de operação de sua usina na Índia, determinaram aumento de 8,6% na receita líquida da operação de aços especiais da Gerdau. A divisão, que tem mais da metade de seus negócios ligados ao setor automobilístico, totalizou cerca de R\$ 8 bilhões no ano passado, representando 20% da receita do grupo.

A conferir

O investimento para a construção da fábrica da Sinotruk em Lages, SC, poderá chegar a R\$ 1 bilhão no médio prazo. Para isso a empresa terá como sócios, além da brasileira Elecsonic, o grupo China National Heavy Duty Truck Corporation, a CNHTC, a Cotia Trading e a SC Parcerias, empresa de fomento do Governo de Santa Catarina. Os primeiros caminhões, estimam as empresas, sairão da nova linha de montagem em setembro de 2015.

O número

3

milhões de motores foram fabricados pela Renault em São José dos Pinhais, PR, desde 1999.

Motor

A Audi estuda nacionalizar o motor do sedã A3 que será fabricado no Paraná. A matriz definiu que o modelo terá opção flex na versão nacional 1,4 litro. O vice-presidente mundial de compras da Audi AG, Bernd Martens, diz que a fábrica de motores da Volkswagen em São Carlos, SP, tem capacidade para atender esta demanda: "Ainda estudamos a possibilidade, mas é quase certo que acontecerá". Outra opção seria importar os motores da Europa, onde a versão EA211 1.4 já é fabricada. "Mas seria alternativa de custo muito elevado".

LEED

A fábrica de motores e cabeçotes da General Motors em Joinville, em Santa Catarina, recebeu certificação inédita para o setor automotivo latino-americano: o selo LEED Gold, Leadership in Energy and Environmental Design, concedido pelo US Green Building Council, organização dedicada a fomentar a indústria de construção sustentável.

A Ford decidiu colocar a Ranger pelo menos no terceiro lugar no ranking brasileiro de vendas de picapes médias. No ano passado, com 22 mil unidades, ficou na quarta posição. Para estimular as vendas, chega às revendas este mês a versão Sport apenas com cabine simples e motor flex 2,5 litros. Vendida por R\$ 68 mil.



Divulgação/Ford



Rat.vc/novofiorino
SAC 0800 707 1000

**NOVO FIORINO 2014.
MESMO VAZIO,
JÁ CARREGA UM MONTÃO
DE COISAS NOVAS.**



Maior
capacidade
de carga
650 kg

Sensor de
estacionamento

4 opções de cor



NOVO FIORINO 2014
O líder de sempre ainda melhor.

MOVIDOS PELA PAIXÃO.



Respeite os limites de velocidade.

Imagens meramente ilustrativas, sem caráter legal.

Leo Burnett Taylor Made

A woman with short brown hair, wearing a black suit and a small white earring, is shown in profile, smiling and looking down. Her hands, with red nail polish, are resting on a desk. In the background, a large world map is visible on the wall.

From the Top

Vamos perdê-lo?

Entrevista a Alzira Rodrigues, George Guimarães e S Stéfani
redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

O momento é delicado, a crise é indiscutível. Mas Elizabeth Farina, presidente da Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar, é enfática: “Quero deixar bem claro: o Brasil não enterrou o etanol. Os obstáculos são grandes, mas acredito no setor e na energia renovável global”.

Nesta entrevista a **AutoData** ela fala da época áurea de 2003 a 2009, quando mais de cem usinas foram construídas, dos problemas que vie-

ram após a crise financeira internacional e da necessidade de o governo brasileiro adotar medidas de incentivo ao etanol. A Unica defende, por exemplo, a volta da Cide para a gasolina: “A ideia é taxar o combustível fóssil poluente para melhorar a competitividade do renovável não poluente.

Outro pleito é a criação de incentivos para que a indústria melhore a eficiência do motor quando abastecido com etanol: “É uma grande lacuna

do Inovar-Auto. Somos protagonistas do flex e não há razão para não haver incentivo para que o etanol ganhe eficiência em relação à gasolina. Em raras coisas o Brasil tem protagonismo em desenvolvimento tecnológico. O etanol é uma delas. Vamos perdê-lo?”

O assunto vem sendo debatido com a Anfavea, mas a indústria automotiva, de acordo com Elizabeth, tem uma posição meio conservadora e prefere não mexer no Inovar-Auto.

Acredito nas perspectivas de longo prazo do setor. Temos oportunidades enormes e o Brasil é um líder, dono de tecnologia admirada.

Há dez anos, com o surgimento dos motores flex, o etanol parecia a salvação do mundo. Hoje o quadro é bem outro. O Brasil enterrou a indústria do etanol?

Quero deixar bem claro: o Brasil não enterrou o etanol. Acho que o setor tem pujança e vai sair do atual quadro. É claro, os obstáculos são grandes, mas acredito no setor e na energia renovável global. Apesar dela estar sendo revista e questionada no mundo inteiro, sabemos que é a fonte de energia mais adequada do ponto de vista ambiental.

Há risco de outros países abandonarem programas envolvendo etanol?

Apesar de programas estadunidenses e europeus estarem sendo revistos neste momento, eles não desaparecerão. Existe uma preocupação no mundo de contar com esta fonte. É óbvio que não será a fonte que substituirá todas

as energias, até porque o petróleo tem muita reserva hoje, bem mais até do que se pensava por meio de formas não convencionais, o pré-sal, e também o gás de folhelho. Acredito nas perspectivas de longo prazo para o setor, temos oportunidades enormes e o Brasil, com tudo isso, é um líder, dono de tecnologia admirada em todo o mundo.

Quais são as maiores dificuldades?

São de cunho econômico. E elas estão se estendendo além do que deveriam, pois começaram em 2008 e 2009, com a crise financeira internacional.

Mas o período anterior foi muito bom...

Sem dúvida. Vínhamos de um período virtuoso a partir de 2003, pelo qual nos tornaríamos a OPEP da energia renovável, com o presidente da República dando respaldo a essa ideia. Isso contaminou o empresariado brasileiro e internacional. Vieram



“Cerca de cem usinas foram construídas ou planejadas de 2003 a 2009. Mas daí veio a crise internacional. O problema financeiro gerou outro de capacidade de investimento e a renovação dos canaviais foi adiada.”

muitos investimentos e houve eventos importantes também: o mundo discutiu fortemente a mudança climática e a preservação do meio ambiente. O preço do petróleo subiu. Esse cenário também ensejou programas nos Estados Unidos e na Europa muito vigorosos, com cronograma de implantação. E a todo momento um país divulgava que determinaria certa mistura de etanol. Foi um período muito favorável. Cerca de cem usinas foram construídas ou planejadas de 2003 a 2009.

E o motor flex aqui...

Sim. E hoje o flex responde por 60% da frota circulante e 90% das vendas.

Qual foi o investimento do setor nesse período?

Mais de R\$ 100 bilhões. Mas aí veio a crise financeira e o governo brasileiro reagiu, estimulando o setor automotivo: aumentou o crédito para a compra do carro, reduziu impostos e segurou o preço do combustível.

Daí o problema financeiro do setor...

Este foi o primeiro passo para o atual quadro de dificuldades. O problema financeiro gerou outro de capacidade de investimento. Os recursos em novas unidades de processamento e canaviais estavam tomados e a renovação de canaviais, por exemplo, foi adiada. Esse é um aspecto muito importante, pois é muito mais complicado produzir etanol a partir da cana do que de milho.

Novo Corolla: alta tecnologia e performance para ganhar as pistas e as ruas.



O novo Corolla traz tecnologias que melhoram seu desempenho e aumentam a sua performance. Equipados com componentes JTEKT fabricados no Brasil, eles vêm com o que há de mais moderno em tecnologia, segurança, eficiência, economia e sustentabilidade.

Acompanhe nosso desempenho no Campeonato Brasileiro de Marcas - Copa Petrobras.

DIREÇÃO ELÉTRICA:

Eficiência energética: consome menos combustível;

Sustentabilidade: redução de impacto ambiental, pois não utiliza fluidos hidráulicos;

Conforto: menor esforço para o motorista, maior precisão nas manobras.

3HUB:

Mais Compacto: menos componentes e montagem mais simples;

Tecnologia: melhor performance e maior vida útil;

Praticidade: livre de manutenção.

JTEKT

JTEKT
Koyo TOYOTA

JTEKT Automotiva Brasil Ltda.

Av. Volkswagen-Audi, 1200 - CEP 83090-901 - São José dos Pinhais, PR - Brasil. Tel.: +55 (41) 2102-8100 - Fax: +55 (41) 2102-8105 - www.jtekt.com.br

Quais são as principais diferenças?

O milho é uma commodity internacional, dá para estocar o grão, se faltar aqui dá para trazer de fora, há um mercado futuro organizado. Já a cana tem que ser processada em até 48 horas depois de colhida. Ou seja, precisa estar perto da usina ou se perde produtividade. Além de tudo o milho é uma cultura anual, já a cana é semiperene, com ciclo de cinco a sete anos. As decisões, portanto, não são tão de curto prazo. O quadro resultante, então, era de falta de recurso financeiro, canavial envelhecido e três anos seguidos de más condições climáticas, além de uma explosão dos custos trabalhistas em virtude de legislações ambientais cada vez mais severas.

De que tipo?

Restrição para a queima da palha, por exemplo. O Estado de São Paulo, o maior produtor de etanol do País, fez um acordo com os produtores para que o fim da queima fosse antecipado para 2014. Hoje cerca de 90% da produção de cana-de-açúcar são mecanizadas. Em um período muito curto saímos de uma produção quase toda manual para quase toda mecanizada. É uma mudança tecnológica muito rápida, com necessidade de requalificação do trabalhador rural. Lógico, nem todos os trabalhadores foram recolocados, mas essa mudança também ocorreu em um período de reaquecimento da economia e outros setores absorveram parte dessa mão de obra.

Tanto que nunca se ouviu falar de grandes problemas nesse sentido.

E o controle dos preços agrava esse quadro...

É um ingrediente fatal. No ano passado o Brasil teve safra recorde, a indústria de etanol absorveu todo o delta de aumento de demanda do ciclo Otto e evitou mais importação de gasolina. E esse delta não é pequeno: se o PIB cresce na ordem de 2%, o consumo de combustível aumenta 7% em função do aumento da frota. Se analisarmos todos os setores da economia, não houve nenhum que teve essa combinação de custos crescentes e preços congelados. Tivemos nessas cinco

últimas safras 44 usinas fechadas e mais doze que pararam de moer. Algumas delas entraram em recuperação judicial.

Quantas estão em recuperação judicial?

Só nos primeiros dois meses deste ano foram seis. E o pior é que não há nenhuma usina nova prevista. Os empresários fizeram aportes em infraestrutura e em equipamentos para mecanização e, para isso, dispuseram recursos equivalentes a umas nove usinas novas.

O setor mudou de perfil também...

Sim, o segmento passou por uma revolução tecnológica e também societária: era basicamente de empresas familiares e, num período muito curto, se tornou uma indústria também de capital internacional e profissionalizada. Hoje são 380 usinas e duzentos grupos econômicos, ou seja, é um setor bastante pulverizado. Empresas com portfólio e modelos de negócios muito distintos, o que aumenta o desafio para uma associação como a Unica.

Qual é a defasagem do preço do álcool hoje? E o que seria ideal para o setor?

Não gostaria de dar um percentual. Exatamente por essa heterogeneidade, os custos também têm uma variação muito grande. Digamos que se tivéssemos o preço internalizado da gasolina, no valor que a Petrobras utiliza para importar,

“Por que o preço do álcool está fadado a ser 70% do preço da gasolina?”



e se colocarmos as condições do período do círculo virtuoso de investimento, ou seja, preço internacional alinhado e mais a Cide, teríamos tranquilidade de oferta.

A Unica defende a volta da Cide para a gasolina?

Sim. É bom lembrar que na época dos grandes investimentos ela chegou a R\$ 0,28 por litro. A Cide é uma combinação de financiamento da estrutura de transporte com regulação, mas poderia ter ainda um papel corretivo. A indústria do etanol gera benefícios sociais maiores do que o próprio benefício privado e não é remunerada por isso. O preço de bomba do etanol não reflete toda a contribuição que o setor dá ao País.

O que está ali é o que é permitido pela competição, mas o etanol traz redução de emissões de CO₂, reduzindo gastos em saúde, e tem um papel desenvolvimentista em várias regiões. A ideia é taxar o combustível fóssil poluente para melhorar a competitividade do renovável não poluente.

Mas as chances de isso acontecer agora são quase nulas...

É verdade, mas isso não invalida o diagnóstico. O governo, mesmo com problemas fiscais gigantes, perde bilhões em arrecadação com a Cide zerada. E o desequilíbrio fiscal é muito mais causa da inflação do que o preço corrigido da gasolina. Ao desonerar o combustível fóssil poluente, tirou

a competitividade do não poluente e gerou aumento da demanda de gasolina. Aumenta-se então a importação de gasolina, subsidiada com o patrimônio da Petrobras. É um quadro que terá de ser corrigido em algum momento, seja a política de preços de combustíveis, seja a questão da Cide.

E no longo prazo?

Aí há outro elemento importante de competitividade: o desenvolvimento dos motores dos veículos. Por que o preço do álcool está fadado a ser 70% do preço da gasolina? Por causa da eficiência energética.

Mas isso não é uma preocupação das montadoras...



Mas deveria ser delas também. Ou pelo menos do governo. É uma grande lacuna do Inovar-Auto. Somos protagonistas no flex, o etanol é importante estrategicamente, não tem o porquê de não ter estímulo para ganhar eficiência em relação à gasolina. Não é preciso atropelar o Inovar-Auto, mas apenas adicionar um incentivo para os combustíveis renováveis. É importante lembrar que o Brasil é um laboratório em escala de mercado para todas as montadoras. Em raras coisas o Brasil tem protagonismo em desenvolvimento tecnológico. O etanol é uma delas. Vamos perdê-lo? Temos conversado com o governo e a Unica formalizou

proposta antes de eu assumir no fim de 2012. É preciso encaixar algum incentivo na segunda fase do Inovar-Auto, assim como para o carro híbrido.

Mas o setor tem conversado com a Anfavea sobre o tema?

Claro que sim. A Anfavea, no entanto, tem uma posição meio conservadora. Levaram muito tempo discutindo o Inovar-Auto atual e o setor acredita que quanto menos mudar agora, melhor. Além do que existem as políticas das matrizes e diferenças dentre as montadoras. Não vejo um superentusiasmo deles em aumentar a eficiência do etanol.

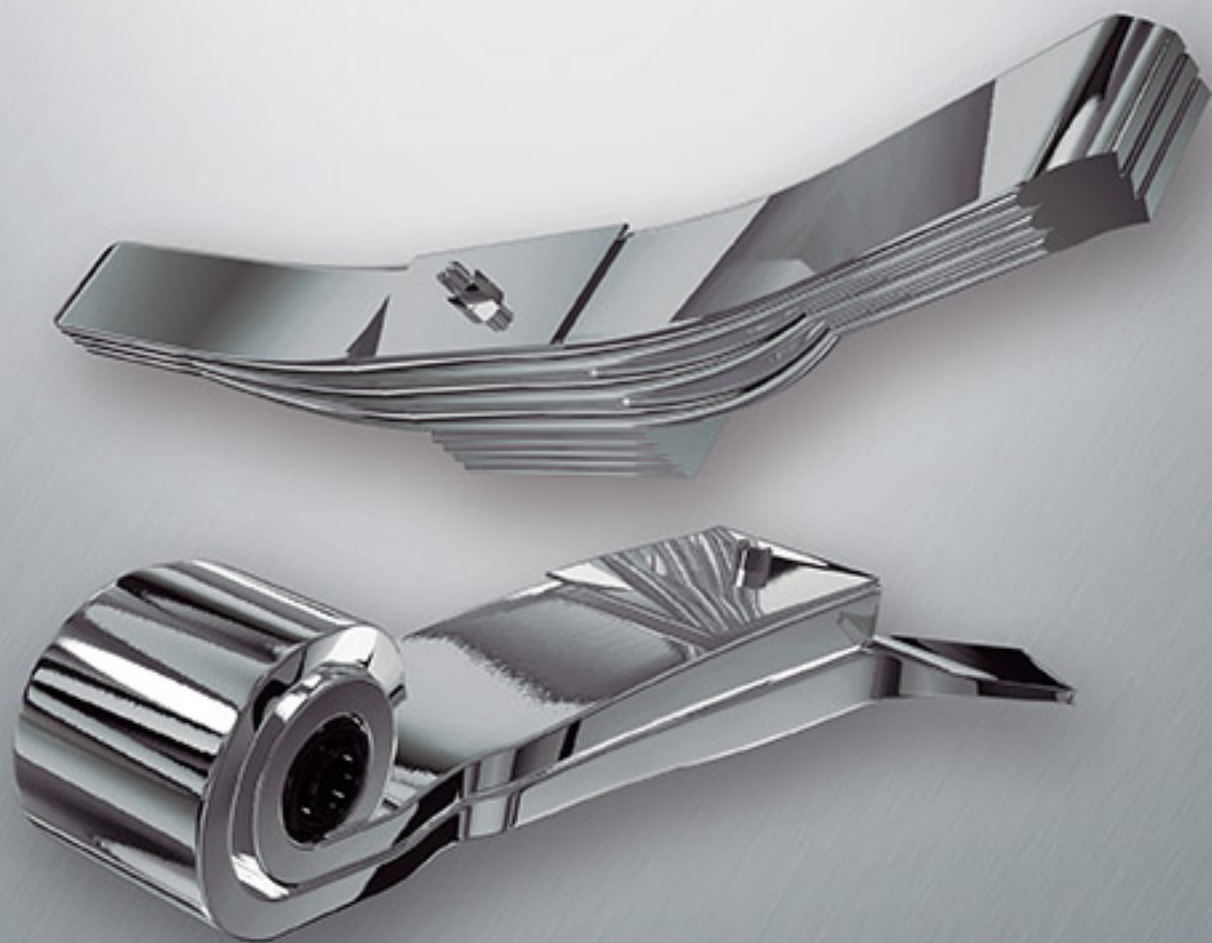
AD

“ A Anfavea tem uma posição meio conservadora. Não vejo um superentusiasmo deles em aumentar a eficiência do etanol. ”



RASSINI NHK AUTOMOTIVE

Excelência no
desenvolvimento e produção
de molas para suspensão



www.rassini-nhk.com.br

A maioria dos paulistanos tem por hábito criar certas verdades quanto às características e habitantes de outros locais. Uma delas afirma que toda cidade do Interior tem, indubitavelmente, três coisas: o Largo da Matriz, a agência do Banco do Brasil e a loja da Casas Pernambucanas. Se assim é de fato, está na hora de acrescentar um item a esta lista — uma empresa da área automotiva.

Isso porque a presença do setor, seja na forma de montadoras, fábricas de autopeças, centros de distribuição ou rede de concessionárias, cresce de forma impressionante no Interior paulista, em especial nos eixos Anhangueira-Bandeirantes e Castelo Branco. A ponto desta grande região facilmente poder ser tratada, hoje, como um verdadeiro ABC Caipira, e já em muitos pontos superior à tradicional área berço do setor automotivo nacional.

DUAS EM TRÊS — A ponta mais visível deste iceberg apareceu na segunda metade de 2012, com a inauguração das fábricas da Hyundai em Piracicaba, naquele agosto, e da Toyota em Sorocaba, novembro. Parecia o máximo que a região poderia alcançar: afinal, que outra área poderia gabar-se de cortar o laço de duas montadoras em um intervalo de apenas três meses? Há até países inteiros que não contam com tal privilégio. Este era, porém, só o início de uma nova onda de investimentos ali.

Neste fevereiro a Toyota assentou a pedra fundamental de sua primeira fábrica de motores da América Latina,



O novo ABC automotivo

O Interior paulista ganha impressionante força na disputa com a região berço do setor, com novas montadoras e fábricas de autopeças

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br



Área de quase 6 milhões de m² da futura fábrica da Honda em Itirapina, no entroncamento da SP-310 com a SP-225: para o governador do Estado, “a melhor esquina do Brasil”.



Divulgação/Honda

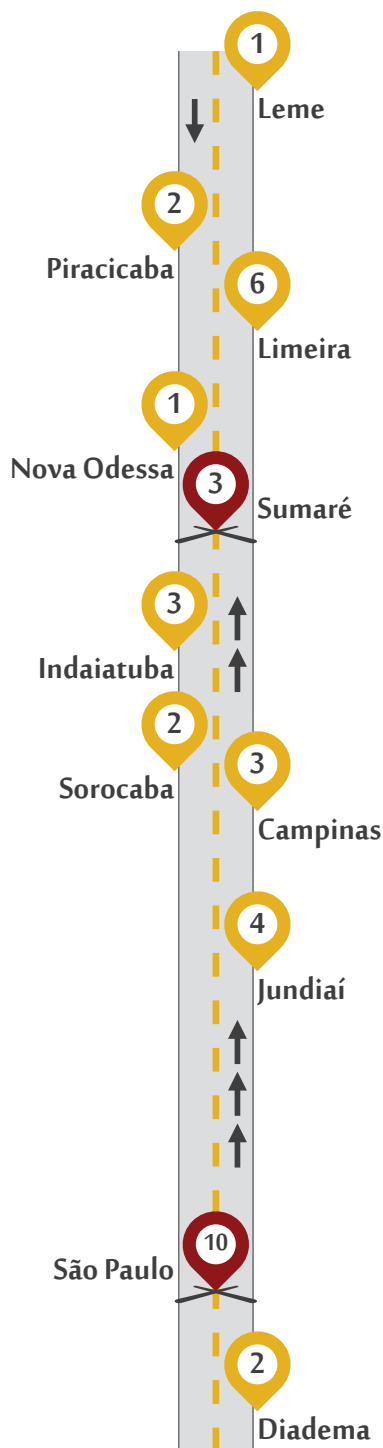
já em construção em Porto Feliz: investimento de R\$ 1 bilhão. Em novembro de 2013 a Honda já realizara evento similar para nova unidade em Itirapina, distante 100 quilômetros da fábrica de Sumaré, para os novos Fit e City e um inédito SUV compacto, chamado no Japão de Vezel: mais R\$ 1 bilhão.

E antes das duas, em outubro do ano passado, a Mercedes-Benz anunciou que sua nova fábrica brasileira

de automóveis seria construída em Iracemápolis, investimento de € 170 milhões para produzir nada menos do que o novo Classe C e o inédito GLA, também um SUV compacto.

Em comum Porto Feliz, Itirapina e Iracemápolis têm não só a mesma região — as três estão separadas por no máximo 100 quilômetros — como o perfil: ambas eram totalmente desconhecidas do mapa automotivo, pro-

A rota Honda



Número de fornecedores Honda em cada cidade

duzirão produtos de classe mundial e verão suas realidades virar de cabeça para baixo, já que o agronegócio é quem conduzia as economias locais até agora, em especial a lavoura de cana. Não por coincidência as fábricas de Honda e M-B serão erguidas em locais onde existe agora apenas um gigantesco canavial.

Pelas contas da Inova São Paulo, agência de fomento estadual, só a M-B representará faturamento de R\$ 19 bilhões em seus cinco primeiros anos de operação — o que significa dobrar a receita de Iracemápolis, hoje quase exclusivamente a cargo da Usina Iracema, do Grupo São Martinho.

Ampla representatividade também na geração de empregos: a Honda responderá por 2 mil vagas diretas, ou 14% do total de habitantes de Itirapina, sem contar as indiretas, que podem chegar a 8 mil. Em Iracemápolis serão 1 mil empregos diretos, ou 5% da atual população. Em Porto Feliz a relação é mais modesta, mas ainda assim de 1,5% contando apenas as oportunidades na própria fábrica da Toyota.

IMPORTADOS — A Mercedes-Benz chegará efetivamente a Iracemápolis bem antes do primeiro semestre de 2016, data prevista no cronograma para que os primeiros modelos deixem a linha. Ainda nesta primeira metade de 2014 começará a funcionar na cidade novo centro de distribuição dos veículos importados da marca, originários de Alemanha, Estados Unidos e Hungria, além dos Smart, que chegam da França. Ali será feita inspeção

e eventuais ajustes finais, etiquetagem veicular e envio à rede de concessionárias. Até então este processo ocorria na unidade de Juiz de Fora, MG, junto à fábrica de caminhões.

Segundo a prefeitura um condomínio industrial será erguido bem em frente à futura fábrica, às margens da rodovia SP-306, e cinco futuros fornecedores já demonstraram interesse na instalação ali, em áreas de 10 mil m² a 20 mil m² cada. A montadora, entretanto, não confirma a informação.

Para Andreas Renschler, CEO para automóveis e vans M-B, a escolha por Iracemápolis, que venceu dura briga com Salto, a 100 quilômetros, e Joinville, SC, se deu por um conjunto de fatores, mas pesaram especialmente “a proximidade dos fornecedores, do mercado consumidor e das outras fábricas da Mercedes-Benz no País”. Philipp Schiemer, presidente da unidade local, acrescenta à lista a mão de obra qualificada e “o tremendo suporte oferecido pelo Estado”.

De acordo com a prefeitura, obras de abertura de rede de água e esgoto e terceira faixa na rodovia serão de responsabilidade do município. É certo que haverá cerimônia de assentamento de pedra fundamental ali, mas a data ainda não está fechada.

O aumento da força do Interior paulista na indústria automotiva nacional fica ainda mais evidente quando observado o movimento das fabricantes de autopeças. Nos últimos dez anos, de acordo com dados do Sindipeças, a participação das empresas associadas que têm suas fábricas e escritórios no

Centro Tecnológico Tuzzi

Seu mais novo parceiro para a excelência no desenvolvimento de peças e equipamentos.

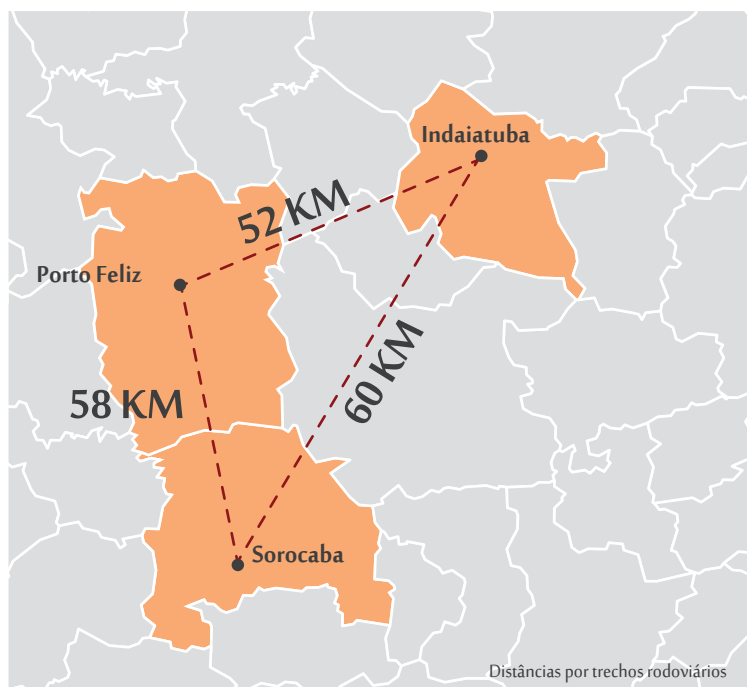
Cinto de segurança salva vidas



Um amplo laboratório capaz de testar e analisar equipamentos agrícolas e sistemas de suspensão de automóveis pesados, reproduzindo em bancada as mais severas condições de trabalho.

A excelência que seu projeto merece, com a garantia da marca Tuzzi.

O triângulo Toyota



Interior do Estado de São Paulo cresceu três pontos percentuais, saltando de 24,4% em 2003 para 27,5% em 2013. Ao mesmo tempo o ABCD perdeu dois pontos, passando de 14,2% para 12,3%, movimento repetido pela região Metropolitana — Guarulhos, Osasco, Mauá e outros municípios —, que caiu de 17,7% para 15,4%.

Quem mais sofreu foi a cidade de São Paulo, que passou de 17,2% para 12,3%, agora empatada com o ABCD.

MAIOR PRODUTOR — O dado é muito significativo porque o Estado de São Paulo é, de longe, o maior produtor de autopeças do País, dono de 67,4% das unidades das fabricantes e 66,5% do faturamento. Como referência, o

segundo colocado em localização geográfica é o Rio Grande do Sul, com 5,4% do total, e, em faturamento, o Paraná, com 7,7%.

Entretanto, o número a comprovar de forma inquestionável o quanto o Interior de São Paulo é atrativo às empresas do setor é aquele da participação do Estado no total da produção de autopeças no País, que cedeu seis pontos percentuais de 2003 a 2013. Ou seja: as macrorregiões de Campinas, Piracicaba, Sorocaba e outras conseguiram aumentar sua participação no total mesmo em meio a cenário de fuga do Estado — quem perdeu, portanto, além do ABCD, foram a Capital e a Região Metropolitana.

Os Estados que mais roubaram empresas de autopeças destas regiões no período foram Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia e Santa Catarina.

Naturalmente que mudança de endereço significa nova caixa de correio também para os seus funcionários — e nesse ponto o Interior paulista não deixa espaço para quase mais ninguém. Nada menos do que 35,8% da força total de trabalho das associadas do Sindipeças está na região. Todos os outros Estados, somados, têm 36,6%. A evolução do Interior paulista nos últimos dez anos neste quesito foi de quase cinco pontos, partindo de 31% em 2003 para 35,8% em 2013.

Na mesma década o número de empregos nas autopeças no ABCD caiu de 10,6% para 9,7% do total nacional, enquanto o da Região Metropolitana reduziu-se de 16% para 11% e da Capital de 12% para 7%.

Ainda neste primeiro semestre a Mercedes-Benz transferirá seu CD de veículos importados de Juiz de Fora para Iracemápolis



SCHULZ AUTOMOTIVA

DO PLANTIO À COLHEITA.



Referência em fundição de ferro cinzento e nodular, usinagem, pintura e montagem, a Schulz Automotiva atende grande parte das montadoras de máquinas agrícolas do país. Mais que um produto, a Schulz apoia a agricultura fornecendo peças com altíssima qualidade contribuindo na melhoria da produtividade agrícola.

Schulz Automotiva. Pronta para os desafios de hoje e do futuro.

A tendência é de continuidade deste quadro, pois além das novas fábricas o Interior paulista passará a ser, em aproximadamente mais um ano, a sede da Honda no País, tomando o posto justamente da Capital.

Até lá estará pronto prédio administrativo, em construção dentro do complexo de Sumaré, bem em frente ao recém-inaugurado Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, que consumiu R\$ 100 milhões. Receberá todos os funcionários que hoje atuam em prédio no bairro da Chácara Santo Antônio, na Zona Sul de São Paulo, das áreas de design, compras, financeiro, RH, TI, banco, jurídico e muitas outras, representando somente a transferência de cerca de seiscentos trabalhadores – considerando-se também os que virão de outras unidades Honda o total chegará próximo a 1 mil.

O edifício, já em construção, tem projeto ousado, concebido em único andar e praticamente sem salas ou baias a separar áreas e departamentos. “É uma forma de aproximar o administrativo do industrial, o que representará um aprimoramento do processo de desenvolvimento dos nossos veículos”, diz Issao Mizoguchi, presidente da Honda South America.

A prefeita de Sumaré, Cristina Carrara, comemora: “A centralização dos negócios administrativos da Honda aqui só nos traz benefícios. Promoverá aumento do salário médio, do nível de escolaridade e da movimentação financeira, que será sentida não apenas na cidade, mas em toda a região, vez que nem todos terão residência e con-

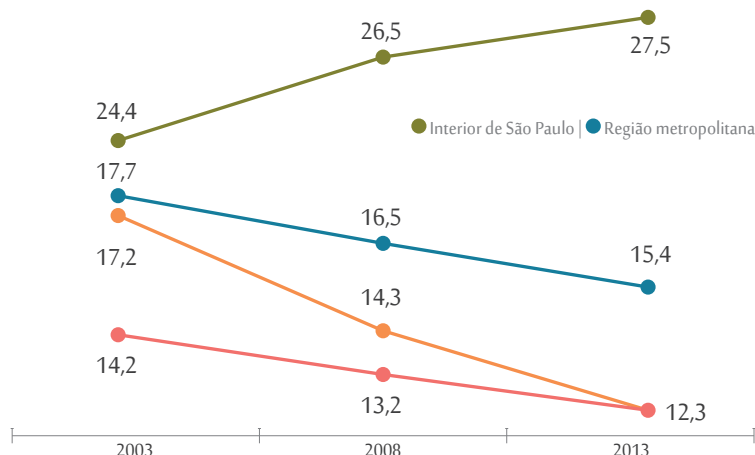
sumirão produtos e serviços apenas em Sumaré. Além disso estes novos habitantes não representarão ônus para a cidade, pois dificilmente utilizarão serviços do município, como os da rede de hospitais públicos, por terem assistência médica da empresa”.

Curiosamente, entretanto, até agora Sumaré não possuía uma concessionária Honda. A história muda nos próximos meses com inauguração de casa do Grupo Aversa, fruto de investimento de R\$ 12 milhões.

Já em Porto Feliz a Toyota produzirá até 200 mil motores ao ano. A unidade será inaugurada no primeiro semestre de 2016 fabricando 70 mil unidades/ano das versões 1.3 e 1.5 para o Etios em Sorocaba e, em segunda fase, também os 1.8 e 2.0 para o Corolla em Indaiatuba. Steve St. Angelo, CEO para América Latina e Caribe, revela que a unidade terá dezenove fornecedores, “todos instalados no entorno”.

Mais empresas...

Sede de fábricas e escritórios de empresas de autopeças no Brasil, em %



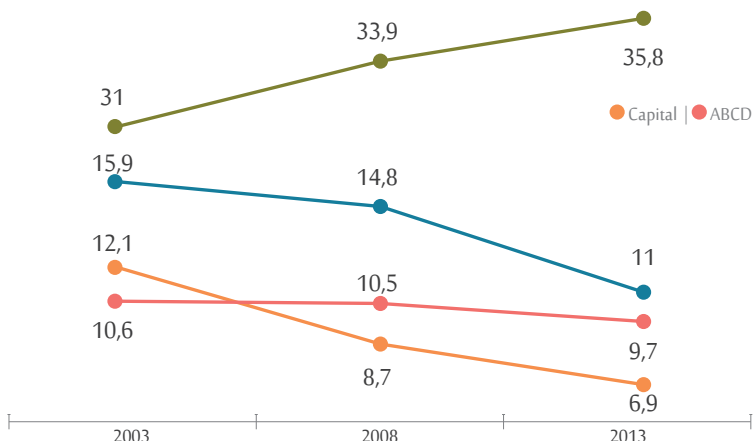
Os motores são hoje importados do Japão e o executivo explica que a decisão de investir mais no Interior revela uma mudança de estratégia: “A Toyota utilizava a filosofia de Produzir Onde se Vende, e agora vai estendê-la para Localizar Onde se Vende”.

A escolha por Porto Feliz não poderia ser mais feliz: o município forma uma espécie de triangulação com Sorocaba e Indaiatuba, distante apenas cerca de 50 quilômetros de ambas por via rodoviária. “Além disso a região conta com ótima infraestrutura de estradas e mão de obra qualificada.”

Para Levi Rodrigues Vieira, prefeito, a chegada da montadora a Porto Feliz é verdadeiro divisor de águas. Ele justifica: “Nasci aqui e vi a cidade passar por várias fases até a atual, onde existe uma dependência muito grande do segmento agrícola. Mas os tempos mudaram. A fábrica representará uma grande chance para os jovens, que em

...mais empregos

Distribuição dos funcionários das fabricantes de autopeças no Brasil, em %



No primeiro trimestre John Deere e Mahle inauguraram unidades no Interior paulista, que também é endereço das maiores concessionárias Triumph e Ducati do mundo

geral não têm oportunidade de trabalho em uma cidade pequena. Hoje eles precisam deslocar-se até outros municípios, como Itu, Salto e Sorocaba, em busca de emprego na indústria”.

Assim como ocorrerá em Itapeva e Itirapina, a construção da unidade Toyota em Porto Feliz trará a reboque ao menos uma escola técnica para formação de mão de obra, como as Etecs, de nível médio.

EXPLOSÃO — Certamente não por coincidência o primeiro trimestre de 2014 viu uma verdadeira explosão de anúncios de ações no setor automotivo no Interior paulista. Bons exemplos são da Pirelli, que destinará R\$ 500 milhões até 2018 em Campinas para modernização de maquinário e aumento da capacidade de produção de pneus verdes, da Mahle, que inaugurou em Limeira novo armazém logístico de peças para reposição, R\$ 47 milhões, e da John Deere Construção e Hitachi Construction Machinery, que em conjunto inauguraram duas fábricas em Indaiatuba, aporte conjunto de US\$ 170 milhões para produção de pás carregadeiras, escavadeiras hidráulicas e retroescavadeiras.

Até mesmo o restrito mercado de motos de alto luxo se rendeu ao ABC Caipira. A britânica Triumph abriu em Campinas a Triple, que com 2,5 mil m² é agora sua maior concessionária no mundo, seguindo assim a Ducati, que desde agosto de 2013 tem na mesma cidade igualmente sua maior revenda global, com 1 mil m² construídos em dois andares.

AD



0800-703 FORD
3673

Respeite os limites de velocidade.



Cargo 1119

- Motor mais potente da categoria com 189 cv
- Maior capacidade de carga da categoria de 7.164 kg



Cargo 816

- Novo design no padrão kinetic
- Veículo mais vendido da categoria
- Interior mais confortável e ergonômico



Cabine com novo interior ainda mais confortável para o Cargo 816 e o Cargo 1119



Chegou o novo
Cargo 1119,
o primeiro 11 toneladas.
O seu negócio é a nossa carga.

2 ANOS
DE GARANTIA
PARA MOTOR E CÂMBIO.

NOVA LINHA
LEVES FORD
CAMINHÕES.





Divulgação/Fiat

Nome aos bois

Alguns atrasos e muito segredo depois, a Fiat Chrysler mostra o que pretende com sua fábrica de Pernambuco

Décio Costa | decio@autodata.com.br

A decisão por um modelo recém-lançado da Jeep, o Renegade, e a divulgação de parte da relação dos fornecedores que integrarão o complexo industrial que a Fiat Chrysler constrói em Pernambuco definitivamente começam a lançar luz sobre um enredo que se arrasta há mais de três anos, embora contrato de confidencialidade das empresas sistematizado com a fabricante ainda deixe na sombra diversos pormenores. Tudo começou no fim de 2010, em 28 de dezembro, quando a Fiat realizou cerimônia de assentamento da pedra fundamental em terreno no município de Ipojuca, junto ao porto

de Suape, onde localizaria sua nova unidade de produção. Desde então se escreveram muitos capítulos de uma história que ainda tem muito para contar.

Na ocasião tudo aconteceu a toque de caixa. Os rumores das conversas da Fiat com o governo do Estado começaram a surgir ainda no início de dezembro e, para garantir os incentivos fiscais estabelecidos pelo Regime Automotivo do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, a Fiat tinha somente até o dia 29 de dezembro daquele ano para oficializar um projeto. E não era pouca coisa: investimento de R\$ 3 bilhões, fábrica para 200 mil unidades/ano, 3,5 mil empregos diretos e início de produção em 2014.

A trama se tornou até mesmo mais líquida e certa durante o Salão de Detroit de 2011, quando Sergio Marchionne, presidente mundial do Grupo Fiat, revelou que a futura fábrica pernambucana seria a casa de uma plataforma inédita para dar origem a um modelo subcompacto. Uma estratégia coerente, afinal, dali a alguns anos o fim do Uno Mille por força de lei deixaria o caminho livre para o subcompacto que a Volkswagen já havia anunciado, o up!.

GOIANA — Bastou alguns meses, agosto de 2011, para mudanças completas no projeto. A nova fábrica não mais seria localizada no complexo portuário de Suape, em Ipojuca, mas distante 60 quilômetros de lá, em Goiana, no Norte do Estado. Se os planos originais já eram ambiciosos

as alterações concederam contornos mais grandiosos.

Durante a apresentação oficial da montadora, no Palácio das Princesas, em Recife, Cledorvino Belini, presidente do Grupo Fiat Chrysler para a América Latina, listou até R\$ 4 bilhões de investimentos, produção de 200 mil a 250 mil veículos/ano com início das atividades em março de 2014 e geração de 4,5 mil empregos. A unidade ainda ganhou terreno de 14 milhões de m², 10 milhões de m² a mais do que tinha em Ipojuca, além de todos os apêndices que uma indústria automotiva deseja e precisa.

Na ocasião comunicado da Fiat dava ideia da dimensão do que estaria por vir: “O novo projeto tornou-se possível porque a empresa localizou uma área contínua que comportará todo o polo automotivo projetado, composto pela fábrica de automóveis, parque de sistemistas, centro de capacitação e treinamento, centro de pesquisa e desenvolvimento, pista de teste e campo de provas”.

Do papel para as obras de fato, no entanto, levaria em torno de cinco meses. Somente em janeiro de 2012 as máquinas avançaram sobre o terreno para os serviços de terraplenagem. De lá para cá os ingredientes do enredo revelam-se em doses homeopáticas. No Salão do Automóvel de São Paulo, em outubro, a Chrysler negou qualquer relação com a fábrica que começava a ser erguida. Depois, em dezembro, a Fiat anunciou mais um aporte de R\$ 500 milhões para uma unidade de produção de motores com

Jeep sobre Fiat

O utilitário esportivo compacto Jeep Renegade foi apresentado no Salão do Automóvel de Genebra, Suíça, no início de março. Elaborado pela equipe de engenheiros da Chrysler dos Estados Unidos sobre a plataforma do Fiat 500L começa a ser produzido primeiro na fábrica da Fiat em Melfi, Itália, para os mercados europeus e da América do Norte, e, em 2016, na China.

No Brasil a partir de 2015 o Renegade terá missão árdua na disputa pelo segmento de SUVs, cujo mercado, de acordo com estatística da Fenabreve, encerrou 2013 com 290 mil unidades negociadas e dominado por Ford EcoSport, com 23%, e Renault Duster, 17,5%.

capacidade para 150 mil/ano. O projeto, então, elevou o investimento para R\$ 4 bilhões, alinhado com o que Belini previra cinco meses antes, além de superar os 5 mil empregos.

CANTEIRO — No ano passado o silêncio da montadora só não foi maior porque um site institucional, o www.programapernambuco.fiat.com.br, acompanha o dia a dia do canteiro de obras. Em compensação 2014 começou dando nome aos bois na história. Em janeiro o conselho de administração da Fiat Spa aprova a criação da FCA, Fiat Chrysler Automotive, a nova designação para o negócio de veículos leves da companhia. Em fevereiro foi revelada parte dos sis-

temistas que integrarão o Parque de Fornecedores no Polo Automotivo de Goiana (ver quadro abaixo) e, finalmente em março, durante o Salão de Genebra, Sergio Marchionne anuncia o Jeep Renegade como o primeiro modelo a ser produzido na fábrica pernambucana.

As dimensões do projeto ganharam mais corpo e, claro, maior importância no grupo. O investimento inicial previsto também já não é o mesmo e alcança R\$ 6 bilhões, dos quais R\$ 4,5 bilhões para as fábricas e o restante para desenvolvimento de produtos. A produção mesmo deve começar somente no início do ano que vem, prometendo encerrar mais um capítulo. **AD**

O parque de fornecedores

Dezesseis empresas seguem com a Fiat Chrysler para a criação do complexo industrial pernambucano. Os fornecedores ocuparão doze edifícios, nos quais serão produzidas dezessete linhas que responderão por 40% da demanda de partes e componentes. Ao todo a área de fornecedores terá 270 mil m². De acordo com comunicado da fabricante do total de 2 mil itens novos que serão solicitados 450 serão fornecidos pelo parque. Também serão estampadas mais de 870 famílias de peças, a partir de 1 mil 380 ferramentas, o que significa mais de 4 milhões de peças/ano. As primeiras dez companhias são as seguintes:

Magneti Marelli

Peças estampadas, conjuntos soldados de suspensão (eixos), tanque de combustível, bocal de enchimento de combustível e pedais (acelerador, freio e embreagem), sistemas de exaustão, montagem de componentes de suspensão (dianteira e traseira), peças pequenas e médias injetadas de plástico

Magneti Marelli/Faurecia (joint venture)

Peças plásticas maiores para acabamento do interior e exterior

Lear

Bancos

Pirelli

Montagem do conjunto pneus e rodas

Adler

Isolamentos, tapetes e forração do teto do veículo

Powercoat

Pintura de peças metálicas

Denso

Sistemas de arrefecimento do motor, ventilação e ar-condicionado

PMC

Conjuntos soldados estruturais de chassi e de bancos

Tiberina

Conjuntos soldados estruturais de chassi

Brose

Mecanismo de levantamento de vidros das portas

Impulsionando inovação em transporte.

gratuito



EATON

Powering Business Worldwide

A demanda por transporte seguro, eficiente e econômico está crescendo tão rápido quanto as economias em desenvolvimento do mundo. As tecnologias para gerenciamento de energia mecânica da Eaton estão contribuindo para o desenvolvimento das soluções de transporte da próxima geração, que continuarão a impulsionar nosso crescimento.

Antecipe o amanhã. Realize hoje.

www.eaton.com.br

O carro de James Bond

Feito para quem precisa de dose extra de segurança o Audi A8 L Security pode ser encomendado no Brasil por R\$ 3,5 milhões

Michele Loureiro, de Ingolstadt | michele@autodata.com.br

Parece carro de filme do James Bond, mas com uma boa dose de realidade. O modelo A8 L Security, da Audi, foi projetado para impressionar nos quesitos de segurança. À primeira vista é um tradicional sedã de luxo, mas carrega diversos trunfos que podem proteger seus passageiros em situações de risco extremo.

Feito especialmente para clientes que precisam de uma dose extra de segurança, como líderes de estado, o modelo é vendido na Europa por cerca de € 400 mil. Para chegar ao Brasil, o preço sobe para R\$ 3,5 milhões — e não basta ter dinheiro para ter um desses, também é preciso passar pelo crivo da montadora, que faz uma triagem dos compradores a fim de garantir o bom uso do modelo.

A Audi não divulga quantas unida-

des já foram comercializadas e nem divulga oficialmente seu preço, mas garante ter pedidos na América do Sul e que a previsão de vendas é ambiciosa.

Fabricado sob encomenda em uma área especial na fábrica da Audi em Neckarsulm, na Alemanha, o modelo demora cerca de 450 horas para sair da linha de montagem e exige funcionários especializados. Isso porque o veículo precisa de um tratamento resistente a armas de fogo, feito com aço de blindagem moldado, tecido de aramida, cerâmica, uma liga especial de alumínio e vidro multilaminado.

Grande parte do carro é montada de forma artesanal. Para se ter ideia do trabalho, todo o processo de produção de um automóvel convencional leva cerca de trinta horas.

A base do carro é feita de alumínio,

o que faz com que o veículo pese 40% menos, apesar de blindagem. Com isso, a potência não fica comprometida e não leva às alturas o gasto com combustível. O veículo é oferecido a partir de duas opções de motor: 4 litros com 435 cv ou 6,3 litros com 500 cv. Segundo a Audi, o modelo resiste a tiros, incêndios e até mesmo a ataques com gases e explosões.

O A8 L Security foi certificado pelo

contra inalação de gases tóxicos. Caso o veículo seja atacado por essas substâncias, o usuário pode acionar um sistema que gera uma sobrepressão no interior do veículo, impedindo assim a entrada de gases tóxicos. Ao mesmo tempo o sistema exala oxigênio no interior do veículo por alguns minutos até que o carro possa se afastar da zona de perigo.

O veículo tem ainda um dispositivo

sinalizadoras fazem parte do kit de acessórios do veículo, bem como um recurso que permite ejetar os passageiros em casos de emergência: basta acionar um botão e as portas do veículo podem ser removidas integralmente com apenas um toque.

Outra função disponível controla incêndios por meio de um sensor de calor que aciona uma tubulação armazenada no porta-malas.



Divulgação/Audi

Centro Alemão de Testes Balísticos e atende às especificações da classe de proteção balística VR 7, que torna o carro resistente a tiros com munição de calibre médio da Otan, além de granadas. Em algumas áreas, a blindagem protege de calibres mais pesados e o veículo é resistente a explosões.

Além de resguardar os passageiros de tiros, o carro possui alguns sistemas complementares como a proteção

de intercomunicação que possibilita que os ocupantes se comuniquem com o exterior por meio de alto-falantes. Telefone fixo e internet também são itens de série do modelo.

CAIXA PRETA — O automóvel possui ainda uma espécie de caixa preta no porta-malas, que armazena informações relevantes, como o trajeto percorrido. Sirenes e conjuntos de luzes

Mesmo com o foco na segurança, o interior do veículo mantém a tradição luxuosa da marca. Com um painel de madeira multifuncional, o carro tem o tradicional sistema de entretenimento, GPS e até uma geladeira para mimar os ocupantes. Na parte traseira são apenas dois assentos com regulagem elétrica, que podem ter funções de massagem e ventilação. Afinal, nem James Bond resistiria ao luxo.

AD

Lançamento

Eficiência brasileira

Apesar de global, novo Corolla teve desenvolvimento de peças locais que contribuíram para reduzir o consumo de combustível em 12%

Alzira Rodrigues, de Campinas, SP | alzira@autodata.com.br



Divulgação/Toyota

Em plena era do Inovar-Auto o ganho em eficiência energética passou a ser prioridade nos lançamentos da indústria brasileira. E não seria diferente com o novo Toyota Corolla, 12% mais econômico do que a geração anterior, conforme ênfase dada pela própria montadora ao apresentar o modelo à imprensa na semana de 14 de março, quando chegou ao mercado nacional.

Exatamente visando reduzir consumo de combustível o novo Toyota, apesar de global, teve projetos de peças locais em parceria com fornecedores daqui. É o caso do sistema de embreagem desenvolvido pela Schaeffler do Brasil, conforme revela o diretor executivo de pesquisa e desenvolvimento da empresa, Cláudio Castro:

“Também adaptamos alguns elementos do motor, mas o sistema de embreagem foi um projeto totalmente desenvolvido no Brasil. O conjunto do que foi feito aqui garantiu ganho em eficiência energética muito grande. O motor é um componente predominante no processo de redução de consumo do veículo.”

Segundo Castro, já no início do projeto a Toyota decidiu partir para o desenvolvimento local do sistema de embreagem ao invés de recorrer a fornecedores mundiais. “Para essa plataforma tem um concorrente nosso no Japão que faz a embreagem para os países asiáticos. Mas optou-se pela engenharia brasileira e, modéstia à parte, foi um trabalho muito bom o que fizemos aqui com a Toyota.”

E as inovações brasileiras no Co-

rolla, em sua 11ª geração, não pararam por aí. Ele é equipado com o sistema de partida a frio para utilização do etanol em baixas temperaturas, que dispensa o tanquinho de gasolina e também contribui para a redução de consumo.

Foram adotados também bancos dianteiros mais finos, com espumas de revestimento mais densas, o que resultou em ganho do espaço interno.

VERSÕES — Com motorizações 1.8 e 2.0 flex fuel o novo Corolla tem preço, em média, 2% superior ao da geração anterior e sua missão, segundo a fabricante, é retomar a liderança da marca no segmento de sedãs médios. Disponível nas versões GLi 1.8, com opção de transmissão manual, e XEi 2.0 e Altis 2.0, ambas com câmbio automático, o modelo tem design totalmente novo e oferece mais espaço em seu interior por ser 8 cm maior em comprimento e 10 cm na largura.

Seu preço varia de R\$ 66,5 mil a R\$ 92,9 mil e a expectativa da Toyota é ampliar as vendas do modelo este ano. Ante 53,9 mil Corolla emplacados em 2013, projeta-se para 2014 cerca de 60 mil unidades apenas do novo modelo. Somando as 5,9 mil da geração anterior emplacadas no primeiro bimestre, a venda do sedã totalizaria 66 mil unidades, volume que representaria crescimento de 22% em relação ao desempenho de 2013.

Durante seu lançamento o presidente da Toyota do Brasil, Koji Konda, disse que 2014 promete ser melhor do que 2013 para a marca. A expectativa, segundo o vice-presidente da compa-

O sistema de embreagem do novo sedã da Toyota foi desenvolvido no Brasil pela Schaeffler



nhia, Luiz Carlos Andrade Jr, é chegar a um total de 185 mil veículos emplacados, 4% a mais do que as 177,8 mil unidades vendidas no ano passado.

Andrade comentou ainda que o segmento de sedãs médios caiu 10% em 2013 por falta de novidades e também devido à expectativa da chegada do novo Corolla. No ano passado o modelo teve 23% de participação e perdeu o primeiro lugar para o Honda Civic, que emplacou 61 mil unidades.

O vice-presidente garantiu que para manter preço competitivo a empresa absorveu grande parte dos custos com as inovações do novo Corolla, produzido em Indaiatuba, SP. Segundo o diretor de pós-venda, Frank Gundlach, os novos itens incorporados na versão GLi, por exemplo, representariam

Para manter preço competitivo a montadora garante ter absorvido boa parte dos custos demandados nas inovações do modelo

acréscimo de R\$ 4 mil. “Mas só repasamos R\$ 800, mesma política adotada nas outras versões.”

Dentre outros itens, a GLi tem direção eletroassistida progressiva, ar-condicionado com controle manual, chave do tipo canivete com comandos do alarme integrados e computador de bordo com seis funções.

Já o Corolla XEi possui ar-condicionado automático digital e um novo sistema multimídia dotado com tela de 6.1 polegadas, que reproduz DVD e capta sinal de TV Digital. A versão topo de linha Altis traz ainda luzes auxiliares de LED, sistema de partida sem necessidade de chave e ajuste elétrico para o banco do motorista. Outra novidade é o air bag de joelho para motorista em todas as versões. **AD**

A luta pelos híbridos

Também presente ao lançamento, o chairman da Toyota do Brasil e CEO para a América Latina e Caribe, Steve St. Angelo, admitiu intenção da empresa de ter uma linha do Prius por aqui. Destacou, porém, que a produção de veículos híbridos no País depende não só de incentivos para a compra do produto, mas também de uma política industrial específica para o segmento:

“O projeto só é viável se pudermos começar com montagem pelo sistema CKD. Ainda não há nada definido, mas há uma boa discussão com o governo brasileiro nesse sentido”.

Para St. Angelo é preciso que o Brasil

adote uma política de incentivos para introduzir a tecnologia dos híbridos e elétricos no mercado local, desencadeando um processo de colaboração que envolva governo, indústria e sindicatos de trabalhadores.

Na ocasião St. Angelo também revelou que o Brasil saltou do 13º lugar para o 9º nas vendas globais da Toyota: “É a primeira vez que o País aparece no ranking dos dez maiores vendedores da marca no mundo”.

Há quase um ano no Brasil o executivo mostra-se otimista com as operações locais da Toyota, apostando que a empresa continuará em expansão no

mercado nacional. “Com um crescimento de 22% no ano passado, a América Latina e a região do Caribe foram responsáveis por 4,4% das vendas totais da Toyota. E o Brasil teve uma grande contribuição nesse resultado.”

Segundo St. Angelo, a Toyota possui hoje capacidade para produzir 80 mil Corolla em Indaiatuba, SP, e a ideia é utilizá-la plenamente este ano, como também deve acontecer na fábrica de Sorocaba, SP, onde é produzido o Etios. “Após o relançamento do nosso modelo compacto em setembro passado, as suas vendas estão superando as nossas expectativas.”



É um grande privilégio fazer parte, pela segunda vez, do seletivo grupo de empresas que contribui para o desenvolvimento de uma das maiores empresas do mundo.

Obrigado Toyota por nos conceder essa grande honra.



Scórprios Indústria Metalúrgica Ltda.

Rua Platina, 100 | 09550-630 | São Caetano do Sul - SP

11 4224 9604 | www.scorprios.com.br



©iStockphoto.com/STILFX

Cardápio sortido

Com a frota de veículos crescente e mais de 2,5 mil modelos e versões no mercado brasileiro, fornecedores investem na diversificação de itens em todas as linhas de componentes

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Quando assumiu há um ano a presidência da Anfavea, Luiz Moan aproveitava as entrevistas coletivas da entidade para ao final divulgar a diversidade da oferta de veículos no País. Sem muita audiência, a prática passou a ser esporádica. Mas os números continuam sendo atualizados e indicam que há no mercado brasileiro nada menos do que 2 mil 579 modelos e versões de sessenta marcas. E uma frota crescente que já ultrapassa 40 milhões de veículos, dos quais mais de 16 milhões incorporados nos últimos sete anos.

Haja peças, as mais diferentes e peculiares, para garantir o abastecimento adequado desse complexo e crescente mercado de reposição, que movimentará perto de R\$ 13,4 bilhões este ano, 5,5% a mais do que em 2013. Segundo Elias Mufarej, conselheiro do Sindipeças no aftermarket, o segmento tende a crescer na faixa de 6% a 7% ao ano a partir de agora, o que indica para 2015 negócios acima de R\$ 14 bilhões.

Aos fornecedores resta não apenas expandir produção, mas principalmente o portfólio para cobrir a diversidade de modelos. E também investir em armazenamento e logística. Tudo para ter uma operação rentável e não deixar o consumidor na mão. O grande desafio é pulverizar a oferta e a distribuição.

AUMENTO DE ITENS — O Grupo Continental, por exemplo, oferecia 1,6 mil itens em 2012 das marcas VDO e ATE no aftermarket. No ano passado lançou quatrocentos, totalizando

2 mil, e este ano serão mais 1 mil itens, alcançado perto de 3 mil.

A Schaeffler vem ampliando portfólio em 10% ao ano e a Magneti Marelli, só na linha de amortecedores, opera com 1 mil itens, dos quais mais de duzentos lançados nos últimos dois anos. Isso só para citar alguns exemplos. Como diz Marcello Lucarelli, diretor da unidade de negócios de veículos comerciais e aftermarket da Continental, a reposição no Brasil está cada vez mais pulverizada:

“Considerando que temos 90 mil itens no mundo, decidimos há um ano e meio trabalhar em âmbito global, explorando todas as nossas fábricas para ampliar a oferta aqui. A participação de itens importados no portfólio passou de 20% para 30%.”

Sem revelar valores de faturamento, o Grupo Continental informa ter registrado crescimento de 25% nos negócios com reposição no ano passado. E pretende crescer mais 20%, no mínimo, este ano.

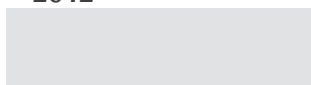
Segundo Alexandre Casal, diretor de negócios do aftermarket da Continental, a operação no aftermarket hoje é muito mais complexa do que antes. “Temos um time de quarenta pessoas 100% dedicado à reposição. A complexidade não é só da cadeia logística e de armazenagem, mas também na área fiscal.”

FIDELIZAÇÃO — A Magneti Marelli também cresce acima da média no mercado de reposição e tem importado itens de baixo volume local principalmente dos Estados Unidos e Índia

Faturamento no aftermarket

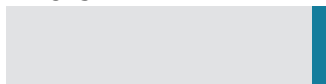
em milhões de R\$

2012



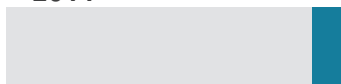
12 012

2013



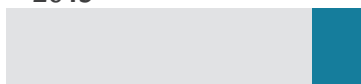
12 670

2014*



13 370

2015*



14 140

* estimativa Sindipeças

para complementar sua oferta. Segundo a diretora-presidente da unidade aftermarket, Eliana Giannoccaro, os negócios na área cresceram 13% em 2013, atingindo perto de R\$ 500 milhões. E a alta este ano deve ser similar.

Metade da receita com o mercado de reposição tem por base os amortecedores Cofap. A empresa tem centro de desenvolvimento local para esse tipo de peça, sendo o Brasil a sede de fornecimento para toda a América Latina, além de manter logística própria, com um centro de distribuição em Mauá, SP. Segundo Eliana, são 3 mil embarques e 1 milhão de componentes distribuídos mensalmente.

A Magneti Marelli investe forte em treinamento e divulgação. “Temos cinquenta promotores no aftermarket e damos cursos para mecânicos e outros profissionais. Só em 2013 realizamos 30 mil ações promocionais.”

FIDELIZAÇÃO — Outro sistemista que prioriza a fidelização do cliente é a Robert Bosch, que opera com 15 mil itens no aftermarket nas linhas de injeção e ignição eletrônica, freios, parte elétrica, filtros e velas de ignição, dentre outras. Segundo Carlos Barbosa, diretor da divisão automotiva aftermarket, os negócios brasileiros respondem por 60% do faturamento da Bosch nessa área na América Latina.

Ele projeta alta de 6% ao ano no aftermarket brasileiro, mas não revela números específicos da Bosch. E diz que o crescimento também é fruto das inovações do setor: “Os veículos incorporam cada vez mais tecnologia,

Reposição

como airbags, freios ABS e muito mais. É preciso investir continuamente para acompanhar a evolução do mercado”.

Do que a Bosch entrega na reposição, 50% vêm das linhas fornecidas para as montadoras, 40% são de produtos específicos para o segmento e 10% compra de terceiros. Além de ter 1,5 mil lojas credenciadas no conceito Bosch Service, a fabricante opera com mais 3,5 mil oficinas no sistema Original Auto-Center.

“São, portanto, 5 mil com as quais trabalhamos diretamente e periodicamente visitamos mais 1 mil”, comenta Barbosa. “E ainda mantemos contato direto com 350 distribuidores, tudo para assegurar nossa liderança. Nosso foco é na mobilidade e o desafio é sempre ter a peça certa no lugar certo.”

Muitas das grandes fabricantes de autopeças têm no aftermarket mais de

50% do seu faturamento. É o caso da NGK, fabricante de velas de ignição, com índice de 75%, de acordo com Edson Miyazaki, diretor de vendas reposição da NGK do Brasil.

Seus negócios na área crescem a um ritmo de 4% a 5% ao ano e a empresa oferece hoje 120 tipos de vela. Muitas ainda são comuns em diferentes tipos de automóvel, mas a tendência, diz Miyazaki, é de maior diversificação:

“Todos os fabricantes estão investindo em novos projetos e alguns, como o do motor de 3 cilindros, envolvem velas específicas. Com o Inovar-Auto as montadoras solicitam produtos que contribuam para a redução do consumo de combustível”.

SEGUNDA LINHA – No caso das velas de ignição, o produto para reposição é exatamente o mesmo entregue

Centro de distribuição da Meritor



Divulgação/Meritor

SCHAEFFLER



Confiabilidade é Tudo.

Inovação em movimento.



Menos consumo de combustível, menos emissões e mais dinamismo. Depois de muitos anos de experiência como parceiros de engenharia da indústria automobilística, aprendemos a conciliar tendências aparentemente contrastantes. Desenvolvemos e fabricamos componentes de precisão e sistemas para motores, transmissões e chassis sob as marcas INA, FAG e LuK. Isso abrange produtos para comandos variáveis de válvulas e variadores de fase do eixo comando, componentes para transmissões de dupla embreagem e acionamentos híbridos, bem como rolamentos de roda de atrito reduzido. Tudo isso para fazer deste planeta um lugar melhor para se viver. Afinal, confiabilidade é tudo.

Para conhecer melhor nossos produtos e tecnologias acesse:
www.schaeffler.com.br



Faça revisões em seu
veículo regularmente.





Divulgação/Magneti Marelli

A Magneti Marelli ampliou negócios na área de reposição em 13% no ano passado, com faturamento próximo de R\$ 500 milhões

às montadoras. Mas há exemplos de investimento em uma segunda linha, mais acessível para o proprietário de veículo usado. O Grupo Randon, por exemplo, desenvolve produtos exclusivamente para o aftermarket, chamada linha de reposição aprovada:

“É o único jeito de concorrer em um mercado que tem produtos importados e ainda alguma informalidade”, diz o diretor corporativo de autopeças do grupo, Alexandre Gazzi. “Para baratear o custo em 10% a 30%, dependendo do item, mudamos o material em relação à peça original, mas sem perder qualidade.”

O projeto reposição aprovada começou com a Suspensys há seis anos e gradativamente foi estendida para as demais empresas do grupo: Fras-le, Master, Jost e Castertech Fundição e Tecnologia. As cinco acabam de unir esforços para melhorar desempenho na reposição. Desde janeiro o grupo implantou o projeto Força de Campo, que consiste na venda conjunta de todas as cinco empresas para a rede independente de autopeças, num total de 1,2 mil pontos de venda no País.

Segundo Daniel Randon, diretor-presidente da Fras-le, o crescimento da empresa em aftermarket foi de 14% no ano passado, 60% provenientes de lonas e pastilhas para pesados, 25% a 30% do mesmo produto para automóveis e o restante com outros itens como cilindro de freios e itens de mangueira. São ao todo 10 mil itens.

“Desenvolvemos peças para que estejam no varejo assim que um novo veículo é lançado. E são altos os inves-

timentos para oferecer o melhor. Hoje o consumidor quer não só eficiência, mas também conforto, exigindo, por exemplo, ruído zero no caso das pastilhas”. Para reduzir custos, prazo de entrega e melhorar a distribuição das peças, a Fras-le inaugurou este ano centro logístico em Caxias do Sul, RS.

O Grupo Randon, segundo o executivo, faturou R\$ 400 milhões com reposição no ano passado.

SUPORTE — A Schaeffler, dona das marcas Ina, FAG e LuK, mantém um centro exclusivo de desenvolvimento de peças para a reposição. Suas vendas para o segmento cresceram 6,6% no ano passado na América do Sul e a meta para 2014, de acordo com seu vice-presidente sênior aftermarket automotivo na região, Rubens Campos, é de alta na faixa de dois dígitos.

Sem revelar receita, ele destaca que a reposição tem importância estratégica para a companhia. “Quanto mais tecnologia se coloca nos veículos, mais complexa fica sua manutenção, o que acontece nos segmentos nos quais atuamos — rolamentos, embreagens e parte eletrônica do motor. Por isso investimos muito em treinamento.”

A Schaeffler mantém serviço de suporte de pós-venda e assistência técnica, com cursos para pessoal de oficina e da distribuição. “São 10 mil pessoas que treinamos por ano no Brasil.”

Recentemente inaugurou um centro de distribuição em Cartagena, na Colômbia, para proporcionar uma maior proximidade de seus distribuidores na América do Sul. O complexo

recebe produtos da América do Norte, Europa, África e Ásia. Mas os fabricados na planta de Sorocaba, SP, continuam a dominar as vendas na região.

A Meritor, que atua no segmento de pesados com fornecimento de 4 mil itens em peças para eixos dianteiros, traseiros e eixo cardan, reformulou seus negócios nessa área no Brasil e em outros países emergentes no começo do ano passado.

Marcelo Rosa, gerente de vendas e marketing para o aftermarket, explica que os negócios para a reposição e montadora foram unificados, o portfólio foi renovado e o número de escritórios regionais dobrou de cinco para dez. “Nosso objetivo é até 2017 dobrar

as vendas em relação a este ano”. O aftermarket responde por apenas 5% do faturamento da Meritor no Brasil, índice que pode até dobrar nos próximos quatro anos, período durante o qual a empresa promete lançar uma série de ações de campo e novos itens.

FORA DE LINHA — Com 12 mil itens disponíveis no mercado, também a ZF vem ampliando sua linha para a reposição com a meta de até 2025 triplicar os negócios na América do Sul. “Criamos uma área de aftermarket única e com isso queremos crescer com novos produtos e serviços”, diz João Lopes, diretor da ZF Service. A empresa, segundo ele, sempre dá preferência por

A ZF adota política de produzir localmente peças de alto volume e quer triplicar vendas no aftermarket até 2025



Juntos, nós podemos facilitar a vida de quem vive na estrada.

housepress

A Parker vive criando sistemas que multiplicam a segurança e a economia do transporte comercial no mundo inteiro. Para veículos leves ou extrapesados, a Parker oferece acionamentos e conectores pneumáticos e hidráulicos, soluções de filtração, refrigeração, controle do pós-tratamento de gases e *power take-offs*, além do sistema **Run Wise**, que usa a energia de frenagem para a propulsão do veículo. Deixe a tecnologia Parker surpreender você.

aerospace
climate control
electromechanical
filtration
fluid & gas handling
hydraulics
pneumatics
process control
sealing & shielding



ENGINEERING YOUR SUCCESS.

falecom@parker.com www.parker.com.br 0800 PARKER H
7 2 7 5 3 7 4



A Bosch tem 1,5 mil lojas credenciadas no conceito Bosch Service

Divulgação/Bosch

Personalização

Enquanto a maioria dos fabricantes do setor iniciou negócios com montadoras para depois abastecer a reposição, a gaúcha Keko Acessórios começou em 1986 fornecendo itens de personalização no varejo. Só em 2001 passou a fornecer diretamente para os fabricantes de veículos e, hoje, a área de OEM responde por 81% do seu faturamento.

No segmento de personalização, segundo Juliano Scheer Mantovani, diretor de mercado e inovação da Keko, ainda é comum empresas menores copiarem itens que fazem sucesso. “Esse mercado antes estava estagnado. Como são peças de personalização, são supérfluas. O único item funcional que vendemos é o engate de reboque.

E nós enfrentamos grande concorrência do mercado informal, tem muita cópia do que fazemos.”

Das vendas da Keko no aftermarket 70% são feitas por meio das redes de concessionárias, que recebem os itens da própria montadora. O faturamento interno com reposição, de acordo com Mantovani, atingiu R\$ 16 milhões no ano passado, com crescimento de 13% sobre 2012. E as exportações chegaram a R\$ 7,5 milhões.

Para este ano a previsão é de crescimento de 21% nos negócios gerais da Keko e de 15% no aftermarket. “Renovamos nossa linha periodicamente e temos contratos fechados em 2013 cuja faturamento inicia-se agora.”

produzir localmente peças de grande demanda, mas para complementar linha tem importado da Alemanha, Argentina, China e México:

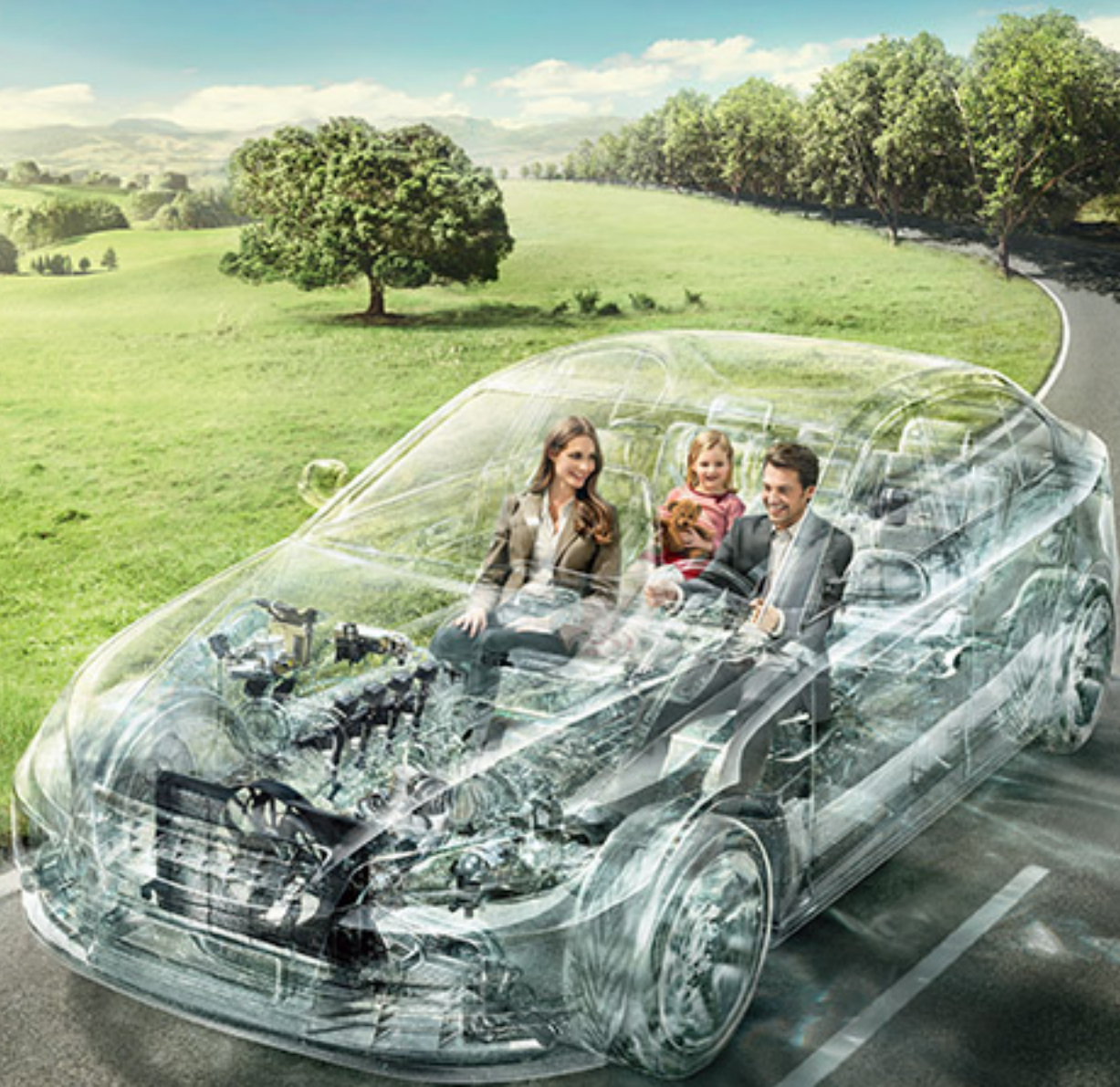
“Temos centro de desenvolvimento em São Bernardo do Campo, SP, e alguns itens, como embreagens, projetamos aqui”. Lopes diz que todas as peças fabricadas para as montadoras estão no portfólio, mas ressalta que o segmento é muito mais amplo, envolvendo veículos fora de linha como Ford Verona e Chevrolet Chevette. Além de embreagem, a ZF fornece transmissões, suspensão e amortecedores, dentre outros itens.

Também a Delphi cresce no segmento acima da média do mercado, a um ritmo de 15% ao ano, e pretende expandir negócios em 2014 em índice ainda maior, de até 18%, conforme revela Edson Brasil, vice-presidente da Delphi Soluções em Produtos e Serviços para a América Latina.

Com 5 mil itens no aftermarket, a Delphi tem complementado linha com produtos da Europa, Ásia, México e Coreia. “Só assim conseguimos atender a diversidade do mercado de reposição. Da Coreia, por exemplo, trazemos peças para atender veículos de origem coreana que vêm de lá e também que estão sendo produzidos aqui.”

Além da diversidade o segmento passa por uma evolução tecnológica que, segundo Brasil, tem exigido ações pontuais: “Para todos os produtos que vendemos na reposição oferecemos equipamentos de diagnósticos para oficinas e estabelecimentos similares que auxiliam na hora do conserto”. **AD**

Sistemas inovadores Bosch para motores a gasolina, perfeitamente sincronizados, reduzem a emissão de CO₂.



Inovações Bosch protegem o meio ambiente e conservam os recursos naturais. Tecnologia para a vida" é a nossa missão: nós desenvolvemos inovações que respondem hoje aos problemas globais do futuro. A Bosch desenvolve sistemas automotivos, como Flex-Start e Start/Stop que, integrados, reduzem o consumo de combustível e a emissão de CO₂. Essa é uma das nossas contribuições para um futuro melhor. www.bosch.com.br



BOSCH
Tecnologia para a vida

Menos informalidade

Mudança tributária e certificação do Inmetro reduzem concorrência desleal no segmento

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Além da frota crescente, dois outros fatores têm contribuído para ampliar os negócios da indústria brasileira de autopeças na reposição: a informalidade caiu e a exigência de peças certificadas cresceu. Elias Mufarej, conselheiro do Sindipeças para o mercado de reposição, diz que a implantação de um novo sistema tributário — a substituição tributária — realmente ajudou a diminuir a informalidade:

“Não temos dados oficiais sobre a redução do mercado informal nas autopeças, mas a medida tributária adotada pelo governo federal restringiu as atividades sem as devidas notas fiscais, o que favorece o faturamento das nossas associadas”.

De outro lado, segundo Mufarej, a atuação do Inmetro, Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, no sentido de exigir peças certificadas no mercado brasileiro também passa a ser um divisor de águas.

“Há hoje um controle mais efetivo sobre a qualidade das autopeças e do

Peças certificadas de 2014 a 2017

Líquidos para freios hidráulicos

Bateria chumbo-ácido

Pistões, pinos e anéis-trava

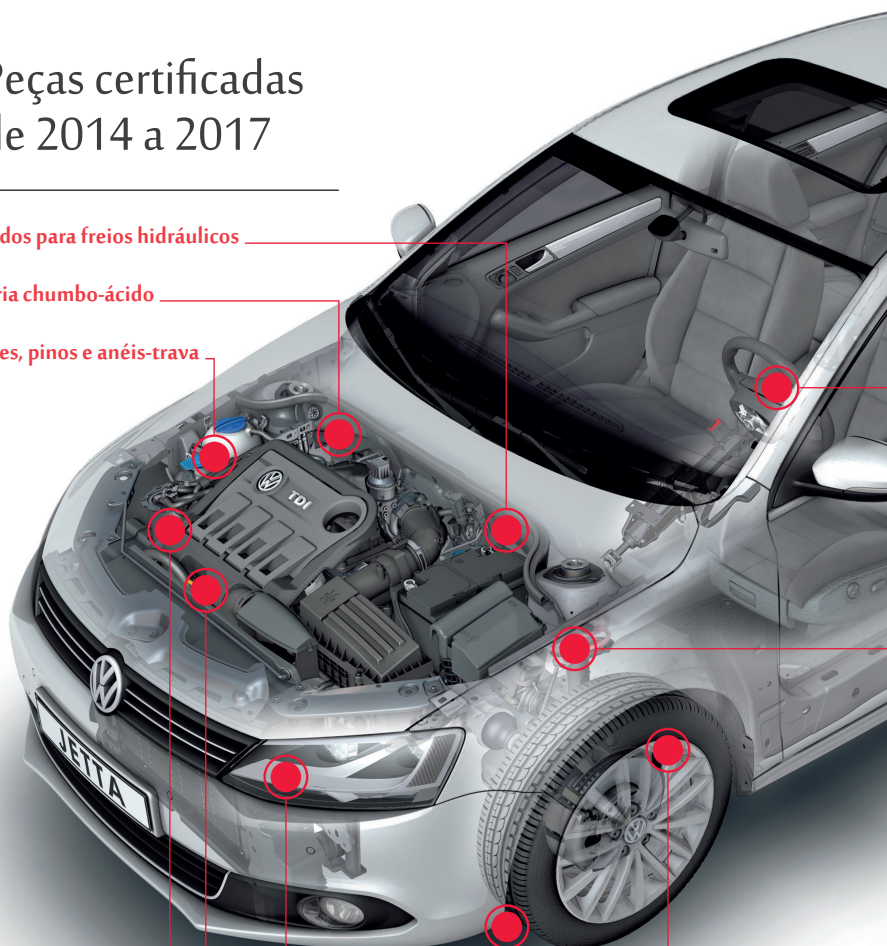
Anéis de pistões

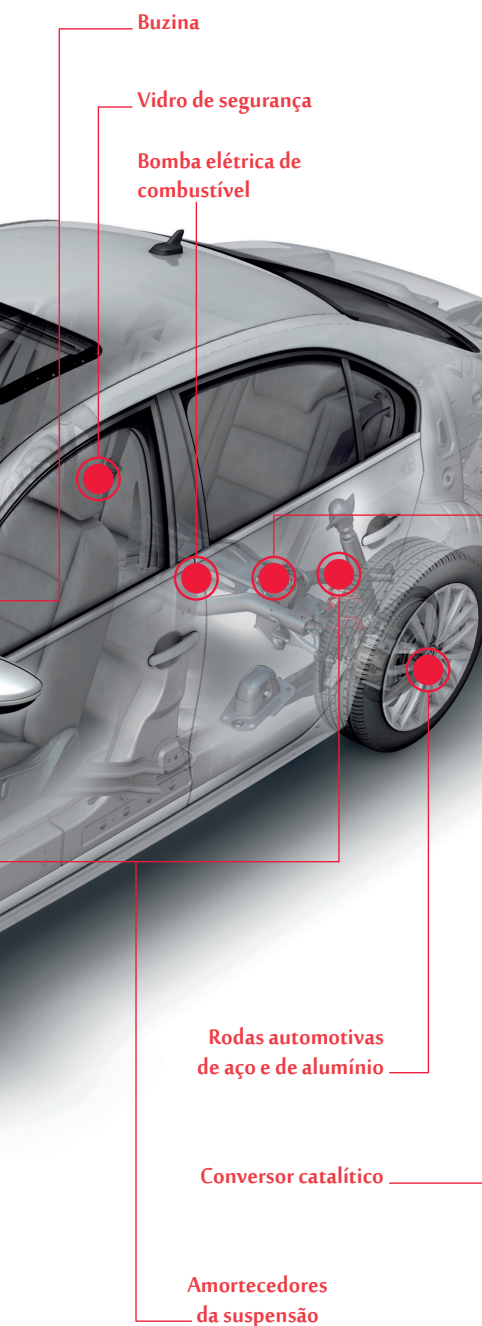
Bronzinas

Lâmpadas

Terminais e barra de direção

Material de atrito para freios





Divulgação/VW

processo de fabricação delas, medida que também atinge as importadas e garante aumento dos negócios de quem produz aqui.”

Há um prazo de adequação definido pelo Inmetro para a regularização do aftermarket no País. Ao longo deste ano terão de ser certificadas as linhas de amortecedores da suspensão, anéis de pistão, baterias chumbo-ácido, bomba elétrica de combustível para motores do ciclo Otto, bronzinas, buzinas e similares, lâmpadas, líquidos para freios hidráulicos e pistões, pinos e anéis de trava. Em 2015 entram na lista as rodas de aço e de alumínio, no ano seguinte os terminais e barras de direção e, em 2017, lonas e pastilhas de freios (veja ilustração).

“São adequações que ajudarão o Brasil a ter um mercado mais transparente com benefício direto ao consumidor. O mercado tem conhecimento das medidas e já sabe da exigência dos certificados. Acreditamos que com isso serão retiradas do mercado as peças de baixa qualidade.”

A luta do Sindipeças, segundo o conselheiro da entidade, visa justamente a regulamentação do mercado de reposição para que ele cresça na mesma proporção que aumenta a frota de veículos. “São medidas que auxiliarão qualitativa e quantitativamente.”

REPERCUSSÃO – Os principais fabricantes de autopeças do País avaliam como positivas tanto a substituição tributária quanto as exigências de qualidade do Inmetro. De acordo com

a diretora-presidente da unidade aftermarket da Magneti Marelli, Eliana Giannoccaro, a informalidade diminuiu drasticamente após a implantação do novo sistema tributário brasileiro. “É tudo informatizado e, portanto, não há mais espaço para vendas sem nota fiscal. O mercado de reposição brasileiro é um dos mais estruturados do mundo, com grandes distribuidores e grande capilaridade. Não podia mais ser informal.”

Certamente o fato de não haver concorrência desleal favorece a lucratividade das grandes fabricantes no aftermarket. Mas as empresas alegam que a concorrência cada vez mais acirrada exige ações periódicas para ganho de competitividade.

Como diz a executiva da Magneti Marelli, a margem na reposição é melhor do que nos negócios com as montadoras, mas não são “as margens fáceis do passado, pois o custo de distribuição e de comunicação com o mercado são elevados”.

Em alguns itens, no entanto, a margem é favorecida. Edson Miyazaki, diretor de vendas para a reposição da NGK do Brasil, diz que felizmente no segmento de velas de ignição não há concorrência de importados nem no mercado informal:

“Como nosso motor é flex, diferente do resto do mundo, o consumidor prefere comprar peça fabricada aqui, a mesma que oferecemos para a montadora. Ele está mais consciente com relação à economia de combustível e tem investido mais na manutenção do veículo”.

AD

 AÇO É RECICLÁVEL



Arcelelo



ArcelorMittal



O aço está em cada detalhe de nossa vida. E, onde tem aço, tem ArcelorMittal, a maior produtora de aço do Brasil e do mundo. Da construção de sua casa até a obra mais monumental, em um portão, no seu carro ou em grandes indústrias. Levamos tão a sério nosso compromisso com a qualidade que gravamos ArcelorMittal em nosso aço. Então, grave esse nome. **Pensou em aço, é ArcelorMittal.**

orMittal é Aço

0800 015 1221 • arcelormittal.com/br

Transformação radical

Compras no campo têm novo perfil. Cresce procura por tratores mais potentes e colheitadeiras mais produtivas.

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br





AGCO: máquinas de maior porte reduzem custos operacionais.

Divulgação/Massey Ferguson

Responsável por R\$ 991 bilhões do PIB brasileiro em 2013, o agronegócio tem se caracterizado nos últimos anos por uma radical transformação, especialmente quanto ao processo de profissionalização da atividade e a introdução de novas tecnologias na busca de maior produtividade para fazer frente à concorrência internacional.

Esse cenário tem repercutido na indústria em geral e mais especificamente na de máquinas e equipamentos, principal responsável por oferecer conteúdos que assegurem produção cada vez maior e mais econômica.

De acordo com Jak Torretta, diretor de produtos AGCO, o objetivo hoje é reduzir custos operacionais para tornar o produtor competitivo, condição fundamental para quem atua basicamente no mercado de commodities. E a redução não vem apenas de motores mais econômicos, mas também de soluções que garantam conforto ao operador, como uso de transmissões CVT, cabines com suspensão, além de piloto automático e telemetria.

ALTERNATIVA — A tendência, segundo Torretta, é por máquinas de maior porte, até como alternativa à falta de mão de obra no campo. “Dependendo da tecnologia empregada o equipamento fica mais caro, mas o produtor investe porque enxerga retorno.”

Para Carlos d’Arce, diretor de marketing da New Holland para a América Latina, é impensável hoje em dia oferecer um novo produto que não seja equipado com sistemas de precisão:

“Por meio da tecnologia é possível gerenciar a frota, aplicar insumos e fertilizantes sem perdas, reduzir o trânsito nas propriedades e identificar o melhor momento da colheita. São ações que maximizam o recurso do produto de forma sustentável”.

O grande desafio, avalia d’Arde, é conseguir transferir a tecnologia aos produtores, ação que passa por intensivo treinamento, começando pela capacitação da rede.

Marco Rípoli, gerente de marketing para cana-de-açúcar da John Deere, enfatiza que, além da redução dos custos, a mecanização prioriza a qualidade da operação neste segmento. O processo se dá desde a etapa de planejamento, passando pelo preparo do solo, plantio, tratos culturais, colheita e manejo da biomassa.

Os mais recentes avanços tecnológicos em colheitadeiras enfatizam redução do tempo de operação, qualidade no corte e maior potência dos motores, agora de 380 cv como padrão na versão de duas linhas. “Motor que não trabalha no limite consome menos combustível. Sistema que não enterra facas de corte no solo alonga os períodos de manutenção e comandos automatizados reduzem o tempo de operação”, pondera Rípoli.

A Case IH reforça estratégia de mercado na qual migra tecnologias usadas em máquinas maiores para as de médio porte. A novidade mais recente é o sistema que faz o gerenciamento automático da transmissão durante a operação, com reflexos na redução no consumo de combustíveis. No pas-

sado, segundo Rafael Miotto, diretor de marketing para América Latina, a Case IH foi pioneira ao lançar tecnologias para motores de menor potência, abaixo de 100 cv, caso da transmissão 12x12 sincronizada, quando o mercado usava 8x2 não sincronizada.

Segundo Miotto, o objetivo da solução é aumentar a produtividade e reduzir os custos. “As janelas para plantar e colher são mais curtas e temos as variações climáticas. É preciso rapidez”. Também influencia a necessidade de reduzir a frota, o que repercute em menos manutenção, além de amenizar a falta de gente no campo.

Segundo o diretor da Case, a média da potência dos tratores cresceu 27%

no Brasil no período de 2009 a 2013: passou de 89 cv para 113 cv. Outro dado deste novo perfil é que a opção por colheitadeiras com rotor axial, capaz de proporcionar mais produtividade, saltou de 43% para 67% no mesmo período. “O cliente quer máquinas maiores para fazer mais com menos. A indústria precisa entregar equipamentos com maior capacidade e aumentar a produtividade de todas as categorias.”

DESENVOLVIMENTO — Boa parte dos projetos da AGCO tem origem na Europa e nos Estados Unidos, mas todos passam por desenvolvimento local para adequações. Torretta cita, por

exemplo, a existência de ferramentas específicas em razão do solo e do clima, particularidade da cana-de-açúcar, que requer produto customizado, portanto, inteiramente nacional.

A New Holland, por sua vez, avalia a possibilidade de trazer projetos de fora a partir da identificação de demandas locais. Foi o caso, segundo Carlos d’Arce, de uma colhedora de uva desenvolvida na Europa e transformada para a colheita de café no Brasil. Mas também ocorre o inverso. Cita o plantio direto, sistema criado por aqui, que tem interessados em outros países.

Rípoli, da John Deere, salienta que até 2006 todos os projetos para o segmento canavieiro tinham origem na fábrica de Louisiana, nos Estados Unidos. Naquele ano a empresa desenvolveu no Brasil o equipamento de duas linhas, dando sustentação ao surgimento da fábrica de Catalão, GO.

“Foi o chamado pulo do gato. Atualmente as equipes de engenharia dos dois países trabalham juntas nos projetos. Mas daqui saem muitas das novas tecnologias, porque no Brasil as colheitadeiras trabalham em torno de 4,5 mil horas/ano, enquanto nos Estados Unidos não chega a 3 mil. Aqui levamos o equipamento ao estresse.”

A Case só tem trazido para o Brasil projetos de outros países se tiver a oportunidade de localizar, com adaptação às características brasileiras. Mas é comum o desenvolvimento conjunto da operação brasileira com a dos Estados Unidos. Em outros casos, como colhedoras de cana e café, a responsabilidade é toda local. Rafael Miotto



Divulgação/John Deere

Experiência brasileira da John Deere
contribui com projetos da empresa nos
Estados Unidos





Mais do que aço, a Usiminas oferece soluções.

Mais do que um produto com alto conteúdo tecnológico, desenvolvemos soluções competitivas e oferecemos serviços diferenciados. Somos líderes em fornecimento para o setor automotivo porque trabalhamos de forma integrada com cada cliente, sempre atentos às demandas do mercado: as de hoje e as que ainda estão por vir.

Usiminas.
Fazer melhor sempre.

www.usiminas.com

USIMINAS

observa que atualmente a Case só tem duas linhas importadas.

A AGCO, de acordo com Torretta, tem sofrido muito com fornecedores, em especial com os que atendem setores de maior volume.

“O segmento agrícola é sempre o último na lista. Os problemas são de capacidade e qualidade, principalmente em algumas tecnologias mais modernas. Temos alguns fornecedores bons e globais, mas é preciso recorrer a importados, porque ainda é difícil nacionalizar.”

Torretta ressalta, no entanto, que há excelente oportunidade aos fornecedores para aumentar seus negócios, desde que consigam reduzir os custos: “Muitos dos componentes que se tenta nacionalizar ficam mais caros do que importar”.

A situação, segundo ele, é generalizada em todos os conteúdos, mas existem casos tradicionalmente problemáticos, como pneus, fundidos e eletrônicos. A média de nacionalização das máquinas da AGCO é de 75%, com índice maior nos modelos mais antigos, pois os atuais trazem mais tecnologia embarcada.

SEM FALHAS — No caso da New Holland, d’Arce garante que a empresa só lança produtos quando toda a cadeia está certificada e o fornecimento de peças garantido na rede. Os componentes de tecnologia embarcada são necessariamente validados, processo que varia de seis meses a dois anos para identificar possíveis falhas e não conformidades que precisam ser cor-

rigidas. O índice de nacionalização da New Holland varia de 65% a 98%.

A John Deere, segundo Rípoli, atende os requisitos em peso e valor para o Finame. Alguns itens que têm grande representatividade, como motores, são importados da fábrica argentina. “É mais econômico trazer de lá, pois a estrutura instalada tem capacidade para atender aos dois mercados.” Mas adianta que o objetivo é aumentar as compras internas para não ficar dependente de importações, que sofrem



Divulgação/New Holland

A New Holland
só lança produtos
quando toda
a cadeia está
certificada e o
fornecimento de
peças garantido
na rede

com câmbio e liberação nas aduanas.

De acordo com Miotto, da Case, a empresa encontra fornecedores locais para todas as suas necessidades, mas se depara com a falta de escala em muitos casos. Como saída, a organização concentra a produção de muitos itens numa só fábrica no mundo. Mas adianta que com dólar mais caro tem determinado maior nacionalização para manter o índice exigido pelo Finame e não repassar o impacto da moeda ao produto.

AD

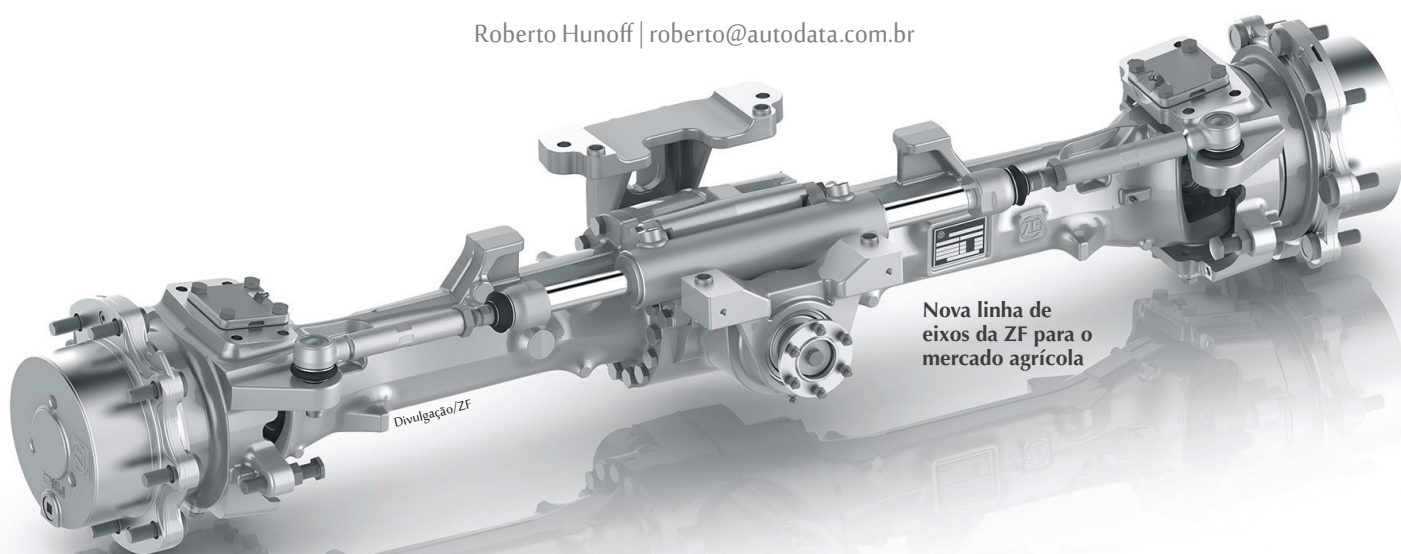
Novas respostas para a mobilidade do futuro.

Respeite a sinalização de trânsito

O portfólio de produtos do Grupo Continental é desenvolvido e atualizado seguindo as tendências do mercado automotivo mundial. O constante desenvolvimento de soluções que tornem os veículos mais seguros, confortáveis e inteligentes, e que colaborem para um futuro mais sustentável, é o nosso desafio diário, para atingirmos o principal objetivo da Continental: transformar em realidade hoje a mobilidade de amanhã.

Acessível às inovações

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br



Em função da forte expansão do mercado agrícola na última década e de uma visão mais profissional do produtor rural, a indústria de máquinas e equipamentos tem assimilado cada vez mais as inovações tecnológicas. Na avaliação dos fornecedores é hoje um dos setores mais acessíveis e abertos à inovação, seja em produtos ou em serviços.

Mas nem sempre foi assim. De acordo com o diretor-geral da MVC, Gilmar Lima, o segmento de máquinas agrícolas, no qual a empresa atua há quase duas décadas, era constituído por um perfil bem mais conservador:

“Inicialmente o setor não aceitava,

Na busca por mais produtividade, segmento agrícola deixa a reconhecida resistência de lado para aderir à vanguarda tecnológica

por exemplo, o uso do plástico de engenharia de alta resistência em seus produtos. Hoje chega a ser pioneira na utilização de novas tecnologias”. É o caso da prensagem a quente que a MVC passará a oferecer ao mercado e será utilizada em grande escala pela primeira vez em um trator. A companhia fornece para o setor capô de motor, partes internas da cabine e do painel, defletor e para-lamas.

Normalmente os projetos chegam já prontos para a MVC, boa parte desenvolvida nas matrizes no Exterior. Porém, segundo Lima, as montadoras são abertas a modificações, principalmente para adaptar o produto à reali-

A inovação nunca
sai do Novo Linea.



O Novo Linea muda para ficar ainda mais moderno e sintonizado com o seu tempo. Como o Câmbio Dualogic Automático Plus, desenvolvido pela Magneti Marelli, que garante sempre a marcha certa com maior conforto. Também o painel de instrumentos Magneti Marelli com a nova serigrafia 3D, que mostra, na velocidade da luz, as informações que trazem segurança ao motorista. E, ainda, amortecedores, sistema de suspensão, componentes plásticos, iluminação automotiva e sistema de exaustão. Para continuar no Novo Linea 2015, a Magneti Marelli continua fazendo o que sempre faz: muita pesquisa e inovação tecnológica.



Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.

**MAGNETI
MARELLI**

dade local. “Temos alterado até processos, desde que mantidos os requisitos exigidos, que é o que importa.”

O segmento agrícola respondeu no ano passado por 11% da receita de R\$ 272 milhões da MVC, com fábricas em São José dos Pinhais, PR, Catalão, GO, e Sete Lagoas, MG. Para 2014 a tendência é a de manter esse índice, mas com expectativa de aumentar os valores absolutos em 20%.

MAIOR NEGÓCIO — O segmento agrícola teve participação expressiva no faturamento da Tuzzi em 2013 e deve avançar ainda mais nos próximos anos. “A expansão do mercado agrícola e a demanda por novas novas tecnologias projetam um mercado em alta”, avalia César Augusto Bonacini, gerente comercial da empresa de São Joaquim da Barra, SP.

A Tuzzi investiu em um centro tecnológico com estrutura capaz de simular em bancada e equipamentos os esforços realizados pela máquina no campo, o que reduzirá o tempo de desenvolvimento dos produtos.

Especializada em sistemas de acoplamento do trator ao implemento, a fabricante acaba de desenvolver produto específico, em conjunto com uma montadora, para o transbordo de cana. O sistema, segundo Bonacini, será referência mundial, tanto que outras duas montadoras já iniciaram entendimentos para ajustes da tecnologia aos seus produtos: “Os avanços tecnológicos na área são pautados por eficiência energética e operacional, além de redução nas emissões”.

No mercado de máquinas agrícolas desde 1984, a ZF tem 30% do seu faturamento no Brasil ligado ao segmento off-road. De acordo com Sílvio Furtado, diretor da unidade de negócios fora de estrada, para compreender as demandas do setor a empresa mantém uma equipe volante que visita fazendas em todo o Brasil. As ideias são levadas à engenharia que gera novas tecnologias, como uma nova linha de eixos que atende demanda do setor de ter cada vez mais implementos acoplados aos tratores.

LOGÍSTICA — Especializada em tecnologia da informação para atender necessidades logísticas, a Sawluz ingressou no setor de máquinas agrícolas há dez anos depois de resolver um problema de um de seus clientes, que

interrompera a linha de produção de montadora agrícola por divergências na forma de envio de informações. Werter Padilha, CEO da empresa, destaca que atualmente em torno de 25% das informações que gerencia têm origem na área de máquinas.

Segundo Padilha, há dez anos boa parte das empresas do setor estava atrasada em relação às melhores práticas usadas nas demais montadoras de veículos, como o EDI, Eletronic Data Interchange. Fundamental hoje em dia, a tecnologia promove o diálogo das indústrias com os fornecedores de forma segura e intangível para garantir excelência em todos os processos logísticos específicos.

Neste período, porém, a atividade passou por profissionalização drástica, impulsionada por recordes de safras agrícolas. Existem, no entanto, alguns obstáculos, principalmente na cadeia de fornecedores de segundo nível, localizadas em cidades distantes dos grandes centros e dependentes comercialmente de poucas e grandes organizações. “Eles estão tecnologicamente avançados, mas em muitos casos, como fornecem apenas para um cliente, convivem com realidade muito perigosa e instável.”

Para atender às demandas do setor, a Sawluz criou ferramentas que potencializaram o fluxo logístico dentre montadoras, sistemistas e concessionárias. Alinhadas à tecnologia EDI, podem usufruir de uma troca eletrônica de dados de forma mais ágil, assertiva e automatizada, gerando redução nos custos da cadeia produtiva. **AD**

O uso de
ferramentas que
potencializam
o fluxo logístico
propiciam
redução de custos
e maior agilidade
produtiva



FORÇA

6 MODELOS
COM MOTORES
DE 144 A 213 CV

DESEMPENHO

MÁXIMA EFICIÊNCIA
COM ECONOMIA
DE COMBUSTÍVEL

FLEXIBILIDADE

TRATOR MULTIUSO,
PERFEITO PARA TODO
TIPO DE ATIVIDADE

FAÇA UM TOUR VIRTUAL PARA VER DE PERTO
O TRATOR E SOLICITE UMA COTAÇÃO ON-LINE:
www.QUEROMEUPUMA.com.br

CONSULTE SEU CONCESSIONÁRIO



CASE IH
AGRICULTURE

Be Ready.



**SIGA O SEU INSTINTO,
ESCOLHA O MAIS FORTE.**

LINHAGEM DE TRATORES

PUMA

**A FORÇA DO CAMPO
COM O DNA CASE IH.**

LANÇAMENTO

LANÇAMENTO DOS MODELOS 140, 155, 170 E 185.
JÁ DISPONÍVEL NAS VERSÕES 205 E 225.



www.caseih.com.br



@caseihbrasil

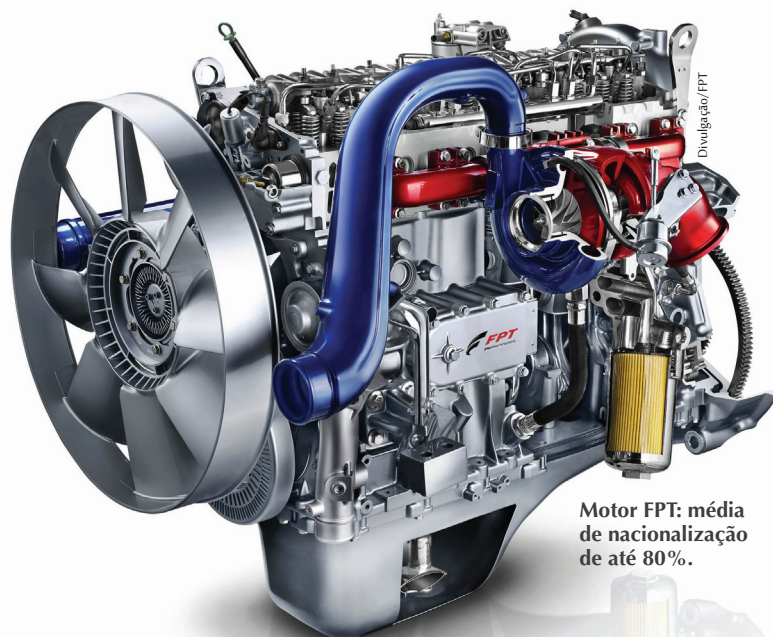


facebook.com/caseihbrasil

Respostas permanentes

Fabricantes de motores investem em tecnologias para tornar os tratores mais produtivos e resistentes, além de mais econômicos

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br



Motor FPT: média de nacionalização de até 80%.

Reduzir o custo operacional da atividade agrícola tem sido, há algum tempo, o centro nervoso dos investimentos dos principais fabricantes de motores para máquinas e equipamentos. Para cumprir a tarefa, as engenharias se debruçam em tecnologias que assegurem maior eficiência no consumo de combustível, e maior durabilidade dos componentes e das trocas de óleo. Ações que, no entanto, precisam garantir melhor desempenho, pois as jornadas de uso contínuo das máquinas no campo são cada vez mais longas.

“É preciso dar respostas permanentes a estas demanda do mercado. A máquina precisa trabalhar mais, melhor e não quebrar”, define José Luiz Gonçalves, presidente da FPT Industrial. Para ele, este é o grande desafio do setor, pois a atividade agrícola no Brasil é feita dia e noite em diferentes tipos de clima e terreno.

Para alcançar estes padrões a FPT tem investido no design e na geometria do motor, na capacidade volumétrica e no aumento da câmara de combustão para ter mais eficiência e ganhos de consumo. Também são usados materiais que permitam melhor troca térmica e maior eficiência no atrito, além da necessária evolução de alguns componentes, como bomba injetora, turbo e cabeçotes, diretamente responsáveis por ganhos em durabilidade e desempenho.

De acordo com Gonçalves, a base da tecnologia empregada é global, mas por seu tamanho e importância o Brasil e a América do Sul têm engenharia

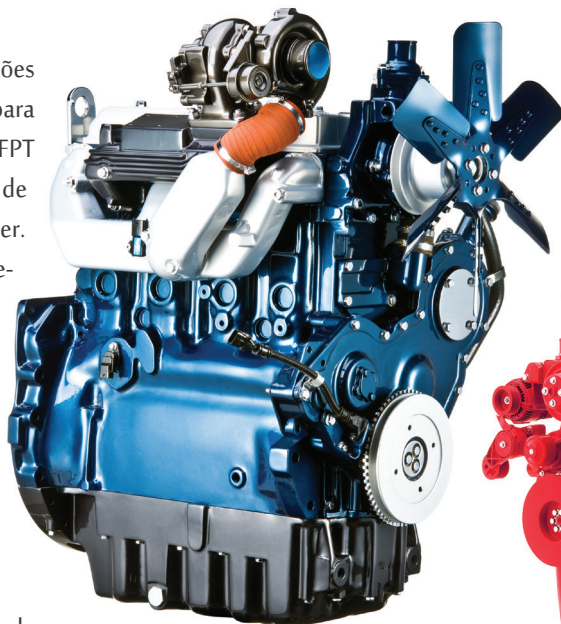
própria, responsável por adaptações de desenvolvimento do motor para a realidade local. Os motores da FPT têm hoje índice de nacionalização de 65% a 80%, com espaço para crescer.

“Temos uma cadeia de fornecedores capacitada, que acompanha de perto os desafios de melhorar as tecnologias”. O setor agrícola responde por um terço do faturamento da FPT no Brasil e os negócios na área cresceram 30% em 2013.

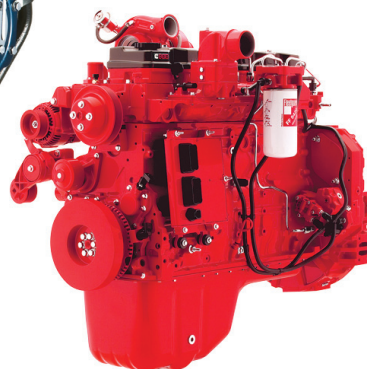
MAIS POTENTES – Na avaliação de Luis Chain Faraj, diretor de marketing e vendas da Cummins South America, organização que tem 7% do seu faturamento ligado ao segmento de máquinas agrícolas, a expansão deve se dar, especialmente, pela demanda por tratores de maior potência. Segundo ele, os produtores começam a optar por uma unidade maior para substituir duas ou três de menor porte.

A empresa desenvolve os produtos para o mercado local após avaliar as demandas. “Não há espaço para venda de modelos importados da Europa, pois o Brasil tem características particulares, como geografia e uso de implementos mais pesados.”

Empresa oriunda do segmento agrícola, a MWM International também identifica como tendência latente do mercado atual os motores de maior potência para atender às demandas de máquinas mais produtivas para operação em áreas de cultivo maiores. Como forma de atender este perfil, a organização está fazendo uso, a exem-



Motores agrícolas da MWM International e da Cummins



Divulgação/MWM International/Cummins

plo da Cummins, do downsizing, motores de menor capacidade volumétrica, porém, mais potentes.

Segundo Thomas Püschel, diretor de vendas, marketing, gerenciamento de programas e garantia, a MWM tem investido de forma contínua em tecnologias para a redução do consumo do combustível, trabalhando principalmente em novas calibrações junto aos fornecedores de sistemas de injeção. “Estes ganhos se transformam em redução de custos para os clientes finais”. A empresa também tem investido em materiais mais nobres e robustos para aumentar ainda mais a durabilidade dos motores.

Püschel estima que a média de nacionalização dos motores MWM International para o mercado agrícola varie de 75% a 95%. Pela qualificação dos fornecedores acredita ser possível elevar os índices, mas em alguns itens, como injeção eletrônica, a demanda ainda não justifica produção local.

Outro desafio que se coloca aos fabricantes de motores é a nova legislação de emissões, que em 2015 passa a valer para máquinas rodoviárias e em 2017 para as agrícolas. A norma MAR-1, sigla de máquinas agrícolas e rodoviárias, estabelece novos níveis de emissões para os equipamentos pesados.

Gonçalves, da FPT Industrial, diz que a empresa já está pronta para atender às novas determinações: “Se alguém quiser comprar já temos modelos à disposição”.

Luis Chain Faraj, da Cummins, destaca que a nova lei colocará o segmento fora de estrada em linha com os demais setores automotivos, reduzindo as emissões e o consumo de combustível. Para Püschel, da MWM International, a redução na emissão de poluentes será importante para o mercado local, que ficará ainda mais próximo das tecnologias atualmente em uso nos países desenvolvidos. **AD**

Tango da imprevisibilidade

Governo argentino exige redução de importações, eleva impostos dos veículos e coloca ao setor automotivo um grande ponto de interrogação

María Mercedes Zimmer, de Buenos Aires, Argentina | redacaoad@autodata.com.br

A indústria automotiva argentina iniciou o ano com numerosos desafios. Nos últimos meses de 2013 e sem aviso prévio, o governo nacional baixou medidas que exigem adaptações, acentuando os esforços das fabricantes de veículos que enfrentam deterioração da atividade tanto no mercado doméstico quanto no externo. A estimativa é de queda superior a 20% nas vendas em 2014, consequência do câmbio, das novas regulamentações das importações e da retração na demanda do principal sócio: o Brasil.

No fim de 2013 o governo argentino modificou as alíquotas de imposto

(ver quadro) e impôs, pelo discurso, redução média de 20% das importações de unidades prontas. A medida tem como principal argumento deter a fuga de dólares, bem tão escasso quanto a previsibilidade atual no país. Com isso crescem os atrasos gerados nas aprovações das DJAI, Declaração Jurada Antecipada de Importação, os formulários que autorizam a entrada de veículos e peças vindos do Exterior.

Apesar das medidas não terem o aval escrito, elas são exigidas como leis e acrescentaram um novo obstáculo: as fabricantes devem operar calçadas, como se diz no jargão. No

ambiente atual, no entanto, as companhias não contam com os dólares necessários para levar adiante a gestão do negócio de maneira lógica e normal, o que dirá projetar o ano.

As medidas dificultam as atividades internas, além de acionarem o alarme das matrizes e agitar ainda mais as já turbulentas águas das relações bilaterais com os principais sócios comerciais.

BARREIRAS — Em meio a um clima de profundas incertezas, resultado do impacto que o novo imposto interno teria sobre as vendas, no fim de dezembro a ministra da Indústria, Débora Giorgi, convocou reunião com os principais representantes das fabricantes e importadoras que atuam na Argentina. Na época especulou-se que o motivo do encontro seria para alinhar posições a fim de alterar o imposto e assim evitar o impacto negativo nas vendas.

Hoje o impacto é uma realidade. Mas longe de tratar do tema predominante, o imposto, o governo exigiu reduzir, em média, 20% das importações de veículos acabados de até 5 toneladas durante o primeiro trimestre de 2014. A medida, porém, parece ter chegado para ficar.

A redução média de 20% foi para as montadoras, mas também se exigiu de cada um dos importadores sem produção no país cortar suas encomendas em 27,5%. O impacto não foi igual para todos. Ao se levar em conta a balança comercial de cada uma das empresas, a Toyota, por

exemplo, recebeu aprovação para importar o mesmo volume registrado no primeiro trimestre de 2013, período no qual a empresa não ofertava no mercado argentino o Etios, modelo com o qual a companhia planejava aumentar suas vendas no país.

Sob a mesma mecânica para se estabelecer as reduções, a Honda se viu obrigada a diminuir suas importações em 13%, a Mercedes-Benz e a Volkswagen em 16%, a Fiat em 19%, a Ford em 22,5%, enquanto a PSA Peugeot Citroën, Renault e General Motors em 27,5%, ou seja, muito acima da média estabelecida para quem também produz no país.

Além da retração na demanda pela qual o mercado argentino atravessa, há o impacto da desvalorização cambial de 20% em janeiro e a queda das encomendas pelo Brasil, o principal parceiro. De fato, a obrigação de reduzir as importações começa a se refletir nos balanços industriais e comerciais.

“Diante da obrigação de reduzir as compras externas, segundo porcentual indicado pelo ministério da Indústria, cada empresa aplicou sua própria receita de acordo com sua estratégia para o mercado interno”, revela fonte do setor que não quis se identificar. “Embora o Brasil seja o principal provedor de veículos, algumas marcas optaram por renunciar volume a partir do país vizinho e decidiram cuidar da rentabilidade que pode proporcionar veículos vindos de outros mercados, como do Oriente e do México.”

Luxo tributado

No dia 18 de dezembro do ano passado o Senado argentino sancionou projeto do Poder Executivo que modificou a Lei nº 24.674 que legisla a respeito de impostos internos. Desde então, aplica-se uma alíquota adicional de 30% sobre os veículos cujos os preços sem impostos — saídos da fábrica — sejam de 170 mil a 210 mil pesos. Quando o valor de tais bens supera os 210 mil pesos, a alíquota aumenta para 50%. A alíquota de 30% nominal se traduz em um incremento efetivo no preço de 47%, enquanto a alíquota de 50% representa um aumento de 100% ao consumidor final.

A redução de 20% nas importações foi para as montadoras, mas também os importadores devem cortar em 27,5% suas encomendas

Não foi por acaso que a General Motors, historicamente a segunda montadora que mais vende veículos no mercado local – somente ameaçada pela agressiva campanha da Renault nos últimos dois anos – caiu para o quinto lugar no primeiro bimestre de 2014. A fabricante registrou recuo de 21,5% nos licenciamentos na comparação com o mesmo período do ano passado.

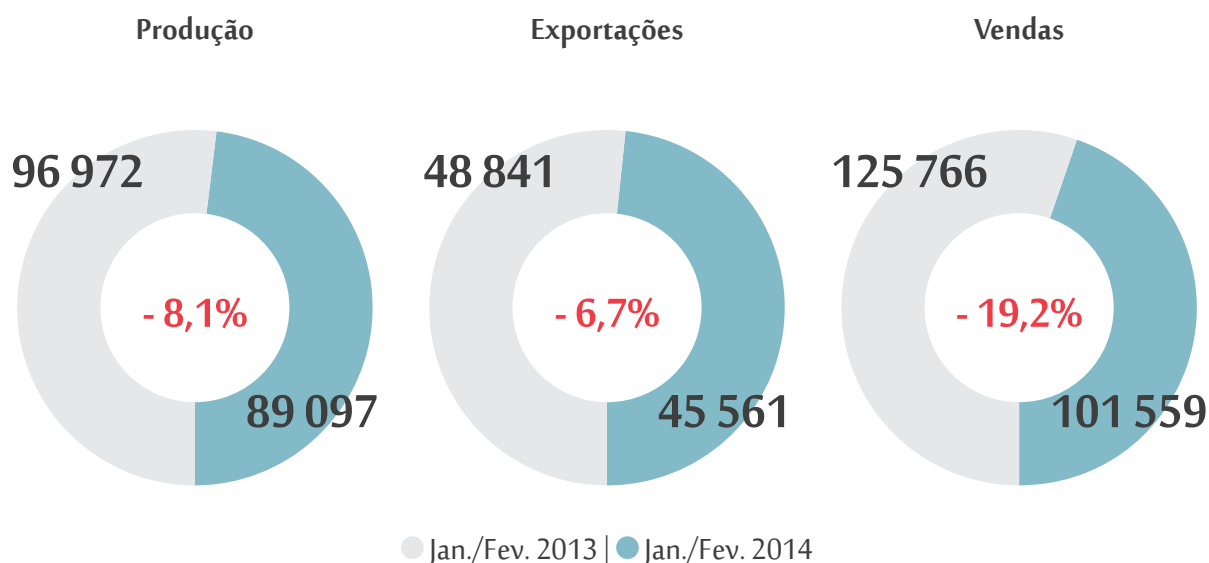
O presidente da GM para a América do Sul, Jaime Ardila, já havia sinalizado preocupações com o impacto da medida. O executivo antecipou que a exigência governamental reduziria as vendas da empresa na Argentina de “50 mil a 70 mil unidades” durante 2014. Todas as outras fabricantes, no entanto, compartilham do mesmo cenário nebuloso. Embora a Volkswagen preserve o primeiro lugar nas

vendas, a companhia acumulou no bimestre queda de 2,12% nos emplacamentos, a Ford 11,3% e a Honda, como a ponteira das perdas, 27%.

“Além da contração nas vendas internas e fundamentalmente o Brasil, que também não passa pelo melhor de seus períodos, a medida do governo se dá em contexto complicado”, avalia executivo de uma fabricante de origem europeia. “O ambiente está levando as companhias a reduzir seus prognósticos de produção e, assim, suspender turnos e pessoal.”

A realidade fala por si só. A Fiat, Renault, PSA Peugeot Citroën e Volkswagen são algumas das empresas que estão suspendendo contratos de trabalhos para assim evitar estoques elevados. A condição as coloca em estado de espera por um cenário que dê algum sinal de alívio. **AD**

Comparativo do setor automotivo argentino no primeiro bimestre



Fonte: Adelfa, Asociación de Fabricas de Automotores



*A gente sabe que
você tem um projeto
especial: alcançar a
mais alta performance.*

» Todo projeto tem a nossa marca.

A Villares Metals oferece aços e ligas especiais para o segmento automotivo em todo o mundo: componentes para motores à combustão, ferramental para matrizes de injeção e conformação de plástico e alumínio, extrusão de alumínio e forjaria. Com experiência de mercado e *know-how* diferenciado, garante assistência técnica completa e atende ao conteúdo local. No seu projeto tem a marca Villares Metals.



VILLARES METALS

MUITO ALÉM DO AÇO.

FAR BEYOND STEEL.





Divulgação/Volvo

Tratos do asfalto

Volvo CE amplia oferta de máquinas de construção e traz da Alemanha dois modelos de vibroacabadoras, máquinas específicas para pavimentações

Márcio Stéfani, de Curitiba, PR | marcio@autodata.com.br

O mercado de máquinas destinado à construção de rodovias continua apresentando bom potencial de crescimento na América Latina e, em particular, no Brasil. Alinhada a esta expectativa, a VCE, Volvo Construction Equipment, tomou a decisão estratégica de tornar-se full line na comercialização de produtos destinados a este mercado, com alguns deles, inclusive, produzidos na fábrica de Pederneiras, SP.

A base desta decisão reside no fato de que há planos de construir 7 mil quilômetros de rodovias nos próximos anos no País, frente a investimento da ordem de R\$ 46 bilhões. Somente no ano passado, cinco dos nove trechos previstos já foram licitados. “Além disso temos no horizonte o início de uma série de obras nos demais países da América Latina”, lembra Afrânio Cheire, presidente da Volvo CE Latin America.

POTÊNCIA - A principal novidade desta nova fase da empresa é o lançamento das vibroacabadoras sobre esteiras ABG5820 e ABG 2820 que, de acordo com o presidente da VCE, “são as mais modernas e confiáveis máquinas de pavimentação produzidas hoje em todo o mundo”. Ambas são fabricadas na Alemanha e serão importadas para o Brasil.

De acordo com informações da Volvo CE, os dois modelos apresentam alta eficiência graças à capacidade de pré-compactar o terreno, conseguido por meio de modernos sistemas de tamber e vibração. Também em virtu-

de às suas altas potências e pelo projeto robusto, as máquinas permitem pavimentar grandes espessuras, mesmo na largura máxima de pavimentação e com diversos tipos de materiais.

A vibroacabadora ABG5820, a mais potente, é ideal para projetos com larguras de pavimentação de 2,5 metros a 5 m, podendo chegar, se necessário, até 8 m. Já a ABG2820 é destinada para obras menores, com larguras de pavimentação de 1,5 m a 4 m.

Como parte da estratégia de fortalecer seu portfólio no segmento de construção rodoviária, a companhia também introduziu uma nova linha de motoniveladoras que podem ser operadas a partir de um joystick, solução

que promete provocar menos fadiga ao operador.

A nova linha é complementada pelo DD38HF, compactador de asfalto para ser utilizado em projetos menores, e pelo PT220, compactador pneumático de 24 toneladas de peso operacional, equipamento específico para a conclusão das etapas de construção de pavimentos flexíveis.

CAPACITAÇÃO — Simultaneamente aos recentes lançamentos, a Volvo CE coloca à disposição de seus clientes em sua sede de Curitiba, PR, estrutura destinada ao treinamento de operadores para este tipo específico de equipamento. O Road Institute, como foi ba-

tizado o local, oferece cursos teóricos e práticos com o objetivo de proporcionar maior nível de conhecimento a respeito das novas máquinas e, assim, garantir melhores resultados durante sua operação.

Numa primeira etapa, os cursos serão oferecidos aos distribuidores de marca e, a partir do segundo semestre, estarão abertos aos clientes.

O segmento de máquinas de construção já é o segundo mais importante negócio da Volvo no Brasil, fica atrás somente da operação de caminhões. No ano passado este mercado absorveu 51,4 mil unidades na América Latina e o Brasil respondeu por volta de 60% do total. **AD**

A Resil parabeniza a Toyota pelo lançamento do NOVO Corolla 2015.

Estamos orgulhosos em participar desse projeto.



RESIL
QUEM CONHECE CONFIA!

Tavares



Carlos Tavares é o novo presidente mundial do Diretório de Peugeot S.A., do qual também participam Jean-Baptiste de Chatillon, Grégoire Olivier e Jean-Christophe Quemard.

Cardoso



Bablito Cardoso assume gerência de equipamentos para construção rodoviária da Volvo CE na América Latina. Ele comandará a operação do segmento chamado Road Machinery.

Renosto



A Caterpillar Brasil anuncia que o executivo Odaire Renosto será o próximo presidente da empresa. Ele assumirá a função em 1º de junho, em substituição a Luiz Carlos Calil.

Moreira



O paulistano Marcoabel Moreira é o novo diretor geral de aftermarket e shared services — RH, sistema da qualidade, segurança e meio ambiente — da TMD Friction do Brasil.

Calcagnotto



Antonio Calcagnotto deixa o cargo de diretor de relações institucionais, governamentais e responsabilidade social da Renault do Brasil depois de seis anos. Ocupará posto similar na Unilever.

Flex

A Jac Motors lança os modelos J3 e J3 Turin com tecnologia flex, ambos com motor 1.4. R\$ 39,9 mil e R\$ 41,6 mil, respectivamente.

Elétricos

A frota de veículos elétricos da Itaipu Binacional ganhou mais vinte unidades do Renault Zoe, produzidas na Europa.

Leilões

A europeia BCA, especializada em gestão de pátios e leilões de veículos, chega ao Brasil instalada em Mogi das Cruzes, SP.

Bebidas

A Ford Europa testa traje para simular os efeitos da direção após consumo de álcool: óculos com visão limitada, tampões de orelha, pesos nos pulsos e tornozelos e ataduras nos cotovelos, pescoço e joelhos.



Topo de linha

A Mercedes-Benz inicia a importação do Classe A 250 Turbo Sport, com motor 2.0 de 211 cv e transmissão com sete velocidades e dupla embreagem. Por R\$ 163,5 mil.

Emirados

A Marcopolo vai exportar 32 ônibus rodoviários para os Emirados Árabes Unidos. Os novos veículos serão enviados em outubro.

Ilhas do Caribe

A Keko inicia exportações para Jamaica e Ilhas do Caribe. São capotas marítimas e protetores frontais para as picapes Mitsubishi L200, Toyota Hilux e VW Amarok.

Novo nome

O Banco CNH Capital S.A. agora se chama Banco CNH Industrial Capital S.A. Financia equipamentos agrícolas e de construção das marcas Case e New Holland e, desde o início do ano, também caminhões e veículos pesados Iveco.

Noronha

A Shineray fornecerá bicicletas elétricas para uso pela população e turistas em Fernando de Noronha. Acordo foi fechado com governo de Pernambuco, onde empresa constrói fábrica.

500 mil

O Honda Fit atingiu a marca de 500 mil unidades produzidas na fábrica de Sumaré, Interior paulista. Modelo começou a ser fabricado no local em 2003.



Divulgação/Toyota

i-Road

A Toyota inicia fase de testes do i-Road, modelo ultracompacto elétrico lançado no início de março, em Tóquio, no Japão. Primeiros resultados serão divulgados em junho. O modelo visa oferecer a conveniência de uma moto com o conforto e estabilidade de um carro.



Powercoat

tratamento de superfícies

Powercoat e FIAT Automóveis

Uma parceria de sucesso
Agora também em Goiana/Pernambuco

Principais Serviços

- ✓ Pintura e-coat (KTL/DKTL)
- ✓ Pintura eletrostática líquida e a pó
- ✓ Aplicação de massas e selantes
- ✓ Montagem de componentes
- ✓ Embalagens especiais

Atendimento Comercial / Vendas

Tel.: (31) 3592.7402 | (11) 4390.6060
comercialmg@powercoat.com.br | www.powercoat.com.br

A demanda dará conta?

A vida está, sim, mais cara para o brasileiro. Quando o segurança da rua pede aumento de valor para o seu soldo — para fazer o mesmo sem custo algum, ou seja, vigiar a rua durante à noite — não dá para negar. Paga-se mais para tudo: nos restaurantes, estacionamentos, na hora do lazer, para a formação profissional. Apesar do acesso mais facilitado ao crédito, o sonho de quitar a casa própria nunca esteve a tantas prestações tão longe. E o mercado automotivo também convive com essa escalada.

Um veículo 2014 do segmento de entrada na faixa de R\$ 20 mil a R\$ 30 mil já recebeu alguns reais a mais com as novas tecnologias obrigatórias de segurança e o fim de parte do desconto da alíquota de IPI. A demanda vai mesmo dar conta e absorver os valores indexados este ano?

São poucas as possibilidades de que isso aconteça. E os fatores estão concentrados muito mais nas próprias

operações das empresas do que na capacidade e no potencial do mercado consumidor.

Na ponta dessa cadeia destaca-se o custo operacional dos concessionários — apesar da suposta alta lucratividade —, também subindo como quase tudo no Brasil.

Quando a demanda começa a enfraquecer, o que já se confirmou em 2013, os estoques são inflados por livre e espontânea pressão das fábricas, que precisam liberar espaço no pátio e ao mesmo tempo manter o valor negociado, do veículo, na coleta de meses atrás com os empresários. A ordem é garantir as margens, sempre elas, sempre apertadas pelo especulado lucro Brasil automotivo.

Por outro lado as próprias fabricantes enfrentam uma escalada de preços — insumos importados, carga tributária e trabalhista, e diversas exceções, como o elevado número de recalls — faz acender a luz vermelha no balancete das empresas.

Completa esse cenário uma cadeia inteira de fornecimento à margem dos incentivos internos e externos, trabalhando em certas áreas no limite e sem uma visão otimista para o futuro.

Talvez a única boa notícia venha da boca do consumidor classe média: “Quanto? Tá muito caro... Mas eu pago mesmo assim”.

Nós, brasileiros, temos a tendência de nos abstermos de raciocinar de forma sustentável ao fazermos escolhas. Deixamos para pensar depois nas consequências, no caso específico, nos preços das coisas. Não temos a cultura de comparar séries históricas de preços para tentar formar uma opinião no mínimo ponderada.

Mas até a leniência financeira de grande parte do País tem limites. Uma nova consciência social construída pela perspectiva de que tudo está caro vai mudando as prioridades dos consumidores. Tem mais gente pensando em financiar menos o futuro e pagar o presente à vista. **AD**

Leandro M Alves | jornalista



TRATOR DO ANO BRASIL



Tecnologia para Agricultura Sustentável

NH TOP SERVICE
0800 111 1111

Guaranteed Value

A FAMÍLIA T7 CRESCER.

NOVOS TRATORES DE 140 A 205 CV*.

AGORA O QUE VAI CRESCER É A SUA PRODUTIVIDADE.



NEW HOLLAND

AGRICULTURE

EM TODOS OS CAMPOS,
CULTIVANDO NOVOS TEMPOS.

*potência máxima com EPM

WWW.NEWHOLLAND.COM.BR