

# AutoData

Ano 22 | Agosto 2014 | Edição

300



**É DIFÍCIL ESCOLHER UM CARRO NOVO COM TANTAS OPÇÕES NO MERCADO. ENTÃO, JÁ SEPARAMOS AS TRÊS MELHORES.**

- Teto de vidro panorâmico
- Central multimídia touchscreen com GPS + MP3 + USB + Bluetooth, com comandos no volante
- Ar-condicionado automático digital com duas temperaturas



PEUGEOT RECOMENDA TOTAL

**Vá a uma concessionária  
Peugeot e aproveite  
as ofertas imperdíveis.**

Faça um  
test drive e  
comprove.





BICAMPEÃO  
MENOR CUSTO  
DE REPARAÇÃO  
DO SEGMENTO

CAR  
GROUP  
CAR GROUP É UM  
ÍNDICE CESV BRASIL

Fonte: www.cesvbrasil.com.br

- Teto de vidro panorâmico
- Luzes diurnas de LED
- Ar-condicionado automático digital com duas temperaturas

**THP**  
TURBO  
HIGH-PRESSURE

ELEITO MELHOR  
MOTOR PELO  
SÉTIMO ANO  
CONSECUTIVO

Segundo Engine Technology International Magazine 2013.

- Câmbio automático sequencial de 6 marchas
- Ar-condicionado automático digital com duas temperaturas
- Sensor de estacionamento traseiro



**THP**  
TURBO  
HIGH-PRESSURE

ELEITO MELHOR  
MOTOR PELO  
SÉTIMO ANO  
CONSECUTIVO

Segundo Engine Technology International Magazine 2013.

Na cidade somos todos pedestres.

**3 ANOS**  
GARANTIA

REVISÕES PEUGEOT<sup>TM</sup>  
**PREÇO FIXO**



\*3 anos de garantia total nos termos dos respectivos manuais. \*\*Consulte os preços das revisões.



PEUGEOT

### 24 | Especial

Após período de grande crescimento, o setor automotivo pousa sobre aparente contradição de ter deixado de ser um País de baixo custo baseado na ascensão de uma nova classe social de menor poder aquisitivo. Como enfrentar os novos desafios? Com a palavra Luiz Moan, Paulo Butori e Flávio Meneghetti



Divulgação/Troller

### 50 | Prêmio

Os candidatos para a eleição do 15º Prêmio AutoData, Os Melhores do Setor Automotivo 2014

### 55 | Fornecedores

Nova safra de fabricantes de autopeças investe no País em fábricas e produção local de componentes

### 60 | Seminário

Não há dúvidas de um segundo semestre melhor, mas no Revisão das Perspectivas 2014 a falta da rastreabilidade ganhou destaque nos debates

### 68 | Mercosul

De um lado o entusiasmo pela renovação do acordo com a Argentina. De outro as más condições econômicas do país vizinho

### 76 | Lançamento

Sete anos depois de comprar a Troller, a Ford volta seus olhos para a fabricante do Ceará ao modernizar fábrica e lançar a segunda geração do T4

### 84 | Tecnologia

As novidades e as oportunidades de negócios na cadeia produtiva para os sistemas de conectividade nos veículos

### 90 | História

Motivação de pessoas foi a receita de sucesso da Marcopolo desde que iniciou suas atividades há 65 anos

### 98 | Polo do Centro-Oeste

Considerado o celeiro do Brasil, a região aos poucos se consolida como mais um importante centro de produção veicular

### 08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

### 14 | From the Top

Luiz Tarquínio Sardinha Ferro, da Tupy

### 104 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

### 106 | Artigo

Arnaldo Brazil Ferreira, MSX International do Brasil

## 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: Cláudio Belli

### Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Gustavo Pereira

### Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

### Departamento de Negócios

Tel. PABX 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, 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

ISBN 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 SJPESP 4 874



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



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



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



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

# Nossa edição 300

**N**ão imaginem um caso de soberba arrogância. Não, por favor. Nada disso. Nada de que nos envergonhemos.

Mas é forçoso reconhecer que, toda vez que uma publicação chega à sua tricentésima edição algo diferente ocorre nas almas de seus responsáveis, algo que lembra um bicho-carpinteiro que bole conosco na hora de estruturar recordações, de dar dimensão às lembranças, de contabilizar o que ficou pela estrada e aquilo que, afinal, carregamos. Talvez seja a implacável realidade de fechamentos sucessivos, talvez seja a percepção de nossos cabelos brancos e do tempo que nos passa. No nosso caso a edição 300 acontece apenas dois meses antes de nosso próprio aniversário, ou seja, de mais um aniversário da AutoData Editora, que completa seus primeiros 22 em outubro.

Daí a capa dessa edição ser tão original: nós no centro do pica-deiro. Pois, afinal, a obra e a responsabilidade é toda nossa – por tudo de bonito e por tudo de menos bonito... E há boa razão para que a quarta capa também ostente originalidade: empresas não avançam sem equipe inventivas e participativas e solidárias – como a equipe de funcionários da Editora, que nos orgulha.

É em instante como este, que só se repetirá em oito anos e três meses, me dizem, com a edição número 400, é que descobrimos a verdade de sermos felizes em tão boa companhia, que também inclui você, caríssimo leitor.

AD

Vicente Alessi, filho | diretor de Redação

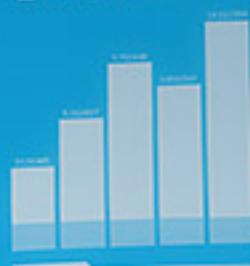
[vi@autodata.com.br](mailto:vi@autodata.com.br)

**AUTODATA.**  
**A INFORMAÇÃO QUE AJUDOU A**  
**ENTENDER O FUTURO.**

Fatos importantes marcaram o nosso país e o mundo no ano de 1992, mudando de forma significativa o curso da história.

Nesse cenário de grande importância econômica, política e social, surgiu a AUTODATA, um marco para o setor automotivo brasileiro.

A AETHRA, empresa moderna e tecnológica, assim como a AUTODATA, evoluiu muito nesses 22 anos e continua em constante transformação, contribuindo com soluções diferenciadas para o futuro do Brasil e do mundo.



105



# AETHRA

SISTEMAS AUTOMOTIVOS

SISTEMAS AUTOMOTIVOS

Tecnología de Vanguardia

### Receita

Carlos Ghosn, CEO da Aliança Renault -Nissan, veiculou pelo LinkedIn, rede social onde acumula mais de 25 mil seguidores, o texto Casamentos corporativos: como evitar o divórcio. O executivo lista seis ingredientes que considera fundamentais para o sucesso de joint venture no setor automotivo. São eles: começar com respeito e mente aberta, encontrar interesses comuns, concentrar-se em projetos e desempenho, ser disciplinado, insistir em projetos ganha-ganha e, por último, evitar projetos ganha-perde.

### México 1

A BMW pretende investir US\$ 1 bilhão na construção de fábrica em San Luis Potosí, México. Com capacidade para cerca de 150 mil veículos por ano, a unidade deverá entrar em operação em 2019.

### Laboratório

O laboratório de emissões da FPT Industrial, instalado em Betim, MG, foi considerado apto pelo Ibama e Cetesb para realizar ensaios de homologações de emissões em motores industriais, de acordo com as normas do Proconve.

### México 2

Já a Kia construirá fábrica em Monterrey para a produção de até 300 mil unidades dos Soul, Cerato e Picanto.

### Novo comercial

Depois de sete anos na Iveco Alcides Cavalcanti não é mais o diretor comercial da montadora. O cargo já é ocupado por Paulo Goddard, que vinha respondendo pela gerência nacional de vendas diretas da Fiat Automóveis.

### Em Brasília 1

Está em análise na Câmara dos Deputados projeto que obriga a realização de teste de impacto em todos os veículos fabricados no Brasil e exigência de nota no mínimo quatro estrelas para autorização de venda no País, seguindo critérios da Latin Ncap. Hoje apenas nove modelos atenderiam essa exigência.



As locadoras de automóveis ganharam um concorrente de peso: uma montadora. A Mercedes-Benz lançou o Mercedes-Benz Rent, serviço de locação de automóveis premium e vans da própria empresa, oferecidos aos clientes até com a opção de motorista. Inicialmente disponível para a Região Metropolitana de São Paulo, o serviço oferece a possibilidade de retirar e entregar o carro na fábrica da companhia.

Divulgação/MBB

## Em Brasília 2

E outro projeto de lei estipula que todos os veículos zero-quilômetro devem deixar as fábricas rumo à rede de distribuição abastecidos com pelo menos 10 litros de combustível. Pelo texto, a responsabilidade pelo abastecimento seria das montadoras.

## Time novo

Em um único mês a Volkswagen do Brasil revelou mudanças em vários postos de sua diretoria. O brasileiro Osmair Garcia assume a vice-presidência de Finanças no lugar de Carsten Isensee, indicado para cargo semelhante da empresa na China. Ivan Segal, ex-presidente da Citroën no Brasil e América Latina, é o novo diretor de vendas em substituição a Jochen Funk, que retorna a Wolfsburg. Ronaldo Znidarsis assume a diretoria de desenvolvimento de rede e veículos comerciais leves, vaga até agora ocupada por Dieter Strass, que terá novas funções. Ambos responderão ao vice-presidente de vendas e marketing, Ralf Berckhan, que assumiu o posto em maio.

## Mulally

Alan Mulally saiu da Ford no início de julho e agora preside o conselho de administração do Google, que pretende desenvolver veículos com direção autônoma. A montadora agora tem no comando Mark Fields, que nos oito últimos anos foi o responsável pela estratégia global de produção de novas plataformas.

## Tokai

Mesmo sem alteração da estrutura societária a matriz da Tokai Rubber Industries mudará seu nome para Sumitomo Riko Company Limited a partir de outubro. A operação brasileira seguirá como Tokai do Brasil.

### Na pauta

Fervilham nos corredores de duas das maiores fabricantes de veículos aqui instaladas especulações sobre breve saída de seus respectivos presidentes. Breve a ponto de não chegarem a comandar as tradicionais entrevistas coletivas no próximo Salão do Automóvel de São Paulo. A conferir.

## Apesar de...

A General Motors Argentina investirá US\$ 270 milhões para erguer nova fábrica de motores em Santa Fé. O valor é adicional aos US\$ 450 milhões divulgados para a produção do chamado projeto Fênix – que dará origem ao modelo substituto do sedã médio Cruze, segundo informações do *Tiempo Motor*. A inauguração está prevista para o início de 2017. Capacidade anual de até 140 mil motores.

## ABAL

Milton Rego é o novo presidente executivo da Abal, Associação Brasileira do Alumínio. O executivo trabalhou no Grupo Fiat por mais de duas décadas e vinha respondendo pela diretoria de comunicação corporativa e de relações externa da CNH Industrial.

## BYD

Quase anonimamente, a chinesa BYD prepara produção local de ônibus elétricos já para 2015. Alugou área de 20 mil m<sup>2</sup> em Campinas, SP, e, segundo o presidente da operação brasileira, Tyler Li, a unidade terá capacidade anual de quinhentos a 1 mil ônibus, com 450 funcionários.

Há interesse de vários estados, em especial do Centro-Oeste, em receber investimentos russos para fabricar material pesado, como caminhões

Oswaldo Biato Júnior | diretor do Departamento de Europa no Itamaraty

### Autônomo 1

A nova geração XC90 será apresentada internacionalmente este mês com "pacote de segurança de série mais sofisticado e tecnológico da indústria automotiva", afirma a Volvo. O modelo adotará sistema que aciona automaticamente os freios em cruzamentos, caso o motorista tente virar à frente de outro veículo em sentido contrário, corrigirá saídas não intencionais da pista e tensionará os cintos de segurança para proteger os passageiros em caso de impacto na traseira do veículo.

### Autônomo 2

Já a Nissan anunciou que pretende vender veículos autônomos em massa até 2020. Em dois anos alguns de seus carros contarão com condução autônoma.

### Para cada...

Para cada zero-quilômetro comercializado no País durante o primeiro semestre deste ano, 2,9 veículos seminovos e usados foram vendidos, segundo dados divulgados pela Fenabrade, Federação Nacional dos Distribuidores de Veículos. É o maior índice registrado nesta relação desde 2007, quando o número também ficou em 2,9.

### Menor

O índice de inadimplência nos financiamentos de veículos para pessoas físicas voltou a recuar ligeiramente em junho: ficou em 4,9%, mesmo índice apresentado em abril, e 0,1 ponto porcentual a menos do que em maio. O índice é ainda 0,3 ponto menor do que o apurado no encerramento de 2013, em dezembro, e 1,2 ponto porcentual abaixo do mesmo mês do ano passado.

### O número

# 50

mil motores já foram fornecidos pela MWM International para a Volvo ao longo de 29 anos.



Divulgação/Randon

### Flexível

Trabalhadores da Randon Implementos Caxias do Sul, Sul, e São Paulo, Suspensys, Castertech, Master e Jost Brasil, todas empresas do Grupo Randon, aceitaram flexibilização da jornada, com a adoção da semana de quatro dias nos meses de agosto, setembro e outubro. Vanderlei Novello, diretor corporativo de recursos humanos, calcula em 9 mil o número de funcionários envolvidos, dos quais 8 mil em Caxias do Sul.

# AutoData: a leitura certa para quem inova sempre.



Uma homenagem da Volvo às 300 edições da AutoData.



# NOVO RENAULT SANDERO

## #VIVAOAGORA



Grande vencedor do comparativo com 7 veículos do segmento.

**AUTO**  
esporte

Fonte: AUTOESPORTE, nº 590 julho 2014.

**3**  
ANOS GARANTIA



PILOTO AUTOMÁTICO\*



AMPLIO ESPAÇO INTERNO



AR-CONDICIONADO AUTOMÁTICO



MEDIA NAV COM GPS INTEGRADO

\*Controleador e limitador de velocidade de cruzeiro. Garantia de 3 anos ou 100 mil quilômetros, o que ocorrer primeiro, conforme consta no Manual de Garantia e Manutenção do veículo.



Respeite os limites de velocidade.



MUDE A DIREÇÃO





# Talento para exportar

Entrevista a Alzira Rodrigues, George Guimarães e S Stéfani | [redacaoad@autodata.com.br](mailto:redacaoad@autodata.com.br)  
Fotos | Paulo Bareta

**E**mpresa de capital nacional a Fundição Tupy é exceção que confirma a regra: em um País no qual a maioria reclama das dificuldades para exportar a companhia obtém dos negócios externos dois terços de sua receita. Além de manter uma operação no México exporta metade do que produz internamente. E o mais relevante: tem preço competitivo e operação rentável.

A receita deste sucesso é explicada pelo seu presidente, Luiz Tarquínio

Sardinha Ferro, no cargo desde o início de 2003: "Nos especializamos em produtos difíceis de produzir, que envolvem capacidade de engenharia, de criação de processos. Isso significa que não tem muita gente que saiba fazer o que nós sabemos, o que nos qualifica para exportar".

O talento para exportar, como diz o próprio executivo, é fruto de investimentos em logística, modernização e em ações contínuas de redução de custos: "A gente consegue chegar com

preço competitivo e temos um negócio que rende resultado para a companhia. A Tupy não vende preço: vende qualidade, conhecimento, serviço. É isso o que a gente vende".

A maior fundição em atuação no Ocidente – não há estatísticas da Ásia, explica Tarquínio –, a Tupy faturou R\$ 3 bilhões 120 milhões em 2013, receita 16,9% superior à obtida no ano anterior. O lucro atingiu R\$ 86,3 milhões, valor 30% acima do registrado em 2012.

**Nós nos especializamos em produtos difíceis de produzir, que envolvem capacidade de engenharia e de criação de processos**

**A Tupy tem um modelo de negócio baseado em exportação, estratégia que no setor automotivo é apontada como arriscada. Quem está certo, quem está errado?**

Não existe certo ou errado. A escolha de portfólio do ponto de vista de geografia é uma opção que a empresa faz com base no ramo em que atua e em sua gestão de risco. A Tupy, desde que nasceu, fez opção pelo conhecimento. Fundou nos anos 50 uma escola técnica para formação de pessoas para trabalhar na fábrica, hoje nas mãos de uma organização sem fins lucrativos e, posteriormente, teve centro de pesquisa em parceria com a USP. Sempre foi, portanto, uma empresa comprometida com o conhecimento. Nós nos especializamos em produtos difíceis de produzir, que envolvem capacidade de engenharia, de criação e de processos. Somos uma empresa de processos.

**O que significa isso na prática?**

Significa que não desenhamos o bloco. O cliente projeta o motor, determina suas propriedades mecânicas, indica exatamente o que quer e nós fazemos o processo. Isso quer dizer que não tem muita gente que saiba fazer o que nós sabemos. Isso nos qualifica para exportar. Mesmo antes de termos comprado uma empresa no México, há quase dois anos e meio, já perseguiámos o caminho das exportações. Ao longo de um período que o mercado esteve hostil às vendas para fora nós continuamos, mantivemos nossos negócios e buscamos novas alternativas. E fizemos um esforço muito grande para manter essa condição.

**Quanto a empresa exporta?**

Do Brasil exportamos metade da produção. Do negócio da Tupy cerca de 65% advêm de receita externa.

**SCHAEFFLER**



A decisão de ir para o México tem a ver com o propósito de crescimento da companhia, com um processo de diversificação

**Essa receita exportadora está no DNA da Tupy, mas em 2009 quase custou a vida da empresa. A decisão de ir para o México foi uma proteção?**

Antes de fazermos a aquisição já éramos internacionais. Só não tínhamos manufatura fora. A decisão de compra não teve a ver com gestão de risco. Somos fortes na América do Norte, temos negócios na Europa e de forma mais tímida estamos no Japão e na China. A decisão de ir para o México tem a ver com o propósito de crescimento da companhia, com um processo de diversificação. Atuamos em vários segmentos, o que inclui veículos comerciais, veículos fora de estrada como máquinas de construção, agrícolas e de mineração, energia e outros. Gosto sempre de olhar qualquer empreendimento do ponto de vista dos riscos aos quais está exposto. Como se diz popularmente, decidir em quantas cestas você coloca os ovos. Tínhamos capacidade produtiva importante que precisava ser preenchida.

**A fábrica do México, considerando a importância dos Estados Unidos para a Tupy, não é estratégica no sentido de transferir produção daqui para lá?**

Não é tão simples. Não dá para decidir simplesmente mandar a produção para lá. A fase de desenvolvimento de um processo de produção leva de dois anos a dois anos e meio. E os processos se baseiam na integração de equipamentos, que são diferentes de uma fábrica para outra. O que significa dizer que mesmo para uma peça já existente terá um período para desenhar todo o processo, o cliente tem de testar, aprovar. Ou seja, não temos liberdade de transferir daqui para outro lugar. É um novo desenvolvimento, não é simples.

**Como definir o que produzir aqui e no México?**

Aqui temos fábrica em Joinville, em Santa Catarina, e em Mauá, no ABC paulista. Lá no México herdamos um portfólio e estamos desenvolvendo alguns itens por questão de conveniência. Aqui temos itens importantes que fazemos nas duas fábricas. Planejamos ter o mesmo tipo de flexibilidade com o México. Mas isso significa desenvolver processos, depende de aprovação dos clientes. É caro. A ideia é gerenciar o risco. Ter opção de produção em mais de um lugar. O câmbio é uma variável crítica na hora de fazer comparações de competitividade.

SCHAEFFLER

Confiabilidade é Tudo.



## Edições AutoData

**Há 300 edições levando aos leitores o melhor do mercado automotivo.**

Em matéria de credibilidade e conhecimento do setor, a AutoData tornou-se referência no mercado automotivo ao longo de suas 300 edições. A Schaeffler parabeniza a revista por esse marco e sente-se honrada de fazer parte da história de um veículo cuja competência está sempre em destaque. Afinal, confiabilidade é tudo.

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



Faça revisões em seu veículo regularmente



## From the Top

### Qual foi o período mais crítico da Tupy no Brasil?

Passamos por uma crise financeira de 2002 para 2003, quando fizemos um acordo de reestruturação financeira, com alongamento das dívidas. Na época o modelo desenhado contemplava oito anos de carência para quitação dos débitos, só que quatro anos depois, em 2007, estávamos em situação financeira muito melhor e sustentável. Conseguimos consenso com os bancos para extinguir o acordo de reestruturação que nos trazia limitações e com isso pudemos retomar nossos investimentos.

### A estratégia funcionou?

Fomos nos recuperando paulatinamente, apesar de termos de lidar com a questão cambial daquela época. Foi um período difícil, mas investimos em eficiência da companhia e tivemos ampla colaboração dos nossos clientes. Nossa negócio é de longo prazo e exige parcerias.

### Quais são os principais clientes da Tupy?

São vários, vou citar alguns: Ford, Volkswagen, Cummins, Mercedes-Benz, Honda. Temos importantes



**Inovação em Movimento**  
[www.schaeffler.com.br](http://www.schaeffler.com.br)

**SCHAEFFLER**

Conseguimos chegar com preço competitivo e temos um negócio que rende resultado para a companhia. A Tupy não vende preço, vende qualidade.

clientes lá fora também, como a Chrysler e a General Motors. Esse é outro elemento de diversificação de riscos. Temos uma carteira ampla, a mais diversificada da indústria, que adiciona o desafio de atender todo mundo com qualidade e prazo. E diversifica risco: com mais clientes dilui os demais.

**A Tupy importa para produzir aqui?**

No Brasil a importação propriamente dita é pouca. Mas há uma série de itens que compro aqui em real que tem correlação com os lá de fora, como sucata de aço, nosso principal insumo.

**Hoje a Tupy tem base no Brasil e na América do Norte. Há pretensão de estar em outros continentes?**

Fazer aquisição lá fora é bastante complexo. Os clientes gostam que as fundições estejam próximas, tanto é que a maioria atua de forma regional. Quando começamos a exportar com mais intensidade passamos a cuidar da parte logística, desde o desembarço aqui até o lá de fora, além da armazenagem na saída e na chegada. É uma operação de alta complexidade que também envolve capital de giro intensivo. São 28 dias para um produto nosso sair daqui e

chegar à América do Norte. E varia de noventa a 120 dias o ciclo financeiro, o que chamamos de capital de giro pós-embarque. Precisa ter condição financeira, ter caixa para isso, o que desencoraja outras fundições a serem exportadoras. A Tupy é uma empresa que aprendeu a fazer isso, é uma exceção. Tem talento para exportar.

**A Tupy é a maior do mundo?**

Do Ocidente somos. Da Ásia não há estatísticas.

**E a empresa consegue exportar com preço bom e ter lucro?**

A gente consegue chegar com preço competitivo e temos um negócio que rende resultado para a companhia. A Tupy não vende preço: vende qualidade, conhecimento, serviço. É isso que a gente vende. Tecnologia e parceria fazem a diferença. O câmbio poderia estar mais favorável, mas se considerarmos que há dois anos era R\$ 1,80 podemos dizer que está melhor.

**O senhor destacou conhecimento. O ferro vermicular da Tupy é um diferencial?**

Ferro vermicular é uma liga como tantas outras. Nele a grafita se deposita na forma de um verme,



**Soluções para sistemas de motor, transmissão e chassi.**

**SCHAEFFLER**

## From the Top

por isso o nome. Sem entrar em pormenores técnicos o importante a dizer é que o ferro vermicular difere do cinzento, o mais tradicional, pelo fato de ter uma resistência maior sob o ponto de vista de determinadas propriedades que são importantes para o motor. É um material que permite a produção de um motor a partir de um bloco menor, com paredes mais finas e peso menor. Com isso, o conjunto todo é mais leve, com vantagens para o fabricante.

### **Mas o custo é maior, não é?**

É mais caro do que o ferro tradicional, porém mais barato que o alumínio. O vermicular é apropriado para fazer motores. É altamente resistente a pressão e diminui o conjunto. Há uma série de benefícios.

### **O uso do alumínio está nos planos da Tupy?**

Não. Nosso foco principal são os pesados e nesse segmento não há aplicação de alumínio no motor.

### **Mesmo com o custo Brasil e a questão cambial a Tupy consegue exportar com lucro? Qual é a receita?**

É fruto de um trabalho de relacionamento com o cliente,

escala de produção e investimento em produtividade e modernização. Estamos permanentemente buscando soluções de eficiência para a companhia. Na época do câmbio a R\$ 1,60 foi assim também. Nós somos uma empresa diferenciada deste ponto de vista, sem prejuízo do respeito que temos pela concorrência. O cliente valoriza quando você é pontual e tem nível de qualidade.

### **A Tupy terá crescimento este ano?**

Não estamos prevendo crescimento em volume. Mas por sermos empresa de capital aberto não posso divulgar projeções ou falar de resultados futuros. No primeiro trimestre tivemos desempenho positivo, é público.

### **O senhor espera mudanças a partir da eleição presidencial?**

Independentemente do vencedor na próxima eleição os problemas do Brasil são conhecidos e terão de ser atacados. Terão de ser feitos investimentos em infraestrutura, o que certamente gerará oportunidades para todos, inclusive para a indústria automotiva. O País tem grande potencial e a partir do momento que colocar esta roda para girar os avanços serão naturais.

AD

“Estamos permanentemente buscando soluções de eficiência para as nossas operações.

E o cliente valoriza quando você é pontual e tem qualidade.



**Inovação em Movimento**  
[www.schaeffler.com.br](http://www.schaeffler.com.br)

**SCHAEFFLER**

O que era sonho,  
agora é Hyundai.

Santa Fe. O que era superior,  
agora é insuperável.



A HYUNDAI CAOA MONTADORA CONQUISTOU  
EM UM EMPATE, A SATISFAÇÃO MAIS ALTA  
COM O PROCESSO DE VENDAS, EM PESQUISA  
REALIZADA PELO INSTITUTO J.D. POWER.



CONSULTE CONDIÇÕES NO SITE

A Hyundai CAOA recebeu a mais alta pontuação numérica em um empate no estudo J.D. Power Sales Satisfaction Index (SSI) Study™ Brasil 2014. O estudo baseou-se em 3.494 respostas de compradores de veículos novos de 12 marcas, de um a sete meses após a compra. Os resultados do estudo são baseados em experiências e percepções de clientes pesquisados entre os meses de março e abril de 2014. Suas experiências podem sofrer variações. Visite o site <http://brasil.jdpower.com>.

**CAOA**

 NEW THINKING.  
**HYUNDAI** NEW POSSIBILITIES.



Pedestre, use sua faixa.

[www.hyundai-motor.com.br](http://www.hyundai-motor.com.br)  
DISTRIBUIDORES EM TODO O PAÍS: 0800-7703355



0800-203 FORD  
3673

Respeite os limites de velocidade.



#### **Cargo 1119**

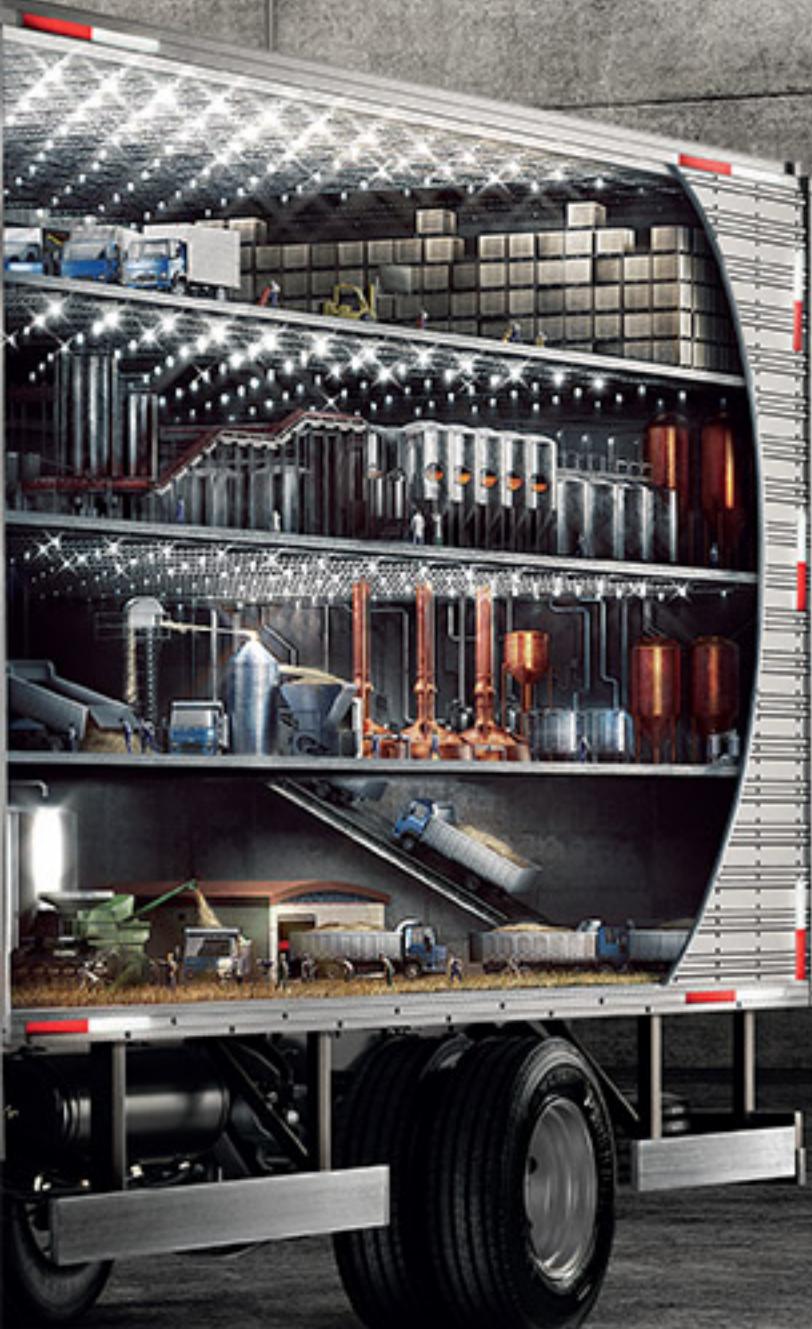
- Motor mais potente da categoria com 189 cv
- Maior capacidade de carga da categoria de 7.164 kg

#### **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



MADE IN BRAZIL

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.



**A**o contrário do que indicavam as projeções originais, o setor automotivo brasileiro deverá encerrar este ano com queda nas vendas, nas exportações e, por decorrência, também na produção. Algo em torno de 5% a 10% em relação ao ano passado.

Mesmo assim, as vendas domésticas e a produção deverão se manter acima de 3 milhões de veículos. Mais do que três vezes acima dos números registrados naquele agora distante 1992 – o ano em cujo mês de outubro circulou a primeira edição da então newsletter quinzenal **AutoData** que agora, já devidamente transformada em revista mensal, chega a sua edição 300.

Nestes quase 22 anos o setor mais que triplicou de tamanho no País. O que seria excelente não fosse importante pormenor: ao mesmo tempo em que o crescimento no período foi impulsionado pela chegada ao mercado de consumidores com menor poder aquisitivo, o Brasil foi gradativamente deixando de ser um País de baixo custo de produção.

E este será, provavelmente, o grande desafio que o setor terá de encarar de frente a partir de agora: como combinar a redução do padrão aquisitivo médio do mercado com o aumento efetivo e real dos custos de produção?

Não se trata, afinal, de questão meramente conjuntural, capaz de ser resolvida por meio de redução temporária de impostos ou agressivas campanhas apoiadas em descontos. Ações desta natureza podem ser utilizadas para enfrentar situações localizadas e evitar o risco de demissões em massa, tal como acontece neste ano.

# Arregaçar as mangas e arrumar a casa

S. Stefani | stefani@autodata.com.br

**AUTODATA**  
INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

**1**  
ANO 1  
OUT92

**LEIA NESTA EDIÇÃO**

**PÁGINA 2**  
O ACORDO DE BRASÍLIA NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATISTA NEM COMO MERO "QUEBRA-GALHOS", OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUIZ SALES GONÇALVES.

**PÁGINA 7**  
A PRESTIGIOSA SOCIETY OF AUTOMOTIVE ENGINEERS PROMOVE A SAE BRASIL P2, CONGRESSO EM QUE ENGENHEIROS E EXECUTIVOS DO SETOR VÃO DEBATER A REALIDADE E OS CAMINHOS DO FUTURO.

**PÁGINA 11**  
A INCONSTÂNCIA DO MERCADO DE ÔNIBUS PREOCUPA PARTICULARMENTE A INDÚSTRIA, OS DISTRIBUIDORES E OS FROTTISTAS, QUE BUSCAM UMA LUZ NO FIM DO TÚNEL.

**PÁGINA 14**  
A TOYOTA ESTÁ PRÓXIMA DE COMEÇAR A PRODUIR OS SEUS NOVOS MODELOS EM BRASIL. A PORTA DE ENTRADA É A NOVA POLÍTICA INDUSTRIAL.

**ON & OFF**  
A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER, O VICE-PRESIDENTE DE CURITIBA, SUCESSORES.

**FRANCO DE MATOS AINDA É LIDER, NO DÓLAR DE 90 CENTS**  
NOVO COMANDO NA MWM.

**SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS**

**Waldemar Verdi**

**N**a sede da Ford, nos Estados Unidos, três executivos trabalham, hoje, com uma única preocupação: fazem o acompanhamento da análise permanente das fusões, associações, aquisições e acordos de cooperação tecnológica que estão ocorrendo diariamente no setor automotivo em todo o mundo.

É o espelho prático da verdadeira revolução pela qual passa, atualmente, em nível mundial, a indústria e o comércio de veículos e componentes, com reflexos diretos, imediatos e de grande vulgo em todos os países nos quais o setor têm suas bases.

No Brasil, em particular, os efeitos desta situação são potencializados ao extremo, em razão do processo simultâneo de modernização da economia que o País atraíssava, com agradativa, porém firme, quedas das barreiras de proteção às indústrias que formam o setor.

Os fabricantes de componentes, de seu lado, equilibram-se entre a certeza de que 20% desempregos não terão como enfrentar esta nova concorrência e, no extremo oposto, a esperança de conseguir alinhar-se entre os fornecedores das grandes montadoras em nível mundial – ainda neste inicio de outubro, quase 70 fabricantes de compo-

entes instalados no Brasil candidatam-se, nos Estados Unidos, ao cobiçado título de fornecedor da General Motors Corporation em todo o mundo.

As montadoras, de seu lado, agora às voltas com a concorrência de veículos importados, alteram radicalmente o sistema de produção, substituem as linhas de produtos em oferta, passam a dar prioridade total ao controle dos custos e, em decorrência, começam a buscar no exterior novas fontes de suprimentos.

O comércio doméstico de veículos também é afetado. Surgem as redes de importados e, mesmo, multimarcas. Ao mesmo tempo, estudos recentes mostram que os distribuidores autorizados dos veículos nacionais não vêm conseguindo repor seus estoques.

Além disso, segundo Waldemar Verdi, presidente da Abrad, a entidade das empresas de consórcio ligadas aos concessionários, "pelo menos 200 das atuais 350 administradoras de consórcios não terão como atender à nova legislação para o setor e fecharão suas portas".

Nunca, em síntese, o jogo foi tão pesado. Com a complicação adicional de que, num regime tão competitivo, quem fugir do jogo agora pode muito bem perder sua condição de parceiro e ficar sem seu lugar no futuro. (ver página 8)

**SUCESSÃO NA FENABRAVE**

**A** eleição de Sérgio Reze para a presidência da Fenabrade, sucedendo a Alencar Burti, no último dia 30, foi o penúltimo ato de uma intensa articulação nos bastidores das entidades que representam os distribuidores de veículos que operam no País. O último ato, solene, será realizado em 15 de outubro, durante a cerimônia de posse da nova diretoria.

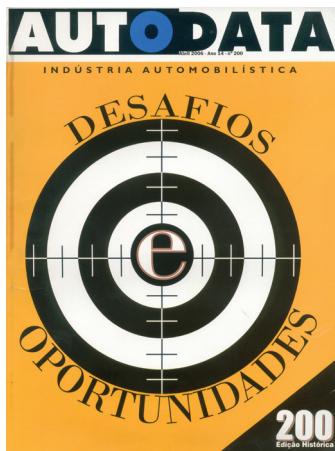
O principal foco de resistência ao nome de Sérgio Reze esteve fixado na Abracef, a associação que reúne os distribuidores da marca Fiat, com ramificações espalhadas por algumas outras associações. (ver página 8)

Todavia, o enfrentamento da questão estrutural exige tratamento bem mais complexo e abrangente. Vale ressaltar que a maior parte deste grande salto do setor se deu num período relativamente curto de tempo. Apoiado em crescimento constante na casa de dois dígitos, as vendas dobraram de 2005 a 2010. Avançaram de 1 milhão 714 mil para 3 milhões 515 mil. Na base da expansão estava a criação a cada ano, ao longo de quase todo este período, de 3 milhões de novos empregos com carteira assinada e, portanto, com acesso ao crédito.

**RENDA** — Além disso, na medida em que este ciclo avançou, cada novo empregado na família passou a representar aumento efetivo da renda e, assim, a possibilidade de passar a aspirar o consumo de outros itens, além dos básicos para a sobrevivência. Não foram poucas as famílias que dobraram ou triplicaram sua renda nesta fase. Simultaneamente, a queda das taxas de juros e o aumento dos prazos de financiamento encarregaram-se de facilitar o acesso destes novos consumidores aos bens de maior valor, automóveis incluídos.

No fim de 2008, início de 2009, com a crise econômica global e a decorrente postura mais seletiva dos bancos, o mercado automobilístico nacional chegou a ratear. Mas o processo foi rapidamente revertido a partir da decisão governamental de usar os bancos estatais para garantir a oferta de crédito automotivo.

“O período em que crescemos a taxas quase que chinesas foi baseado em dois fatores: as famílias tinham baixo endividamento e a compra do carro podia ser feita sem entrada e financiada em sessenta meses”, define Flávio Meneguetti, presidente da Fenabrade (veja pág. 42)



Em quase 22 anos o setor mais que triplicou de tamanho. Mas o crescimento desacelerou e os desafios estão aí.

damento e a compra do carro podia ser feita sem entrada e financiada em sessenta meses”, define Flávio Meneguetti, presidente da Fenabrade (veja pág. 42)

A questão é que, depois de quatro ou cinco anos incorporando 3 milhões de novos empregados ao ano, a oferta de mão de obra começou a escassear, o que fortaleceu os sindicados e abriu o caminho para a negociação de significativos aumentos reais de salários, não raro equivalentes ao dobro ou mais da inflação nos doze meses anteriores.

Simultaneamente, na medida em que o consumo crescia, o descasamento da capacidade de oferta com o potencial da demanda por bens e serviços impulsou a inflação do centro para o teto superior da meta [de 4,5% para 6,5% ao ano]. A saída governamental foi a receita clássica: prazos de financiamento diminuídos, juros aumentados e valorização do real frente ao dólar para fazer com que a concorrência dos produtos importados funcionasse como uma espécie de âncora da inflação.

Enquanto o ciclo de crescimento se manteve na casa dos dois dígitos anuais, o aumento das economias de escala das montadoras, sistemistas e fabricantes de autopartes permitiu compensar, com folga, os aumentos de custos decorrentes do reajustes reais de salários: os custos subiam, de fato, mas a produtividade subia junto. Ou até mais.

No entanto, a partir de meados de 2010, o panorama começou a mudar. Sem experiência em lidar com o crédito farto, os novos consumidores acabaram se endividando mais do que poderiam,

Sem mudança estrutural o Brasil terá dificuldade para firmar-se como um grande produtor de veículos

a inadimplência começou a crescer e os bancos trataram de colocar um pé no freio na oferta. Resultado prático: em pouco tempo o ritmo de crescimento desceu para menos de 5% ao ano.

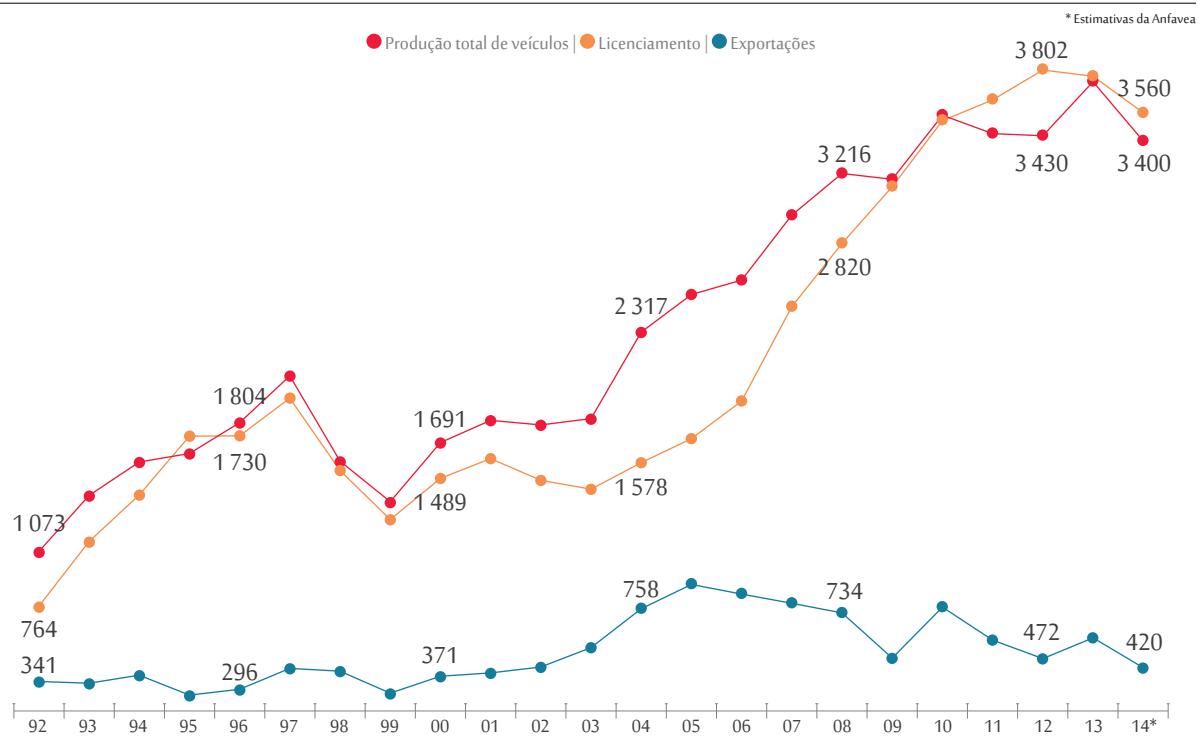
Sem ter como compensar os custos via economia de escala, montadoras e sistemistas trataram de aproveitar a valorização do real para buscar este equilíbrio via aumento da importação de componentes e de veículos prontos. Os importadores independentes também se aproveitaram para ganhar mercado.

**CENÁRIO ALTERADO** – A verdade nua e crua estava a mostra. Por décadas o custo baixo da mão de obra, por

vezes associado ao câmbio valorizado, funcionara como uma espécie de subsídio indireto capaz de compensar o custo Brasil: deficiências estruturais agravadas pela corrupção, legislação trabalhista arcaica e pesado regime tributário.

Quando o custo da mão de obra subiu e o real se valorizou, sobrou a constatação de que montadoras, sistemistas e produtores de componentes não tinham como ser competitivo. Não conseguiam exportar. E, mais grave, nem tinham como se defender das importações. Ao forçar um aumento no índice de nacionalização dos veículos, o Inovar-Auto surgiu justamente para tentar acomodar esta situação.

## Desempenho do setor automotivo



# Tão bom quanto sermos indicados 8 vezes ao Prêmio AutoData: comemorar a 300ª edição desta revista.

A Mercedes-Benz está muito feliz com o maior número de indicações para o prêmio "Os Melhores do Setor Automotivo", ainda mais vindo de quem acompanha o mercado automobilístico com profundidade e profissionalismo há tanto tempo.

DAM

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler.

## Mercedes-Benz, 8 indicações ao Prêmio AutoData.

- Montadora de Veículos Comerciais
- Exportador
- Veículo Caminhão – Mercedes-Benz Atego
- Veículo Comercial Leve – Mercedes-Benz Sprinter 9+1
- Veículo Ônibus – Mercedes-Benz Articulado O 500
- Veículo importado – Mercedes-Benz CLA e Mercedes-Benz S 500 L
- Personalidade do Setor Automotivo

[www.mercedes-benz.com.br](http://www.mercedes-benz.com.br)  
CRC: 0800 970 90 90



Mercedes-Benz



S Stéfani, Márcio Stéfani e  
Vicente Alessi, filho

e regras financeiras. Exemplo: a Anfavea negocia, hoje, com os sindicatos de metalúrgicos e com o governo a adoção de legislação trabalhista mais flexível, similar à existente na Alemanha, que permite acomodar as flutuações do mercado sem a necessidade de demissões, com cada parte assumindo uma parte dessa conta toda.

Para Paulo Butori, presidente do Sindipeças, o novo governo, seja ele qual for, terá de definir uma política industrial para o País. "Sem isto, a indústria de autoparças desaparecerá. Sem uma rápida definição de regras para a rastreabilidade a importação de componentes tende a se manter" (veja pág. 36).

Na área da comercialização, a Fenabrade, apoiada pela Anfavea, tenta obter do governo mudança na legislação financeira que facilite a retomada dos veículos por parte dos bancos em caso de inadimplência do consumidor. Diagnósticos feitos, a hora, em síntese, é de arregaçar as mangas e arrumar a casa. Com a consciência de que sem uma efetiva mudança estrutural, o Brasil até poderá se colocar como um grande mercado mas terá muita dificuldade para se firmar, também, como grande produtor.

Até a casa estar arrumada vale seguir o conselho de velho mestre do setor automotivo: "A inflação tem que baixar, ser controlada, e a defasagem cambial precisa ser pequena. Senão, não vai dar certo, infelizmente e mais uma vez".

O alerta é do eterno Wolfgang Sauer e está devidamente registrado na última página da primeira edição de AutoData, de outubro de 1992.

AD

"A ideia original do Inovar-Auto é exatamente essa: ter um período de quatro a cinco anos de transição para que o setor se reestruture", diz Luiz Moan, presidente da Anfavea (veja pág. 30). Para dotar a indústria de real poder de competição global, a reestruturação a ser feita é, de fato, gigantesca e passa por diversas áreas: do chão de fábrica à política tributária, legislação trabalhista



Innovation  
that excites

# VENCEMOS OS ALEMÃES.

O Nissan New March 1.6 SL ultrapassou o Gol 1.6 Highline no comparativo do jornal *O Estado de S. Paulo*.\* Além das inovações em série, como câmera de ré, navegador GPS e tela sensível ao toque, o Nissan New March apresentou os menores custos de manutenção e seguro. Faça um test-drive e descubra o melhor da qualidade japonesa num compacto. Conheça mais no [www.newmarch.com.br](http://www.newmarch.com.br)

Produzido no Brasil

3 anos de garantia

Qualidade Japonesa

NISSAN NEW MARCH 1.6 SL POR  
**R\$ 43.980<sup>00</sup>**  
A VISTA

FOTO: M. V. T. / AG. FOTO



CONHEÇA OUTRAS VERSÕES A PARTIR DE

**R\$ 32.990<sup>00</sup>**  
A VISTA

**NISSAN NEW MARCH. O MELHOR PARA VOCÊ.**

**Todos juntos fazem um trânsito melhor.**

\*Comparativo feito pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, edição de 20/7/2014. A foto e as especificações se referem ao veículo Nissan New March 1.6 SL, na cor azul pacífico, ano/ modelo 2014/2015. Garantia de três anos, sem limite de quilometragem para uso particular, 100 mil km para uso comercial, ou o que vencer primeiro, com revisões e manutenções efetuadas nas concessionárias Nissan, limitadas a defeitos de fabricação ou montagem de peças. Informações da etiqueta nacional de conservação de energia do veículo Nissan New March, categoria compacto, versão SL, motor 1.6, transmissão manual. Combustível etanol: cidade, 8,1 km/l; estrada, 9,3 km/l. Combustível gasolina: cidade, 11,6 km/l; estrada, 13,2 km/l. Valores medidos em condições-padrão de laboratório (NBR-7024) e ajustados para simular condições mais comuns de utilização. O consumo poderá variar para mais ou para menos, dependendo das condições de uso. Para mais informações, acesse [www.inmetro.gov.br](http://www.inmetro.gov.br) e [www.compet.gov.br](http://www.compet.gov.br). - Preço sugerido ao público (base São Paulo), válido apenas para pagamento à vista, até 31/8/2014 ou enquanto durar o estoque de 50 unidades, para o Nissan New March 1.6 SL, modelo 2015, com câmbio manual e pintura metálica. Frete incluso. 2 - Preço sugerido ao público (base São Paulo), válido apenas para pagamento à vista, até 31/8/2014 ou enquanto durar o estoque de 50 unidades, para o Nissan New March 1.0 Conforto modelo 2015, com câmbio manual e pintura sólida. Frete incluso.



Fábricas mais novas do que a média mundial, produção mais diversificada com produtos em sua maioria globais e mercados local e regional com perspectivas de crescimento nos próximos anos. Para Luiz Moan, presidente da Anfavea, a indústria automotiva brasileira reúne aspectos suficientes para continuar como ótima alternativa para as fabricantes mundiais de veículos e poderá ser ainda mais atraente caso promova as tão aguardadas reformas tributárias e trabalhistas, além de mudanças pontuais em legislações específicas.

“O mercado interno de 2018 ou 2019 deverá estar por volta de 4,5 milhões de veículos. Não dá para ficar fora dele. O que estamos passando de setembro do ano passado até agora é uma situação absolutamente conjuntural”, afirma Moan, ressaltando a necessidade de fortalecimento da base local de autopeças e de iniciar a discussão sobre política industrial de mais longo prazo imediatamente após a regulamentação do Inovar-Auto.



Simão Salomão

# Há tempo e condições

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

## **O Brasil não é mais um país de baixo custo e ao mesmo tempo os brasileiros buscam veículos mais sofisticados e baratos. Como ajustar essa aparente contradição no futuro?**

O mercado interno, de fato, não é mais formado apenas por clientes das classes A e B. Prova disso é a chegada de fábricas da BMW, Mercedes-Benz e Land Rover e fabricantes de produtos dos segmentos médios e de entrada. É muito mais completo, com concorrentes mais especializados e outros com linhas mais completas, retrato de um mercado mais maduro. É um dos países com maior nível de concorrência, o que de certa maneira trará vantagem competitiva, com aumento do nosso potencial de exportação. Por exemplo: a categoria de carros premium na América do Sul está aí para ser suprida. A BMW já disse que gostaria de exportar a partir daí e as concorrentes devem pensar da mesma forma. Nenhuma delas pretende construir outra fábrica na região, basearão a produção no país de maior mercado.

## **E a questão do custo?**

O Brasil é um país de alto custo temporariamente. Há uma consciência hoje de que descolamos, em termos de taxa de câmbio, de qualquer momento do passado, opinião até de economistas contrários à política econômica atual. Também não dá para melhorar essa taxa de câmbio com essa inflação. E não vamos conseguir segurar a inflação se não

promovermos uma desindexação. Há indexação em todos os grandes contratos, tácitos ou não. O salário não está indexado, mas de maneira tácita a sociedade reconhece que uma vez por ano tem que negociar a inflação passada e, quem sabe, aumento real. O primeiro grande desafio de qualquer governo é esse nível de indexação de nossa economia. É nossa grande doença.

## **Mas não é fácil...**

Claro que não. Mas é preciso. Até porque chegamos a um nível, seja compensável ou não pelo aumento de produtividade, que está se realimentando. E afora a indexação temos um caminho mais difícil ainda que é fazer uma reforma tributária. Todos os setores têm carga tributária no seu custo que não conseguem compensar. No automotivo o cálculo é de 9% do custo de produção em impostos não compensáveis. E isso acontece em toda a cadeia. É uma corrente negativa.

## **A montadora recolhe o imposto também pelo concessionário?**

Sim, e sobre o preço de tabela. Esse é um outro problema. Por isso que algumas empresas apelam para as vendas diretas. Neste caso recolhe-se o imposto sobre o preço pelo qual realmente se vendeu.

## **Antes esses problemas eram massacrados pelo dólar lá em cima e o baixo custo da mão de obra. Agora o quadro é outro. É um impasse?**

Não só um impasse interno, mas internacional. Gostamos de fazer comparativo de conversão de preço em dólar e esquecemos que vários países que citamos nessa comparação controlam a taxa enquanto o Brasil deixa flutuar. O caso do México é exemplar. O país tem 90% de seus negócios externos com os Estados Unidos, que enfrentou crises econômicas em 2002 e 2008. O que aconteceu com o peso mexicano naquela fase? Valorizou apenas 11%. Com a China aconteceu o mesmo. A moeda deles só valorizou porque os Estados Unidos reclamaram. E o real flutuando...

## **Flutuando até o patamar que o governo entende como possível...**

O governo começou a fazer isso no fim de 2012. Em 2005 a cotação estava acima de R\$ 3. Em outubro de 2012 chegou a R\$ 1,57. Um carro que custava R\$ 30 mil em 2005, portanto US\$ 10 mil, passou a US\$ 20 mil. Só que a partir de outubro de 2012, quando o real começou a voltar a um patamar mais normal, quantas reportagens saíram na imprensa sobre o barateamento do carro em dólar?

## **Mas, afinal, o carro nacional é caro ou não?**

É tão caro quanto o salário de um jornalista brasileiro (risos). É só converter o salário em dólares. O Brasil é um país caro quando se faz simplesmente a conversão quantitativa.

**Mas se o câmbio voltar a R\$ 3 na prática os salários voltariam a um patamar mais baixo. E é esse salário de hoje que está comprando carro...**

É um jogo difícil. Se o câmbio voltasse a R\$ 3 também o estímulo para a nacionalização seria muito maior. E vou reforçar: não podemos perder a base de fornecimento! O Sindipeças está começando a se convencer de que a Anfavea quer fornecedores fortes. Hoje a capacidade produtiva excedente no mundo é de 20 milhões de veículos. E por que os fabricantes investiriam no Brasil se podem simplesmente importar?

Esse mesmo cenário vale para o setor de autopeças.

**O Inovar-Auto parece ter interrompido esse processo, mas tem data para acabar...**

A ideia original do Inovar-Auto é exatamente essa: ter um bom período de transição para dar fôlego para uma reestruturação. Se não houvesse isso hoje os importados estariam respondendo por 40% ou 50% do mercado, com certeza. E vamos analisar a mão de obra: várias negociações coletivas de trabalho estão sendo feitas em parâmetros novos. Já há acordos coletivos assinados por até três anos, alguns até sem aumento real.

**Mas há tempo para organizar todo esse quadro até 2017?**

Falta regulamentar alguns pontos do Inovar-Auto. Uma vez regulamentado o programa imediatamen-

te precisaremos sentar para construir uma política até 2030. O Brasil já perdeu muito tempo. Temos produtos que podem representar grandes nichos de mercado, como minivans e picapes compactas, nas quais temos experiência diferenciada do restante do mundo. Os compactos premium também podem representar grandes oportunidades. Uma vantagem comparativa no médio prazo é que teremos fábricas muito mais modernas do que a média do mundo e, majoritariamente, veículos globalizados.

**O Brasil seguirá como boa alternativa para as montadoras então?**

Especialmente se conseguirmos exportar. É bom lembrar que os mercados da América do Sul somados ultrapassam o do Japão. É aí que entra o Exportar-Auto, que representaria muito mais ganhos de competitividade industrial do que de exportação. E o próprio mercado interno de 2018 ou 2019 deve estar por volta de 4,5 milhões de veículos. Não dá para ficar fora dele. O que estamos passando no momento é uma situação absolutamente conjuntural, 2013 foi o segundo melhor ano da história, com 3,7 milhões de veículos. O problema é que todos esperavam crescimento de 4% a 5% de forma permanente e investiram em aumento de capacidade.

**As autopeças também investiram em capacidade e não estão conseguindo retorno...**

**O Brasil já perdeu muito tempo. Temos produtos que podem representar boas oportunidades em alguns nichos de mercado.**

Mais que criar produtos  
Uma forma diferente de olhar o mundo  
Entender o planeta, o mercado  
e o ser humano.

# Cummins

Inovadora, sustentável e confiável

A Cummins apóia ações sociais voltadas à saúde, à educação e ao meio ambiente, beneficiando toda a comunidade ao seu redor.



**40** anos  
de produção  
no Brasil

MOTORES DIESEL E A GÁS | GRUPOS GERADORES | COMPONENTES | DISTRIBUIÇÃO

Soluções Integradas Cummins. De bem com o planeta.

0800 2886467  
falecom@cummins.com  
[www.cummins.com.br](http://www.cummins.com.br)



É verdade. E as montadoras também! E ao quadro do mercado interno somou-se à queda da Argentina, o que agravou o contexto.

### **Uma reforma tributária ajudaria?**

Nem precisaria uma reforma total neste caso. O Brasil tem algumas legislações fáceis de alterar sem grande barulho. Preço de transferência, por exemplo. Ele serve, no mundo todo, para evitar que, via exportação, se faça remessa disfarçada de lucro. No Brasil as exportações para empresas coligadas estão sujeitas a essa legislação. Em outros países a lei diz que não se pode exportar abaixo do custo de produção, se não caracteriza remessa. Aqui somos obrigados a exportar pelo custo de produção mais uma margem de 15%.

### **Dá para recuperar a proposta de complementariedade de produção Brasil e Argentina?**

Estamos trabalhando nesse sentido. O conceito de integração produtiva ficou claro nos últimos encontros que tivemos, assim como a necessidade de negociarmos juntos com México, Colômbia e Equador. A dificuldade da Argentina é que está perdendo a base de autopeças.

### **Mas o México não tem essa base...**

Não. Só que eles conseguem revender a um preço extremamente competitivo. É só analisar, novamente, a relação cambial peso mexicano com o dólar. O México tem um padrão

diferente de operação. No começo do Nafta a indústria de autopeças ficou nos Estados Unidos e Canadá e a montagem final foi para o México, atrás de mão de obra barata. E lá geraram emprego.

### **O Brasil produzirá de carros de entrada a modelos de luxo. Não seria melhor ter uma especialização?**

Não acho. A sustentação deve ser o mercado interno, que hoje é comprador da classe D à classe A. Uma empresa mais veterana que hoje quisesse se especializar em só um modelo não conseguiria sobreviver.

### **Como o senhor imagina a cadeia de autopeças brasileira no futuro?**

Hoje ninguém sabe com exatidão qual é o universo de peças importadas. Independentemente da rastreabilidade que defendemos tentaremos descobrir qual é a nossa escala local de produção, se há alguma condição tecnológica que impeça a nacionalização. A nossa proposta é que autopeças importadas, sem produção na região, possam ser importadas com alíquota 0, como o México faz. O benefício acabaria automaticamente se ela viesse a ser feita aqui. Poderíamos ter um polo produtor, um condomínio industrial incentivado dessas autopeças que hoje não são fabricadas na região na Tríplice Fronteira, por exemplo. E, novamente, somente para peças novas, o que evitaria o deslocamento da produção de polos atuais. Tenho discutido essa

ideia nos gabinetes. Poderíamos ter lá regras trabalhistas diferenciadas, mais flexíveis, energia superbarata do Paraguai e escala de produção.

### **Assim que tomou posse na Anfavea o senhor colocou o desafio de exportar 1 milhão de veículos em 2018. Esse número ainda é factível?**

Estou perseguiendo esse número. E começamos bem: em 2013 as exportações cresceram 27% sobre 2012. O que nos atrapalha agora é a crise da Argentina.

### **Essa dependência da Argentina mostrou-se um erro, portanto.**

Não escolhemos isso, fomos forçados. Em 2005 exportávamos para vários mercados, para a Europa e até Estados Unidos. Mas quando se sai de R\$ 3 para um dólar a R\$ 1,50 preciso dobrar o preço. E perdemos a Venezuela, cujas vendas desabaram. A Colômbia está crescendo, mas não aprofundamos o acordo com eles. Hoje ainda o colombiano paga 18% de imposto de importação no carro brasileiro. E a Colômbia fez acordo com os Estados Unidos e Coreia do Sul. Ou seja, precisamos avançar nessa área também. Um acordo com a Europa seria ótimo no longo prazo, porque teríamos que avançar em competitividade. Mas no curto e médio prazos um acerto com os Estados Unidos, com a Alca, seria fantástico. E pelo perfil de produto também com a África, até pela vantagem competitiva por meio da questão logística.

AD

Para rodar com mais segurança, nosso país tem a força do aço Gerdau. A força da transformação.



O aço da Gerdau tem a força da transformação.

A indústria automotiva vem evoluindo na construção de veículos mais eficientes, confiáveis e seguros. Sempre ao seu lado, o aço da Gerdau se transforma em produtos de alta tecnologia, que fazem parte dos carros, caminhões e ônibus que rodam pelo Brasil e pelo mundo.



[www.gerdau.com](http://www.gerdau.com)



Renato Rodrigues

# Quadro crítico

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

**S**e a rastreabilidade prevista no Inovar-Auto não for regulamentada em breve a base da cadeia fornecedora brasileira corre o risco, sério, de desaparecer. Quem afirma é o presidente do Sindipeças, Paulo Butori, no cargo desde 1995 e com mandato até 2016. O empresário é objetivo em sua análise quanto ao futuro do setor: “Tudo depende da rastreabilidade, que deveria ter sido adotada com o novo regime automotivo e até meados deste ano simplesmente não tinha saído do papel. Se ela vingar a base de produção de autopeças tem perspectivas positivas. Do contrário simplesmente acabará”.

**O mercado vive momento de crise. Há risco de a meta de chegar a 6 milhões de veículos dentro de cinco a seis anos ser afetada?**

Voltando um pouco no tempo, estamos em momento parecido com o do fim da década de 90, quando os newcomers chegaram ao País. Após superarem 1,9 milhão de veículos em 1997 as vendas internas despencaram 35% em dois anos, baixando para menos de 1,3 milhão. O governo havia incentivado a entrada de novas marcas, houve investimento e não havia para quem vender. Achávamos inclusive que nem todos que aportaram aqui resistiriam, mas resistiram.

**E agora? Haverá espaço para todas?**

Novas montadoras estão chegando, inclusive as de luxo, e algumas certamente perderão. São 29 marcas para disputar um mercado dominado por quatro ou cinco, que detêm 65% de share, e o restante briga pelos 35% que restam. Eles, os líderes, estão sentados. Perdem share de 2 a 3 pontos ao ano, é um processo lento. E o mercado está se reduzindo, como aconteceu lá atrás.

**Mas com queda menor, não é?**

Sim, mas o número de players hoje é maior. É preciso olhar com cuidado. E há um segundo ponto importante: naquela época o País tinha 1,5 mil empresas produtoras de autopeças. Hoje são quinhentas. Houve muitas compras, consolidação, muita quebra. E certamente os quarenta

a cinqüenta sistemistas que estão hoje aqui são muito mais fortes. Há um gap na relação dos elos: a montadora não quer pagar, o sistemista é pressionado e sobra para nós.

**As autopeças têm acompanhado os investimentos das montadoras?**

Esse é um dos nossos maiores problemas. As multinacionais investem de acordo com o que as montadoras pedem. E os aportes estão caindo. As autopeças programam investimento de apenas R\$ 2 bilhões este ano, contra R\$ 22 bilhões das montadoras. É uma relação muito inferior à registrada em 1999/2000, quando a proporção era de 1 para 1,7.

**Por que essa desproporção?**

A importação está cobrindo o investimento que deveria acontecer. O câmbio é favorável e houve melhora expressiva da logística na área externa. Não é a ideal, mas melhorou. O governo modernizou processo de liberação de importação.

**O presidente da Anfavea acredita que com o carro global, adaptado para as condições locais, o Brasil poderia abastecer a América Latina e parte da África. O senhor concorda?**

É só ver o que acontece hoje. A gente não consegue exportar para a África. Os europeus, como a Alemanha, simplesmente não aprovam. Não deixam porque têm excesso de capacidade e não querem perder emprego. Eles incentivam a produção local e para isso precisam exportar.

O que me causa estranheza é que o governo brasileiro deixou entrar em pauta a discussão de transferir crédito concedido às autopeças produzidas aqui para o governo argentino. Como pode transferir o crédito para um governo estrangeiro? Não estou entendendo este jogo mundial. Está saindo do bolso do brasileiro, não de quem está lá fora. Quem está lá fora só leva vantagem

**Mas estamos falando de globalização. Para o investidor alemão tanto faz de onde vem o lucro...**

Parece que é assim, mas não é. Os trabalhadores têm assento em todas as empresas. Eles defendem o emprego local. Pergunte para a Anfavea se é viável exportar do Brasil para a Coreia. Nem se o câmbio estivesse a R\$ 4 conseguíramos. E eles exportam para cá. Estamos trazendo CKD da Coreia e montando aqui. Tem montadora grande, no topo do nosso ranking, fazendo isso.

**Como fica, então, o Inovar-Auto? As montadoras não estão cumprindo o índice de nacionalização?**

De jeito nenhum. Não há a rastreabilidade porque não interessa às montadoras. Elas não cumprem hoje as metas de nacionalização.

**A lei não vale nada?**

As autopeças têm alíquota de importação de 14% a 18%. Para o automóvel chega a 65%, considerando o IPI majorado. Por que nós temos de ser mais competitivos?

**E o investimento em nacionalização das peças?**

É zero. Estão comprando de fora. Se sair a rastreabilidade neste início do segundo semestre serão seis meses para o processo vigorar efetivamente. É coisa, então, para o ano que vem, quando já estaremos no terceiro ano do Inovar-Auto.

**Os sistemistas alegam que estão investindo em nacionalização...**

Os números estão aí. R\$ 2 bilhões de investimento no ano. São eles que respondem o questionário. Outro dia uma executiva de multinacional, que participa do nosso conselho, falou: "Eu sei que as empresas daqui, as pequenas, têm razão. Mas nós estamos acompanhando os outros. Importo e vendo no mercado brasileiro. Tenho pena do País, mas minha empresa vai bem".

**O Brasil hoje já não é mais de baixo custo. Como se adaptar a isso?**

O novo governo, seja ele qual for, vai ter de fazer uma política industrial no Brasil. Se não acaba a indústria de autopeças. Nossas máquinas estão defasadas. Estamos centenas de anos atrás da Alemanha.

**As montadoras novas não têm fábricas mais competitivas?**

Elas estão importando. Fazem galpão, colocam linhas de montagem competentes e automáticas, e trazem tudo de fora. Compram algumas coisinhas aqui para dizer que estão comprando. Para entender o

**O investimento em nacionalização de peças é zero. Estão comprando lá fora. Sem a adoção da rastreabilidade a base da cadeia automotiva estará morta em 2020.**

Brasil tem de produzir aqui, por isso vieram. Tem de ver legislações trabalhista, tributária etc.

**O que será do setor de autopeças daqui a cinco anos?**

Devido aos investimentos em curso diria que a indústria de base, a que fornece aos sistemistas, quebrou.

**Se o senhor tivesse interesse em investir em alguma coisa hoje seria em autopeças?**

Não. Eu mudaria de ramo. Quando a gente olha para a frente e olha para atrás, vemos que acabou o respeito e a parceria da montadora com seu fornecedor. A gente investe, mas se o preço não está bom ou apareceu algo da Coreia, é tudo rasgado.

**Não tem exceção?**

As japonesas. Toyota e Honda respeitam os fornecedores. Mas o volume deles é relativamente pequeno. Eu, por exemplo, tenho fundição, parte injetora, cerâmica etc. Minha fábrica foi montada para fazer volume. Não tenho como fazer 3 mil peças para a Chery. Um dia ela será grande, mas hoje não tem volume.

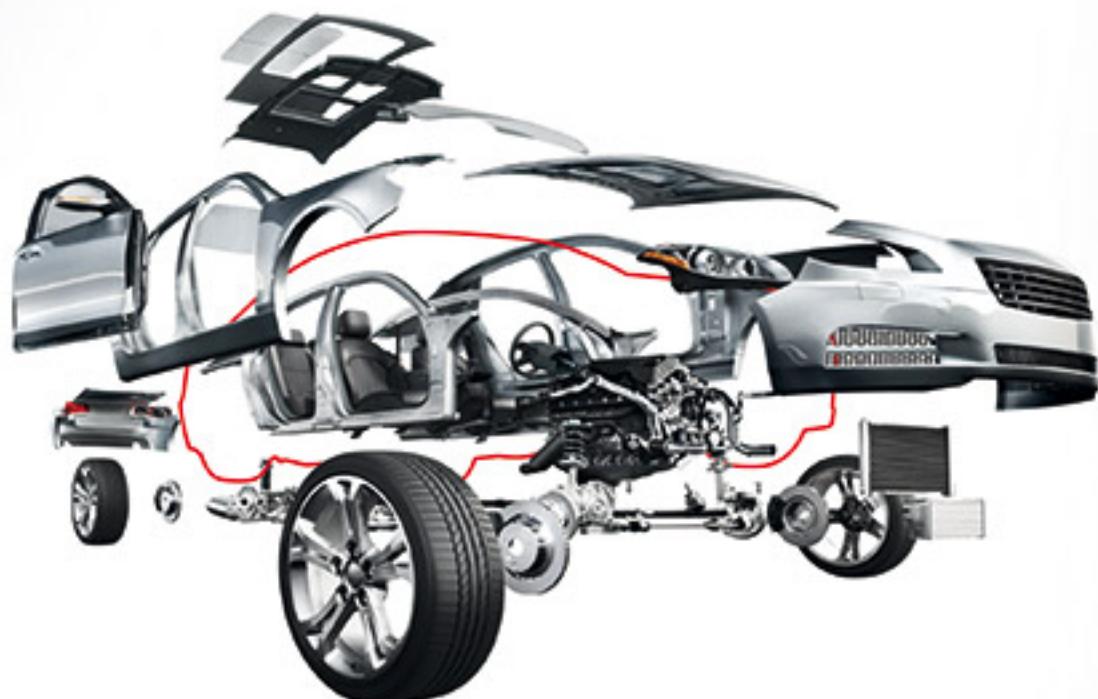
**Não é assim no mundo todo?**

O México tem acordo com 42 países e admite ser maquiador.

**O Brasil pode virar um maquiador?**

Pode. Na prática não está havendo nacionalização. O Inovar-Auto só serviu para novas montadoras se

# DISCOVER THE POWER OF BEING EVERWHERE. IN EVERY CAR.



Adesivos e Selantes para Carroceria



Adesivos de Montagem



Desengraxantes e Lubrificantes



Tratamento de Superfície



Soluções Acústicas e Estruturais



Adesivos de Engenharia

Henkel, líder global em tecnologias para adesivos, selantes e revestimentos funcionais oferece uma ampla gama de soluções para a indústria automobilística.

Para obter mais informações, entre em contato conosco:

**11 3205 89 55**

[www.henkel-automotive.com](http://www.henkel-automotive.com) / [www.henkel.com.br](http://www.henkel.com.br) [marketing.industrial@henkel.com](mailto:marketing.industrial@henkel.com)



Excellence is our Passion

instalarem aqui. E elas farão CKD por um bom tempo para testar o mercado. Não tem rastreabilidade.

### O que fazer para mudar isso?

Defendi junto a Cledorvino Belini, quando ele era presidente da Anfavea, que motor e transmissão fossem itens obrigatoriamente nacionais. Do contrário viríamos um México. Recentemente ele falou que eu tinha razão.

### Mas não há um compromisso por parte das montadoras?

Ninguém sabe dos termos de compromisso das montadoras, a gente não tem acesso. Vocês acham que Audi e outras marcas vão fazer motor e caixa de câmbio? Aprendi na câmara setorial. Esse dois componentes representam de 35% a 40% do custo dos veículos. Sem eles não tem nacionalização.

### Se sair a rastreabilidade o que muda de fato?

Tem seis meses para começar a ser auditada, para ser colocada em prática. Não acontecerá nada até 2015. Fica todo mundo perguntando sobre isso. Não estou mais preocupado com o que vai acontecer.

### Pela sua análise poderemos chegar a 2020 com quase 6 milhões de veículos, mas sem autopeças locais...

É exatamente isso. Com desnacionalização. Sem mudanças em 2020 estaremos mortos. Precisamos fazer reformas econômicas que reduzam

o custo de produção. Cada vez somos mais tributados, temos mão de obra mais cara. Montadora não tem pátria. Investe onde ganha dinheiro.

### Como o senhor avalia nossa dependência da Argentina? Cerca de 80% do que exportamos vai para lá.

São os mesmos parceiros dos dois lados e esse jogo interessa aos grupos internacionais e aos dois governos que fazem movimento cambial. A Argentina importa da China, põe no carro e manda para cá. Assim se faz um monte de dinheiro.

### Não está na hora de o Brasil encontrar uma vertente na qual seja competitivo?

Foi algo discutido na câmara setorial nos anos 90: tínhamos que ser bons em carro pequeno, com pouco valor agregado. A Argentina teria veículo mais sofisticado para fazer complementariedade. São poucas as empresas que seguiram o plano combinado naquela época.

### Mas daí vêm as críticas sobre o Brasil ser o País do carro popular.

Crítica sempre tem. Não tem sentido fazer Gol aqui e lá. Não podemos ser bons em tudo o tempo todo. Temos de ser bons em algumas coisas. Quando discutimos isso a China produzia 800 mil veículos/ano. Agora são 17 milhões

### Se sair a rastreabilidade o cenário será outro?

Daí muda. As empresas terão de

comprovar compra local em volume elevado. Se sair agora podemos dizer que 2015 será o ano de investimento e 2016 o do fornecimento, quando começa o jogo. Em 2017 o jogo será corrente e em 2018 teremos investimentos altos no País, que darão embasamento ao desenvolvimento da indústria. A rastreabilidade é a chave do jogo. Se tivesse acontecido em 2013 não estaríamos aqui conversando.

### Como está o desempenho financeiro do setor este ano?

Falando nas montadoras, uma ou outra ganhará dinheiro, algumas empatarão e outras perderão. Para os sistemistas será um ano difícil porque também eles não estão conseguindo repassar custos. E para a indústria menor esse ano vai ser terrível: teremos notícias horríveis a partir de agosto, setembro, pois não dá para ficar vinte ou trinta dias parado por conta de suspensão de produção nas montadoras.

### Mas as autopeças já ganharam bastante no Brasil, não é?

Da época da câmara setorial até o inicio dos anos 2000 ganhamos muito dinheiro. Depois começamos a empatar e na sequência a perder. Hoje estamos numa mesa de roleta. Já colocamos na mesa o que ganhamos e agora temos de ir aos bancos para apostar. Vocês acham que faremos isso? Foi uma das perguntas que fiz a um representante do governo recentemente.

AD

# ARTECOLA QUÍMICA.

## INOVAÇÃO E TECNOLOGIA PARA TODA A AMÉRICA LATINA.

UNIRÉAS  
ARTECOLA

A Artecola Química possui uma parceria exclusiva com a AEC Polymers, empresa do Grupo Arkema, para fornecimento de adesivos estruturais a base de MMA e adesivos/selantes a base de MS. Através dessa união de sucesso, a Artecola se destaca no Setor Automotivo.

A maior vantagem dos nossos adesivos e selantes é a substituição da fixação mecânica pela fixação química, que proporciona alto desempenho, economia e mais leveza para o produto final.



### CONHEÇA NOSSOS ADESIVOS:

- **ARTESIL FHG®** - Utiliza tecnologia MS e é um adesivo/selante de alta resistência a intempéries para montagens complexas.



- **ARTECOLA SAF®** - Usa tecnologia MMA e é indicado para a colagem de peças técnicas de materiais compósitos, plásticos de engenharia e metais entre si.

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

(51) 3778 5200

**AEC POLYMERS**  
ARKEMA GROUP

**ARTECOLA**  
QUÍMICA



Renato Rodrigues

**F**ábio Meneguetti, presidente da Fenabrade, enxerga poucas saídas para a retomada das vendas de veículos. Para ele o governo já não tem coelhos na cartola para mostrar e assim estimular o consumo. Acredita, no entanto, que uma boa medida seria criar ferramentas que garantam segurança jurídica a fim de reduzir a seletividade do crédito: "Nos casos de inadimplência a retomada do bem pelo banco demora duzentos dias, quando encontra. É muito tempo". E avisa: "A crise não é curta. O concessionário tem de ser frio e rever sua estrutura rapidamente".

# Não está fácil para ninguém

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

**Ao mesmo tempo em que o Brasil deixou de ser país de baixo custo alcançou patamar acima dos 3,5 milhões de veículos em função da ascensão de uma nova classe média, porém de menor poder aquisitivo. São características contraditórias. Como acomodar essa situação?**

O reflexo é o que estamos vendendo hoje. O período em que crescemos a taxas quase que chinesas foi baseado em dois fatores: as famílias tinham baixo endividamento e a compra de carro era feita com financiamentos sem entrada de sessenta meses ou mais. Aquela massa de 30 milhões que estava ascendendo de classe tinha acesso ao crédito porque a prestação cabia no bolso e, portanto, havia folga para se endividar. A crédito que agora estamos voltando ao patamar de um mercado normal, porém temos inflação mais alta, juros mais altos, emprego caindo, humor internacional e nacional ruins, descrença na economia e estimativas cada vez piores do crescimento do PIB. Por tudo isso a aprovação do crédito nos bancos hoje é cada vez mais difícil. Não há falta de dinheiro: falta segurança para o banco conceder o crédito.

**O que pode ser feito para pelo menos minimizar as quedas de vendas?**

Antigamente, ao assinar contrato de financiamento, a garantia real era o veículo e o tomador de crédito seu fiel depositário. Hoje não existe mais essa figura, apenas o bem. Segundo a Febraban, somente em

30% dos casos de inadimplência os bancos não conseguem encontrar o carro. Mas quando encontram demora duzentos dias para colocar a mão nele e transformá-lo em dinheiro. O banco quer mais segurança, maior valor de entrada e mais capacidade de pagamento. Tem de haver avanço na segurança jurídica para que o banco volte a ter apetite por risco, porque faz parte do negócio dele assumir risco. É muito mais barato consertar isso do que dar estímulos. Porque se tiver crédito o efeito será maior e melhor do que mexer no IPI.

**Que tipos de instrumentos poderiam ser criados para aumentar a segurança jurídica?**

No crédito imobiliário, por exemplo, apenas a Caixa Econômica atuava no segmento há seis anos porque os bancos não conseguiam retomar o imóvel no caso da falta de pagamento. A legislação mudou e hoje a instituição consegue recuperar o imóvel em até cinquenta dias sem precisar solicitar à Justiça, ter carta precatória, pedir licença etc. Se fizer simplesmente o que foi feito na área imobiliária já será um grande avanço. Traria um efeito tão forte quanto uma medida de redução de IPI.

**Correto então pensar que aquele crescimento baseado em crédito farto e financiamento longo foi artificial e, agora, o mercado segue trajetória normal, como o senhor mencionou?**

Sem dúvida as mudanças nas condições de concessão de crédito tiraram uma massa muito grande de consumidores do mercado. E tem mais: o consumidor comprava carro usado em sessenta meses e percebia depois que saldo devedor era maior que o valor do carro, veio então o aumento da inadimplência.

**Mas a inadimplência ainda é baixa...**

Ela estava em uma trajetória de queda lenta, mas agora a curva mudou de direção. Depende também da inflação. A inflação do supermercado está acima de 30%, o que corrói o orçamento. O que angustia no curto e médio prazos é esse cenário de inflação crescente, de PIB caindo, dólar subindo, o desemprego dando sinais de aumento e a massa real de salário que crescia a 6% está crescendo a menos de 3%. Esse ano será um ano difícil e provavelmente 2015 será de ajustes. Isso tudo torna o cenário muito difícil, prejudica o humor dos investidores, do consumidor, do empresário, do brasileiro em geral. É uma preocupação grande, não se tem uma visão clara do que vai acontecer.

**E o setor automotivo vive do humor positivo, seja para caminhão seja para automóvel...**

Caminhão começou a dar sinais de recuperação. Houve no início do ano um fato pontual, da demora na oficialização do PSI do BNDES. O nó foi desatado, mas não vai dar para recuperar o ano.

### **Qual é o real tamanho do mercado?**

Fizemos alguns cálculos e a conclusão é a de que voltamos à média mensal de emplacamentos de veículos de três anos atrás. O tamanho do mercado, talvez, seja de 3,2 milhões a 3,3 milhões.

### **Não seria uma acomodação normal?**

O mercado brasileiro vinha de crescimentos de dois dígitos e no ano passado caímos quase 2%. A estimativa para 2014 é de nova queda, em torno de 8%. Inicialmente prevíamos repetir o ano passado. Nova mente é um conjunto de fatores: o carro ficou mais caro, o poder aquisitivo diminuiu, os juros subiram e o crédito está mais restrito. O que salva é a agricultura, carregando o País nas costas.

### **O mercado de veículos já chegou ao fundo do poço?**

Não sei responder a essa pergunta, mas desconfio que não.

### **As concessionárias estão perdendo escala de vendas, precisando dar mais descontos e, portanto, reduzindo margens. Como preservar a atividade das redes?**

Temos de voltar ao básico. Fomos sofisticando as operações nos últimos anos e perdemos o F&I, uma receita muito importante que tínhamos. Teremos de reduzir a operação, não há outra solução porque a crise não é curta e o crescimento do PIB é bem abaixo do estimado.

**Ao enfraquecer esse canal [o da rede de concessionários] as montadoras estão dando tiro no próprio pé.**

### **E como modelo de negócio? O que muda na atividade dos concessionários no futuro?**

Durante muitos anos o concessionário brasileiro, principalmente de automóveis, focou excessivamente em vendas. Estamos chamando a atenção para a necessidade de que ele dependa menos da venda do carro novo e que trate de melhorar sua margem nas operações de pós-vendas e em automóveis usados. Isso é mudança de cultura e demora para se criar uma carteira, digamos assim. Ajuda muito a garantia de três anos. Ela melhora a relação com o comprador e aumenta a fidelização. Hoje existe uma conscientização crescente de que é preciso criar uma operação mais enxuta.

### **E a respeito da relação das montadoras com as redes? Também muda?**

O crescimento exagerado das vendas diretas é um fenômeno que tem afetado muito a rede, pois contribui para reduzir o fluxo nas lojas. E aí acho que as montadoras estão com uma visão míope de curto prazo, porque o seu parceiro preferencial é o concessionário. A capilaridade das redes é que dá sustentação às marcas, que faz a imagem e permite à montadora ter reconhecimento em todo o País. Ao enfraquecer esse canal o tiro é no próprio pé. As montadoras estão dando uma importância secundária ao parceiro principal e se isso não for revisto as consequências em médio e longo prazos serão muito ruins para todos.

### **As associadas da Fenabrade já tiveram um papel muito mais atuante do que hoje. O que aconteceu?**

Existem associações que são mais aguerridas e outras que não formam uma parceria verdadeira, aquela do ganha-ganha. Depende de uma série de circunstâncias, da disponibilidade do dirigente para a associação, da cultura da marca, do perfil da rede e das lideranças. Hoje há pouca gente disposta a descascar o abacaxi. Mas também é uma situação curiosa: na casa que falta pão todo mundo briga e ninguém tem razão. Num momento como esse a vida não tá fácil para ninguém. As montadoras devem ter vivencia-

**Magneti Marelli**  
**Sistemas Eletrônicos:**  
tecnologia para conectar  
no futuro seu projeto.



Inovação e capacidade  
de desenvolvimento de sistemas  
e componentes eletrônicos para a indústria  
automobilística brasileira.

A Magneti Marelli Sistemas Eletrônicos produz sistemas e componentes para veículos no Brasil e em todo o mundo. Em nosso país, foram realizados grandes investimentos em inovação, o que possibilitou o domínio das mais importantes soluções tecnológicas a nível mundial. Tudo isso está a seu alcance agora, em três linhas de produtos: painéis de instrumentos e display, sistemas de infotainment e telemática e computadores de bordo. Chame a Magneti Marelli para fazer parte da sua vida. E fique conectado nas melhores soluções da Eletrônica.

Faça revisões em seu veículo regularmente.

**MAGNETI  
ARELLI**

Faz parte da sua vida.

do um encolhimento nos últimos anos porque não houve correção de preço do produto, na verdade houve mesmo deflação no preço do carro. Cada um busca as soluções para seus problemas e isso dificulta o diálogo. Há também a briga pela participação. Esse é um grande problema. É preciso lembrar aos amigos das montadoras que o mercado fecha em 100%, não em 120%, 130%, 150%.

**A rede de caminhões goza de mais fidelidade do cliente, principalmente por meio de contratos de manutenção. Por que o segmento de automóvel não cria algo parecido?**

Aqui ainda não. Não temos essa cultura. Nos Estados Unidos se coloca até 20% a mais no financiamento para compra do seguro do carro, o seguro de manutenção e a extensão de garantia. Oferecer na hora da compra do carro o pagamento das revisões é muito difícil ainda para o consumidor brasileiro.

**Os lançamentos atuais já prevêem preços fixos para as revisões...**

Desculpa, mas isso não funciona. Precisamos de soluções já. As empresas de F&I que vieram para cá vender essa cultura foram embora.

**Mas o modelo das redes terá de andar nesta direção...**

Sim, mas estamos falando do presente e isso, o foco no pós-venda, terá de ser feito ao longo do tempo. Primeiro tem de mudar a cultura do

concessionário para poder transformar o cliente. E o nosso cliente, pelo baixo poder aquisitivo e pelo custo do dinheiro daqui, ainda não aceita pagar as revisões antes da hora.

**Com o alto custo imobiliário nos grandes centros urbanos é correto pensar em um modelo que desloque os serviços para a periferia?**

É uma tendência dado o custo do aluguel e a valorização dos imóveis. É assim em vários lugares do mundo. Hoje se encontram grupos no Interior que conseguem ter um resultado melhor fora do Centro.

**E como é que fica o lado do consumidor? Ele comprou perto de casa e terá de levar o carro longe...**

Quem poderia imaginar que em ano de eleição e de Copa do Mundo o País praticamente não teria crescimento de PIB?

A concessionária tem de levar. Mas também isso é uma característica exclusiva dos grandes centros.

**E o que o senhor estima para o segundo semestre em particular?**

Com possibilidades de ser um pouco melhor do que o primeiro por causa do fim da Copa. Quando se poderia imaginar que em ano de eleição e de Copa o País praticamente não teria crescimento do PIB?

**Quando assumiu o senhor imaginaria uma crise como a atual?**

Não, nunca imaginei pegar tanto abacaxi. Nunca fui tanto a Brasília na minha vida. E fui não para fazer novas conquistas, mas para tirar pedras do caminho. O País é cada vez mais hostil ao investidor.

**O que o senhor diria para os concessionários neste momento?**

Os nossos concessionários são otimistas e facilmente estimulados, basta ter carro novo para vender. Mas hoje ele tem de ser frio. Tem de rever a sua estrutura rapidamente, cortar algumas funções criadas com o crescimento do mercado, voltar o foco no pós-venda e na venda de usados e reduzir o custo fixo. Mas isso tudo é muito fácil de falar.

**E se sua plateia fosse formada por pessoas interessadas em entrar no negócio, o que o senhor diria?**

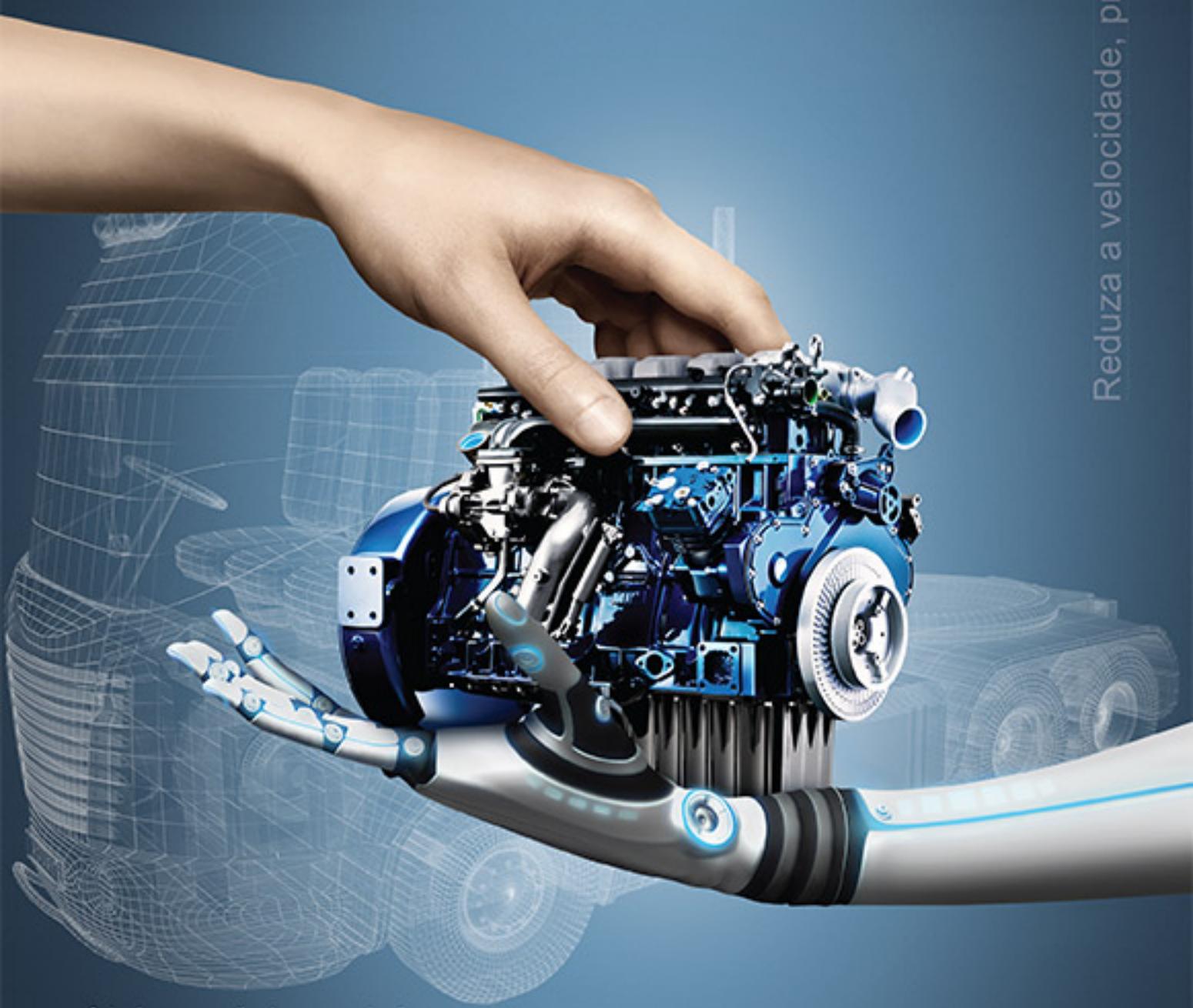
Espere três anos, agora não é hora. Mas se já estiver atuando no negócio pode ser uma boa oportunidade. **AD**

**Motores MWM.**

*Alto desempenho para o seu negócio.*

*Escolha a mais avançada tecnologia a diesel.*

Reduza a velocidade, preserve a vida.



- Soluções personalizadas para cada cliente.
- Mais de 4 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- 480 pontos de distribuição.
- Exportação para mais de 30 países.
- 3 unidades industriais

(São Paulo - SP, Canoas - RS, Jesus Maria - Argentina).

VEICULAR • INDUSTRIAL • AGRÍCOLA • GERAÇÃO DE ENERGIA • MARÍTIMO



clubedodiesel.com.br

mwm.com.br



# Atego 2430 Econfort. Economia, conforto e força real para o caminhoneiro.

O caminhão que chegou para ser coroado o novo rei dos semipesados.

- Maior cabina da categoria, com interior totalmente renovado
- Câmbio automatizado Mercedes PowerShift de 12 marchas
- Motor robusto, com maior torque da categoria
- Tecnologia BlueTec5, com até 6% de economia de combustível
- Maior plataforma de carga, mais produtividade

Visite um de nossos concessionários e conheça de perto todos esses benefícios.



[www.mercedes-benz.com.br](http://www.mercedes-benz.com.br) CRC: 0800 970 90 90

BNDES Finame PSI com taxa de 0,49% ao mês, correspondente a 6% ao ano para Pessoa Jurídica. Entrada mínima de 10%. Carência de 3 ou 6 meses e prazo total de até 60 meses. Tarifa de Cadastro (TC) de R\$ 1.700,00. Condão válida até 31/12/2014. SAC 0800 722 8499. Ouvidoria: opção 5. Atendimento exclusivo para deficientes auditivos e/ou de fala 0800 722 8490. Site: [www.bancomercedes-benz.com.br](http://www.bancomercedes-benz.com.br). Condão válida para todo o cliente Pessoa Física. O produto BNDES Finame PSI é financiado com recursos do BNDES e está de acordo com a legislação, circulares e demais normas desta instituição, conforme cláusulas contratuais. As condições estão

Banco Mercedes-Benz



FINAME

60 meses com taxa de

**0,49%**

a.m. (BNDES FINAME PSI)

+ 10% de entrada

FINAME

Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler



Na cidade somos todos pedestres.



sujeitas a alterações por parte da Autoridade Monetária, bem como pelo BACEN e BNDES de acordo com a regulamentação em vigor. As condições financeiras estão sujeitas aos critérios de aprovação de crédito do Banco Mercedes-Benz. \*Qualquer alteração da alíquota de tributos alterará a parcela calculada.



**Mercedes-Benz**

A marca que todo mundo confia.

# Corrida pelo voto

Definidos os concorrentes para o Prêmio AutoData, a eleição dos Melhores do Setor Automotivo

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

Fora dada a largada para eleição dos Melhores do Setor Automotivo 2014. Na tarde da quinta-feira, 2 de julho, o corpo de jornalistas da AutoData Editora escolheu os candidatos ao Prêmio AutoData, este ano em sua décima quinta edição. As 54 empresas em dezenas categorias, além dos concorrentes nas cinco categorias de veículos e ainda Personalidade do Ano foram laureados com certificado de reconhecimento na noite do dia 25 julho em evento realizado no Millenium Centro de Convenções, na Zona Sul da Capital Paulista, no qual estiveram presentes por volta de duzentos executivos do setor.

O evento marcou o fim da primeira fase do prêmio. Os indicados, já con-



Sírio Salomão

# Os indicados ao Prêmio AutoData: Os Melhores do Setor Automotivo 2014

<b>Montadora de Automóveis e Comerciais Leves</b>
Ford   Honda   Nissan   Renault
<b>Montadora de Veículos Comerciais</b>
Agrale   DAF   Mercedes-Benz   Volvo
<b>Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção</b>
CNH   John Deere   LS Tractor   Volvo Construction Equipment
<b>Sistema</b>
Bosch   Delphi   Mahle   Schaeffler
<b>Fornecedor de Peças, Partes e Componentes</b>
Fras-Le   Keko   Nemak   Tupy
<b>Produtor de Motores</b>
Cummins   FPT   MWM International   Toyota
<b>Fornecedor de Logística</b>
Gefco   Santos Brasil   Veloce
<b>Encarregador de Ônibus</b>
Caio   Comil   Irizar   Neobus
<b>Produtor de Implementos Rodoviários</b>
Librelato   Randon   Rodolinea   Truckvan
<b>Qualidade e Parceria</b>
Bosch   Magneti Marelli   Moura   NGK
<b>Gestão</b>
FCA Fiat Chrysler   International   Pirelli   PSA Peugeot Citroën
<b>Inovação Tecnológica</b>
Artecola   BorgWarner   Delphi   Volkswagen
<b>Empreendedorismo</b>
Foton Aumark   Jaguar Land Rover   Röchling Automotive   Sumitomo/Dunlop
<b>Exportador</b>
Mercedes-Benz   MWM International   Vipal   Volkswagen
<b>Estratégia de Marketing</b>
Aethra   Fiat   General Motors   Renault
<b>Sustentabilidade</b>
FBA   Fiat   Pirelli   Volvo
<b>Veículo Automóvel</b>
Nissan March   Renault Logan   Toyota Corolla   Volkswagen up!
<b>Veículos Comercial Leve</b>
Fiat Fiorino   Fiat Strada   Iveco Daily CityClass   Mercedes-Benz Sprinter 9+1
<b>Veículo Caminhão</b>
Ford Cargo 1119   Mercedes-Benz Atego   Volvo VM   Volkswagen Constellation
<b>Veículo Ônibus</b>
Eletra E-Bus   Mercedes-Benz articulado O 500   Volksbus 18280 OT   Volksbus 18330 OT
<b>Veículo Importado</b>
Chevrolet Tracker   Mercedes-Benz CLA   Mercedes-Benz S 500 L   Volkswagen Golf
<b>Personalidade do Ano</b>
François Dossa   Luiz Moan   Philipp Schiener   Steve St. Angelo
Nissan   Anfavea   Mercedes-Benz   Toyota

A eleição será a partir de setembro por meio do voto direto e em ambiente eletrônico

siderados vitoriosos, passarão a partir de setembro pelo julgamento dos assinantes da revista **AutoData** e da Agência AutoData de Notícias, bem como dos participantes do Congresso AutoData Perspectivas 2015, a ser realizado nos dias 14 e 15 de outubro. A eleição será por meio do voto direto, na qual se elegerá os três melhores em cada uma das categorias, incluindo a Personalidade do Ano. Dos vencedores eleitos das categorias institucionais será nomeada ainda, por conselho de notáveis, a Empresa do Ano.

Os cases concorrentes em cada uma das categorias serão apresentados na edição 301, de setembro, da Revista **AutoData** e também nos boletins diários da Agência AutoData de Notícias. Nesta ocasião, a publicação encartará as cédulas de votação. O voto, como em anos anteriores, será pela internet, em ambiente seguro e criado exclusivamente para o sufrágio do Prêmio. Os grandes vencedores, eleito Os Melhores do Setor Automotivo, serão anunciados em novembro em evento a ser realizado em São Paulo.

AD



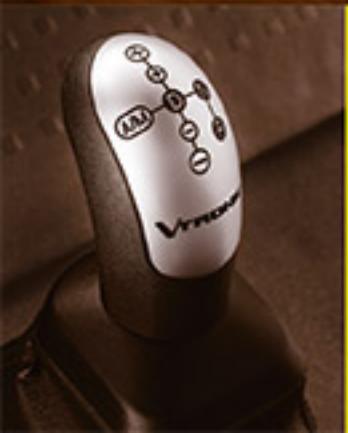
**Novo Constellation 24.280 com câmbio automatizado V-Tronic.**

**O caminhão líder de vendas ainda mais sob medida para o seu negócio  
e com o melhor serviço de pós-venda.**

- Dispensa uso do ARLA.
- Disponível nas versões 6x2 e 8x2.



Caminhões  
sob medida.



CÂMBIO AUTOMATIZADO DE SÉRIE  
**VTRONIC**

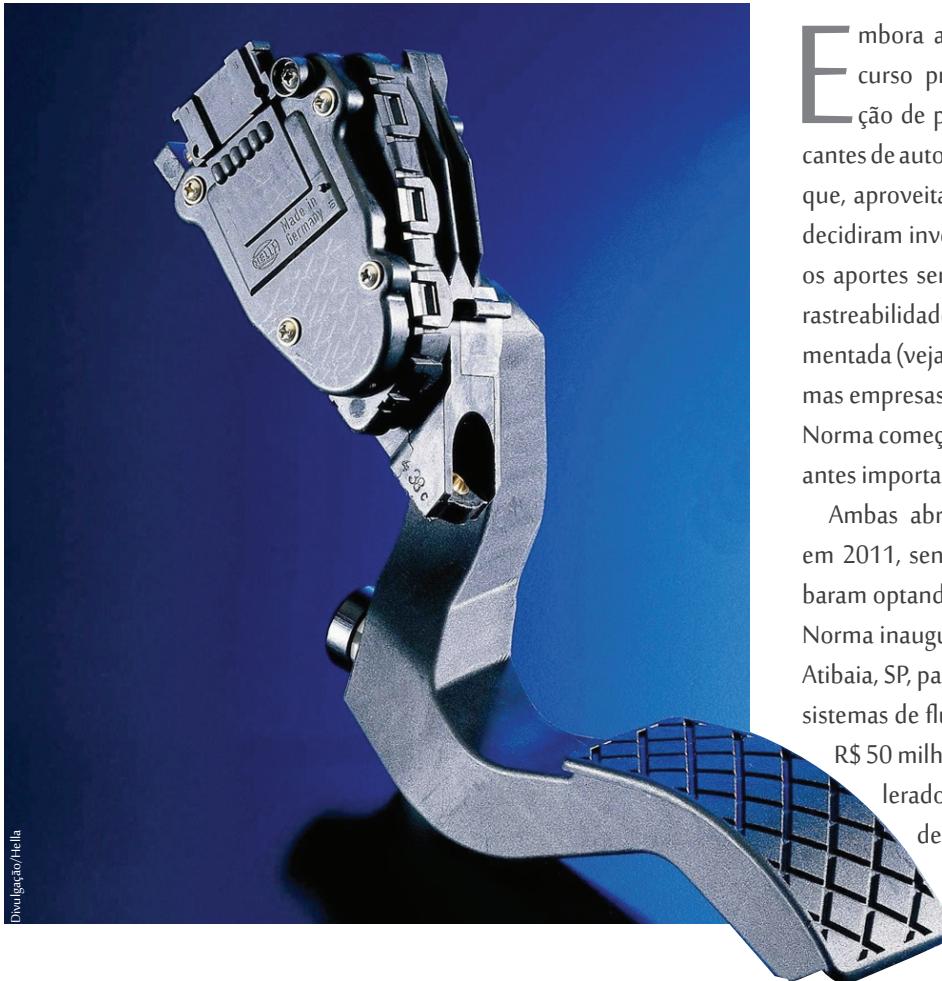
- Melhor eficiência na troca de marchas.
- Melhor custo-benefício.
- Maior conforto.

**VOLKS | Total**

CONHEÇA CONDIÇÕES ESPECIAIS



Caminhões  
sob medida.



Divulgação/Hella

# Mostrando as caras

Ambas de origem alemã, a Hella fabricará aqui acelerador eletrônico e outros itens e a Norma ampliará portfólio e capacidade da fábrica que inaugurou em abril

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

**E**mbora ainda tímido já está em curso processo de nacionalização de peças por parte de fabricantes de autopeças aqui instalados ou que, aproveitando-se do Inovar-Auto, decidiram investir no País. É certo que os aportes seriam mais elevados se a rastreabilidade já tivesse sido regulamentada (veja reportagem na pág. 60), mas empresas como as alemãs Hella e Norma começam a fabricar aqui peças antes importadas.

Ambas abriram escritório no País em 2011, sentiram o mercado e acabaram optando por produção local. A Norma inaugurou fábrica em abril em Atibaia, SP, para produzir conectores e sistemas de fluidos, e a Hella investirá

R\$ 50 milhões na produção de acelerador eletrônico e módulo de controle de bomba de combustível, dentre outros muitos itens.

As novas linhas da Hella entrarão em operação até o fim de 2015 em instalações em Itu, SP, onde a empresa já mantém parceria com a Emicol Eletro Eletrônica para montagem do chamado módulo de conforto, peça que controla o travamento das portas, vidros elétricos e afins. Tal negócio gera receita anual de R\$ 30 milhões e a empresa fatura mais R\$ 200 milhões aqui com a venda amortecedores eletrônicos e faróis importados.

De acordo com Carlos Eduardo Bertozzi, diretor-geral da Hella do Brasil, dois de três carros produzidos aqui têm acelerador eletrônico importado de outras unidades, dentre

**Nossa visão é de longo prazo, é o que vai acontecer em 2020 e não o que acontece agora**

Carlos Bertozi, da Hella



as quais no México, China e Alemanha:

“É uma participação muito relevante para não termos produção local. Vamos fazer aqui o nosso acelerador eletrônico de última geração”.

**DESAFIOS** – Bertozi reconhece que há excesso de produção no mundo e, por isso, a decisão de produzir no Brasil não foi fácil: “A primeira pergunta que surge é o que fazer com a produção lá fora. Um fato que contribuiu positivamente foi o fato de a China estar crescendo”.

No caso do módulo de combustível o investimento em produção local está diretamente ligado ao Inovar-Auto: “Ao regular a potência da bomba de combustível esse item, sozinho, propicia 1,5% de redução no consumo de combustível. É o que mais traz economia proporcionalmente ao investimento. É uma peça que custa R\$ 40”.

A atual parceria da Hella com a Emicoll será intensificada a partir de agora: “No caso do módulo de conforto a tecnologia, logística e qualidade são nossas e eles entram com o espaço físico e a mão de obra. Nas novas linhas as instalações continuarão sendo deles, mas a mão de obra será nossa”.

Segundo Bertozi o atual índice de nacionalização do módulo de conforto é baixíssimo: “Praticamente fazemos a montagem aqui. O desafio é nacionalizar com preço competitivo com o que vem da China. A vantagem de trazer a produção para o Brasil é que a empresa ganha flexibilidade para mudanças de mix e volume”.

Para aumentar o conteúdo local a Hella trará uma máquina da China que monta os 150 itens existentes dentro do módulo de conforto.

Bertozi diz que o investimento de R\$ 50 milhões tem a ver com Inovar-Auto: “Nossa visão é de longo prazo, é o que vai acontecer em 2020 e não o que acontece agora”.

Neste contexto um outro item com potencial de produção local é o sensor da direção elétrica, “um componente importante para a eficiência energética. Hoje tudo é importado, mas daqui a dez anos a tendência é de todos os carros terem direção elétrica”.

Dentro de sua nova fase no Brasil a Hella também pretende investir mais no aftermarket com ofertas de itens como faróis, lanternas, limpador de para-brisa etc. Ainda este ano a empresa terá centro de distribuição em Cajamar, SP, com 30 mil itens para o mercado de reposição.

**EM ATIBAIA** – Também a Norma tem planos de aumentar sua produção local, além de ampliar portfólio e índice de nacionalização. Segundo Luiz Machado, gerente geral da Norma do Brasil Sistemas de Conexão, o País é um mercado-chave para o projeto de crescimento do grupo na América do Sul: “Nossa estratégia é chegar mais perto de nossos clientes e mercados”.

Atualmente a empresa produz conectores e sistemas de fluidos, com volume anual de 10 milhões de peças. Mas Machado revela que, diante da demanda crescente, a produção deverá ser ampliada significativamente nos

próximos meses: "No decorrer deste ano lançaremos novos produtos da nossa gama de componentes de metal para atender negociações em curso com uma montadora e um fornecedor tier 1. Dentre os novos itens produziremos a malha do sistema de escape e braçadeiras com perfil V-band".

A Norma não revela valores exatos de investimento, mas garante que é da ordem de dois dígitos de milhões de reais. Parte dos aportes envolve aumento do índice de nacionalização. Segundo Machado, hoje o conteúdo local está na faixa de 40% e a meta é atingir pelo menos 65% no futuro.

A fábrica brasileira, de acordo com o executivo, cobriu um dos últimos pontos brancos do mapa produtivo da empresa: "Esse foi o principal fator que nos trouxe para o Brasil, mas as exigências atuais quanto ao aumento do conteúdo local podem sem dúvida ter efeitos positivos sobre o nosso futuro".

**EM EXPANSÃO** – Há mais tempo no Brasil a A. Raymond é outro exemplo de empresa que decidiu investir em nacionalização de seus produtos. Com fábrica própria em Vinhedo, SP, desde 2005, produz peças de fixação plásticas e metálicas e conectores de combustível. O portfólio será ampliado em breve com a fabricação de conectores de água para arrefecimento, peças metálicas mais complexas e peças plásticas bi-injetadas.

Seu faturamento cresce ano a ano no País e deverá atingir R\$ 100 milhões em 2014, mais do que o dobro dos R\$ 38 milhões obtidos em 2006,



Hoje temos índice de nacionalização de 70% e a meta é chegar a 85% até o fim do ano

que vem  
Carlos Pereira, da A. Raymond

quando a fábrica do Interior paulista completou seu primeiro ano cheio de operação.

A A. Raymond tem duzentos funcionários no Brasil e mantém investimentos locais independentemente da crise de mercado vivida este ano.

De acordo com o gerente de vendas da empresa, Carlos Pereira, a previsão é de crescimento de 1% a 3% este ano no mercado brasileiro, fruto principalmente de novos negócios fechados recentemente pela companhia:

"Desde que chegamos aqui sempre priorizamos a nacionalização das nossas peças. Hoje temos índice de nacionalização de 70% e a meta é chegar a 85% até o fim de 2015".

Segundo Pereira há peças que a empresa é obrigada a importar por falta de tecnologia local e outras que o volume ainda não justifica produção aqui: "Mas investimos constantemente em automação de nossas linhas e produtos mais sofisticados".

O gerente da A. Raymond diz que os novos fabricantes que chegaram ao País nesta década, como Hyundai e mais recentemente a Chery, não têm propiciado novos negócios para quem está aqui: "Eles ainda importam muita coisa. Talvez para o futuro gerem oportunidades locais".

A A. Raymond chegou ao Brasil em 1996 apenas com representação comercial e em 2001 passou a atuar em parceria com o Grupo Bollhoff, produzindo componentes em dependências alugadas. Quatro anos depois inaugurava a fábrica de Vinhedo, agora em expansão.

AD

**HONDA**

The Power of Dreams



**ECON SYSTEM:**  
Melhor economia  
e conforto  
com praticidade.



**MÁXIMO CONFORTO:**  
Amplo espaço interno  
e bancos traseiros  
modulados rebatíveis.



**DESIGN INSPIRADOR:**  
Novas rodas  
em alumínio 17"  
e grade frontal.



**MOTOR 2.0**  
i-VTEC FlexOne:  
Melhor performance  
com dirigibilidade  
e controle sem igual.



**ESPORTIVIDADE:**  
O painel multiplex  
complementa a sensação  
esportiva do dirigir  
o Novo Honda Civic.



Um carro com espírito jovem, mas com muita experiência de vida.  
Um carro esportivo, mas que não abre mão do conforto.  
Um carro com design novo, feito com a sofisticação de sempre.  
Novo Honda Civic. Você consegue se ver em algum outro carro?

Acesse: [www.honda.com.br/hondacivic](http://www.honda.com.br/hondacivic), encontre a concessionária  
Honda mais próxima e faça já um test-drive.

Novo Honda Civic 2015

O CARRO  
ONDE VOCÊ QUER  
SE VER.

BOTÃO  
ECON



DIREÇÃO ELÉTRICA EPS  
BLUETOOTH  
DISPLAY MULTIFUNÇÕES i-MID  
CÂMERA DE RÉ



MOTOR

2.0

i-VTEC FlexOne



PAINEL  
+ ESPORTIVO



NOVA GRADE  
FRONTAL



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Consumo de combustível (km/100km): Honda Civic 1.8 AT: 16,5 km/100km e 16,2 km/100km (ciclo urbano e extra-urbano) e 11,4 km/100km e 11,2 km/100km (ciclo urbano e extra-urbano) com ar condicionado. Ciclo de condução: no trânsito e com 20% de ligação ao solo. O consumo é dependente das condições de trânsito, com ar ou ar condicionado.

**HONDA**

# Cadê a rastreabilidade?

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

**E**m meio aos debates sobre o desempenho do mercado neste segundo semestre a questão da rastreabilidade dos conteúdos dos componentes automotivos ganhou espaço nobre em alguns dos painéis do Seminário AutoData Revisão das Perspectivas 2014, realizado na segunda-feira, 21 de julho, no Parque Tecnológico de Sorocaba, SP.

Já na abertura do evento o presidente da Anfavea, Luiz Moan, trouxe o assunto à tona, informando que a regulamentação da rastreabilidade deverá ser publicada até setembro: "A sociedade brasileira precisa saber quais são os itens importados e a quantidade trazida. Com a rastreabilidade o governo terá o diagnóstico exato e poderá conceder incentivos para a nacionalização dos componentes".

O problema, no entanto, é que tanto no painel dos Sistemistas como no de Automóveis ficou claro que ainda há grande polêmica em relação ao tema. Enquanto os fabricantes de autopeças acham que a rastreabilidade já está pra lá de atrasada, as montadoras não têm pressa de vê-la adotada por receio de que um maior índice de nacionali-

**Além de revisar as perspectivas para este ano o evento de AutoData em Sorocaba trouxe à tona a polêmica da nacionalização das peças**

zação prejudique a competitividade. Marcos Munhoz, vice-presidente da General Motors, foi crítico com relação à rastreabilidade, alegando que ela não poderá ser usada para forçar a nacionalização:

"Faremos a integração produtiva se for um bom negócio. A GM tem alto índice de nacionalização e sempre busca produzir localmente, porém, existe um problema estrutural na cadeia de autopeças. Precisamos ser mais competitivos, pois a tendência é de queda no preço dos carros com aumento de tecnologia".

Em sentido contrário o presidente da Bosch, Besaliel Botelho, mostrou o estrago que a demora na regulamentação da rastreabilidade está causando na base da cadeia produtiva: "Por enquanto o tema eficiência energética é só um custo para nós, não tivemos retorno nem começamos a colher frutos. É, sim, um golaço do Inovar-Auto, mas e a nacionalização?". Botelho lembrou que a discussão do tema vem de três anos, o que gera preocupação quanto à sua credibilidade: "Enquanto isso os tiers 2 e 3 estão em fase terminal. A cadeia vive um momento crítico".

Manoel Henrique Mota, diretor de vendas da Continental, também não se mostra otimista: "Abaixo do tier 1 o estado é crítico. Não conseguimos as respostas esperadas do Inovar-Auto e a cadeia não consegue atender às novas necessidades. É preciso trabalhar com os fornecedores, com conteúdo local alinhado. Não é motivo de pânico, mas de preocupação".

Sem entrar no mérito de até agora a rastreabilidade não ter saído do papel, o presidente da Anfavea admitiu que sua regulamentação trará segurança jurídica ao Inovar-Auto. Afinal, o regime automotivo prevê índice de conteúdo local como base para concessão de redução do IPI e a rastreabilidade

seria prova incontestável de que a porcentagem mínima é cumprida, evitando possíveis sanções da Receita Federal às montadoras.

**PERSPECTIVAS** – Com relação ao comportamento do mercado este ano houve consenso em todos os segmentos de que mesmo com a potencial melhora nas vendas neste segundo semestre não há como compensar as perdas do início do ano.

Moan, por exemplo, garantiu que a tendência é de retomada do crescimento, com alta neste segundo semestre diante do primeiro de 13,2% na produção, 14,3% nas vendas e de 36,9% nas exportações. Mas para o

ano projeta redução de, respectivamente, 10%, 5,4% e 29%.

Representantes de montadoras que formaram o painel Automóveis concordaram que este período pós-Copa tende a ser melhor: "Não há motivos para pensar em queda", afirmou Olivier Murguet, presidente da Renault. Munhoz, da GM, acredita em alta de 1% a 2% neste semestre com relação ao mesmo período de 2013. Para Antônio Megale, diretor de assuntos governamentais da Volkswagen, as vendas neste semestre serão 13% a 14% superiores às do primeiro semestre.

Já o diretor de marketing e produtos da PSA Peugeot Citroën, Fabrício Biondo, citou queda de 5% nas vendas

## *Paz, e mais inovação, na Estrada.*

Inovar e lançar novas soluções para o segmento do transporte rodoviário de cargas é uma das nossas principais características. Conheça nossa Linha de Produtos Garra, e descubra como a inovação pode garantir mais desempenho, segurança e *Paz Na Estrada*.

COMPROMISSO COM A SEGURANÇA.

Respeite os limites de velocidade.

**LINHA  
GARRA**  
[www.guerra.com.br](http://www.guerra.com.br)

**GUERRA**  
É PAZ NA ESTRADA



Seminário AutoData

Participação  
de sistemistas e  
produtores de  
motores

de todo o ano, comparado com 2013. Mas minimizou a retração: "É um período de ajustes".

Munhoz, da GM, foi mais enfático: "Tenho forte convicção, e chego a ela após analisar dados de emprego, produção interna e outros, de que não faltam clientes. Há uma conjugação de fatos que impedem estes clientes de fechar negócio agora, como o aumento das taxas de juros e os bancos mais restritivos, em um mercado altamente dependente de crédito".

**SISTEMISTAS** – A produção de sistemistas e fabricantes de motores deve fechar o ano em baixa de 10% a 15% na análise dos representantes de empresas dos dois segmentos reunidos em um único painel no Seminário AutoData. Botelho, da Bosch, disse que a empresa avalia este segundo semestre com cautela: "O momento não é fácil para o setor de autopeças. Na nossa visão a produção cairá 10%".

Manoel Mota, da Continental, estima baixa de 12% a 14% na produção, enquanto José Eduardo Luzzi,

presidente da MWM International, falou em 13% de queda: "Acredito em pequena melhora neste semestre, porque historicamente é um período melhor. Mas além de escala há problema na qualidade das vendas, pois não repassamos a escalada de custos aos preços". José Luís Gonçalves, presidente da FPT, acredita que a temperatura de melhora de mercado ainda é morna: "Está mais para estabilidade do que para recuperação. É o pós-vendas quem paga a nossa conta".

Na Pirelli o mercado de reposição foi também uma válvula de escape no primeiro semestre, revelou Roberto Falkenstein, diretor de P&D da Pirelli. No entanto, já dá sinais de exaustão: "Trata-se de um ano difícil e imprevisível, com crescimento pequeno no primeiro semestre, mas artificial, pois as lojas compraram pneus para aproveitar promoções".

Luís Pasquotto, presidente da Cummins, calculou queda de 15% na indústria no primeiro semestre e previu estabilidade para os últimos seis meses do ano: "Há oportunidades, como no setor de geração de energia, durante esse período de baixa na cadeia automotiva. Sem pânico, mas com prudência, pois a história mostra que o crescimento volta. Estamos na entressafra e acredito que na nova alta teremos a indústria melhor preparada".

**PESADOS** – O mercado de caminhões apresentou sinais consistentes de retomada a partir do fim da Copa do Mundo, mas no ano o segmento deverá registrar queda próxima a 15%.

A indústria de  
autopeças e  
os fabricantes  
de caminhões  
prevêem queda  
na faixa de 10% a  
15% na produção  
deste ano

NOVO PALIO FIRE WAY 2015.

# TOPA TUDO

O CARRO MAIS BARATO PRODUZIDO NO BRASIL, AGORA NA VERSÃO WAY.

Léo Burnett São Paulo



Revestimento exclusivo  
Way nos bancos



Quadro de instrumentos  
com conta-giros



Pedestre, use sua faixa.

[www.fiat.com.br/palioway](http://www.fiat.com.br/palioway) SAC 0800 707 1000

Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais.

MOVIDOS PELA PAIXÃO.



Tal análise foi consensual no painel Caminhões que reuniu executivos de Mercedes-Benz, MAN, Ford e Iveco.

Segundo o vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da MAN, Ricardo Alouche, não há dificuldades estruturais no segmento: "Houve problema com liberação de financiamentos no primeiro trimestre, solucionado com a volta do PSI simplificado em abril, e a retração no período da Copa. Brincamos que o ano começou dia 14 de julho, passado o Mundial".

Para Marco Borba, vice-presidente da Iveco América Latina, o efeito Copa acabou sendo mais pesado do que o previsto: "Mas o ambiente de negócios já melhorou e sinaliza retomada". Gilson Mansur, diretor de marketing e vendas da Mercedes-Benz, prevê que o mercado feche na faixa de 133 mil a 135 mil unidades vendidas, 15% a menos do que o inicialmente previsto.

Também o diretor de operações de caminhões da Ford, Guy Rodriguez, admite que a queda este ano será inevitável, mas destaca que mesmo assim o volume de vendas de caminhões no mercado brasileiro continua em patamar elevado, bastante significativo: "Dobramos nosso volume do fim dos anos 90 para cá e o mercado continua apresentando grande potencial".

No segmento de ônibus representantes da MAN, Mercedes-Benz, Scania, Marcopolo e Caio estimaram um mercado total de 26,5 mil ônibus, uma queda de 19,4% com relação ao volume emplacado em 2013. Como a indústria de caminhões e ônibus, também a de máquinas agrícolas projeta



Representantes das montadoras acreditam em um segundo semestre melhor

retomada dos negócios neste segundo semestre, mas não em índice que compense a queda dos primeiros seis meses. Segundo executivos da AGCO, John Deere e CNH Industrial, as vendas devem atingir 73 mil unidades este ano, nível próximo ao de 2012.

O Seminário AutoData Revisão das Perspectivas 2014 contemplou ainda um painel específico a respeito dos negócios na região de Sorocaba, sede do evento. Estiveram presentes Vilmar Fistarol, presidente da CNH Industrial, Ricardo Reimer, presidente da Schaeffler para a América do Sul, Koji Okawa, vice-presidente de engenharia da Toyota, e Wilson Sapatel, diretor de componentes de chassis e suspensão da ZF para a América do Sul.

Todos eles enfatizaram o potencial do Brasil no segmento de máquinas agrícolas, máquinas de construção e veículos pesados. No segmento de automóveis Koji Okawa, da Toyota, destacou a importância do Inovar-Auto para o País, pois "dá o impulso para investir no desenvolvimento de veículos melhores e mais eficientes".

AD

Seminário  
AutoData  
teve painel  
específico com  
representantes  
de indústrias  
instaladas  
na região de  
Sorocaba, sede  
do evento

Respeite os limites de velocidade.



- DIREÇÃO ELÉTRICA
- AR-CONDICIONADO
- AIR BAG DUPLO
- FREIOS ABS COM EBD
- VIDROS, TRAVAS E ESPELHOS ELÉTRICOS
- SYNC® COM COMANDO DE VOZ E BLUETOOTH
- RODAS DE LIGA LEVE 15"

## Expedição



**TECNOLOGIA BÉLICA**  
Em Sete Lagoas (MG),  
a Iveco construiu  
uma fábrica de veículos  
pesados — entre eles,  
blindados para  
uso militar

88 | 16 DE JULHO, 2014 | VEJA

\* Materia veiculada na Veja no mês de julho de 2014.

**NOS  
VITÓRIAS  
INTERNACIONAIS**



CENTRO DE ATENÇÃO AO CLIENTE 0800 702 3443

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

# MISSAS DRIAS ONAIAS

A Expedição VEJA visitou um Brasil que compete ombro a ombro com as nações mais fortes do mundo — em um jogo bem mais importante que o futebol

GABRIEL CASTRO

**EXPEDIÇÃO** **veja**

Há pouco mais de um mês, a escola de negócios suíça IMD publicou seu ranking anual de competitividade, a principal referência no mundo sobre esse assunto. As notícias foram ruins para o Brasil. Pela quarta vez seguida o país perdeu posições, e passou a ocupar o 54º posto entre as sessenta nações pesquisadas. Embora o estudo leve em conta mais de 300 variáveis, algumas mazelas bem conhecidas explicam o resultado: burocracia, corrupção, insegurança jurídica, incômodo do Estado, carências de infraestrutura, tecnologia e mão de obra. Mas, se esse é o quadro geral, há muitas ilhas de exceção. No momento mesmo em que o instituto suíço divulgava seu ranking, uma equipe de jornalistas de VEJA atravessava o Brasil para estudá-las. O ônibus da Expedição VEJA partiu de São Paulo em 6 de maio para cumprir um roteiro de quase 12 000 quilômetros pontuado por onze cidades (veja o quadro na pág. 90) que descobriram como abastecer com seus produtos — sejam elas frutas ou blindados para uso militar — os mercados mais maduros e exigentes. A premissa era que, nesses bolidões onde o “espírito animal” dos empreendedores conseguia vencer os obstáculos estruturais brasileiros, o progresso não só material mas também social e cultural deveria ser palpável. A tarefa era testar essa premissa e, nos casos de resposta positiva, registrar nossos avanços de civilização.

veja | 24 DE JULHO, 2014 | 89



**O que um caminhão  
Iveco e um veículo  
blindado das forças  
armadas têm em comum?  
A fábrica.**

A Iveco foi destaque em edição da revista Veja\* do último mês com sua fábrica de Sete Lagoas, Minas Gerais. Além de produzir caminhões leves, semipesados, pesados, micro-ônibus e veículos blindados para as forças armadas, a fábrica está levando empregos e riquezas à região. Uma vitória de padrão internacional que é para todos os brasileiros.

**IVECO**

WWW.IVECO.COM.BR



Divulgação/Presidência da República da Argentina

# Ruim com eles, pior sem eles

Situação na Argentina se deteriora, mas investimentos do setor automotivo no país vizinho continuam. E plano de longo prazo para o Mercosul segue em estudo.

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br

**A** tensa situação econômica na Argentina, agravada no fim de julho pelo imbróglio de novo calote dada determinação judicial do governo estadunidense para pagamento bilionário a fundos de investimento que cobram dívidas da moratória de 2001, ao menos a princípio não afastou investimentos do setor automotivo no maior parceiro comercial do Brasil no Mercosul.

Entretanto, é inegável que antes mesmo da ameaça dos chamados fundos abutres pairar sobre a cabeça dos vice-campeões mundiais de futebol a deterioração da economia local afetou fortemente a indústria automotiva brasileira, que, a despeito deste cenário, aposta em novo acordo de longo prazo com os argentinos como forma de fortalecer o Mercosul automotivo. É uma situação na qual, aparentemente, vale um conhecido ditado: ruim com eles, mas muito pior sem eles.

No início de julho o presidente mundial da General Motors, Dan Ammann, foi à Argentina para anunciar US\$ 270 milhões em construção de nova fábrica de motores no complexo de Alvear, Santa Fé. O montante soma-se ao aporte de US\$ 450 milhões anteriormente divulgado para a produção do Projeto Fênix – que dará origem ao substituto do Cruze. O aporte contempla produção de um motor de alumínio de última geração, adicionando de turbo e injeção direta, que além de equipar o novo veículo deverá ser exportado para a Europa.

Quinze dias depois a Yamaha inaugurou sua segunda fábrica de moto-

cicletas no país, instalada em General Rodriguez, na província de Buenos Aires. A cerimônia contou com a presença da presidente Cristina Kirchner, que fez questão de tirar fotos empunhando uma motocicleta pintada com as cores da bandeira local.

E, concomitantemente, fornecedores da Toyota anunciaram investimentos para acompanhar o salto de produção dos utilitários Hilux e SW4 em Zárate, de 92 mil para 140 mil unidades/ano a partir de 2015: US\$ 34 milhões da Master Trim para produção de assentos, US\$ 30 milhões da Metalsa para chassis, US\$ 12 milhões da Albano Cozzuol para peças plásticas e US\$ 7,5 milhões da Denso para sistemas de climatização são alguns exemplos. A montadora aplica pesados US\$ 800 milhões, em plano revelado em setembro do ano passado.

E do lado de cá a VW iniciou exportações do up! para o vizinho: o primeiro lote com 2 mil unidades já chegou.

Todas as iniciativas guardam em comum expectativa de longo prazo, como é da natureza do setor automotivo. Da mesma forma também Anfavea e Sindipeças vislumbram este horizonte. Tanto assim que logo após a assinatura da extensão do acordo automotivo bilateral por um ano, em meados de junho, foram iniciados trabalhos para que da próxima vez o documento contemple não só os doze meses seguintes, mas sim período de pelo menos cinco anos – quem sabe, dez.

Para o titular do MDIC, Mauro Borges, deseja-se “a construção de uma política industrial comum para o setor

Objetivo de Anfavea e Sindipeças é criar regime automotivo bilateral com duração de pelo menos cinco anos.

Ou dez, quem sabe.



de autopeças, que debaterá o desenvolvimento competitivo do setor, a aplicação de normas técnicas comuns e a elevação dos níveis de segurança dos veículos produzidos nos dois países". Traduzindo: Brasil e Argentina não querem mais comprar autopeças de fora do bloco.

A intenção é ao mesmo tempo centralizar no Mercosul tudo que as montadoras necessitarem, nos dois países, provendo inclusive, via governos, condições mais vantajosas para instalação de fornecedores de componentes ainda não produzidos localmente, e mostrar unidade nas negociações de acordos automotivos com outras regiões, como a União Europeia.

A primeira iniciativa de ordem prática neste sentido veio na própria renovação do acordo, válido até junho de 2015: de forma inédita foram estabelecidos níveis mínimos de participação de mercado – pelo menos 11% para os argentinos aqui e 44,3% para os brasileiros lá. Segundo Luiz Moan, presidente da Anfavea, o objetivo é "não

só alcançar esse índices mínimos, mas superá-los".

A associação, bem como sua correlata Adefa, entende que a medida é bem-vinda como forma de elevar a integração no Mercosul. O ministério argentino da Indústria comemorou: pelos cálculos da ministra Débora Giorgi, o acordo permitirá à Argentina enviar cerca de 130 mil unidades ao Brasil nos próximos doze meses.

Moan, entretanto, esclarece que não foi definida punição caso os índices não seja alcançados. "É um compromisso que foi assumido pela indústria automotiva e trabalharemos para alcançá-lo, mas não necessariamente uma pena será decretada caso não aconteça". A princípio a análise será trimestral, e Moan acredita que os índices correspondentes não serão atingidos logo de cara: "Precisaremos de alguns meses para equilibrar as ações".

Outra novidade no acordo bilateral foi o retorno do sistema flex, agora estabelecido em 1,50 – ou seja: para cada US\$ 1 importado da Argentina o Brasil pode exportar US\$ 1,5.

Na temporada 2013/2014 não havia esta restrição, e sua volta, um pedido argentino, poderia desagrurar à indústria aqui. A reação, entretanto, foi oposta.

Explica-se: levantamento exclusivo produzido pela Agência AutoData com base nos números da Secex revela que o comércio bilateral automotivo Brasil-Argentina nos últimos cinco anos nunca ultrapassou, na prática, barreira invisível de flex em 1,40. Os dados contemplam inclusive o período 2012/2013, quando o índice, oficialmente, era 1,95.

A Volkswagen iniciou embarques do up! para a Argentina: primeiro lote de 2 mil unidades, das versões 2 e 4 portas.



Divulgação/VW

# SOROCABA ACELERA

## O CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.

TAUAG

A Região Metropolitana de Sorocaba sedia um dos maiores polos automotivos do Brasil.

Com o **PARQUE TECNOLÓGICO DE SOROCABA**, o Arranjo Produtivo Local (APL) será cada vez mais integrado e competitivo.

Hoje, o Parque abriga 7 universidades, 14 empresas e 3 laboratórios privados capazes de gerar inovações que a sua empresa precisa para estar à frente de um mercado em constante evolução.



Parque Tecnológico de Sorocaba





Divulgação/Toyota

A Toyota investe  
nada menos de  
US\$ 800 milhões  
para elevar a  
produção de Hilux  
e SW4 em Zárate  
de 92 mil para  
140 mil/ano

O fato se deve às restrições praticadas pelo parceiro de Mercosul, como exigência de declarações de importação. Mas a indústria brasileira acredita que agora o flex será aplicado para valer, o que significa que enviaremos veículos ao vizinho como nunca antes, ao menos em tese.

**AMARGURAS** – O primeiro semestre, de qualquer forma, ficou longe de refletir um aprofundamento do Mercosul automotivo. A relação comercial com a Argentina claramente perdeu força no período. As exportações totais brasileiras caíram 35,4% em volume, para 169,5 mil unidades, e 23% em valores, para US\$ 6 bilhões, na comparação com a primeira metade de 2013.

Esses números se refletiram na produção nacional no período, reduzida em quase 17%, para 1,5 milhão de unidades. Pelos cálculos de Moan, cerca de um terço desta baixa está ligado diretamente à queda nos embarques para a Argentina. Isso porque não só o vizinho restringiu fortemente as im-

portações no primeiro trimestre para equilibrar sua balança comercial, como teve que lidar com suas próprias encrucas, a exemplo de nova tarifa incidente sobre veículos premium, chamada lá de 'impuestazo', que até dobrou o valor cobrado por alguns modelos.

No geral as vendas ao varejo na Argentina no primeiro semestre caíram 24%, para 381 mil unidades.

Para tentar dar números mais animadores a 2014 o governo local anunciou no fim de junho – cerca de quinze dias após a assinatura do novo acordo automotivo – o programa Pro.Cre. Auto, que oferece até setembro descontos de 3% a 13% no valor de tabela associado a plano de financiamento especial, de até 90% do valor do veículo e pagamento em 60 meses, condição inédita naquele mercado.

Mas o programa representou uma espécie de rasteira no parceiro do Mercosul, vez que é restrito aos modelos fabricados na Argentina: são 27, de oito montadoras. Comparando, é como se aqui a baixa do IPI valesse apenas para os veículos produzidos no Brasil.

Moan evitou criticar o programa argentino, argumentando que o BNDES Finame também exclui veículos importados, ainda que apenas para caminhões e ônibus. Mas revelou que a Anfavea pediu ao governo brasileiro que dialogasse com os pares do vizinho para incluir modelos Made in Brazil no programa, algo que não ocorreu até o fim de julho.

O que, para quem busca um forte aumento de integração, não foi exatamente um bom começo. **AD**

**Chegou a maior  
e mais completa**  
geladeira para caminhão  
do mercado.

**Função Turbo**  
**+ Capacidade**  
**+ Resistente**



*Capacidade no congelador  
para 2 garrafas de 3 litros.*



*Dobradiça ultraresistente  
com sistema interirô.*



> *Conheça* outros produtos da ResfriAr:

Climatizador Série 6



*Rodar*



[www.resfriar.com.br](http://www.resfriar.com.br)  
ISO 9001 / ISO TS 16949 / ISO 14001

 **resfriar**  
conforto • segurança • praticidade

Respeite a sinalização de trânsito.



#### IVECO HI-WAY POWERED BY FPT INDUSTRIAL.

O IVECO Hi-Way possui o motor FPT Cursor 13 com 560cv. O mais potente da gama de motores da FPT no Brasil. Mais potência e mais economia para o seu IVECO. É a tecnologia FPT Industrial trabalhando a seu favor.

FPT INDUSTRIAL. A GENTE FAZ HOJE PENSANDO NO FUTURO.



MARINE

ON-ROAD

OFF-ROAD

POWER GENERATION

# FPT INDUSTRIAL. A PROPULSÃO DA INVASÃO LARANJA.



# Tudo novo em Horizonte

Nas mãos da Ford a Troller ganha pela primeira vez um sopro de renovação total com a segunda geração do utilitário T4 e fábrica modernizada

Décio Costa, de Cumbuco e Horizonte, CE  
decio@autodata.com.br



**L**á se foram pouco mais de sete anos desde que a Ford comprou a Troller. Desde então pouco foi feito pela empresa, salvo uma ou outra atualização no T4, seu único produto. A bem da verdade a transação, concluída em janeiro de 2007, serviu como instrumento jurídico para a Ford se beneficiar de incentivos fiscais determinados pelo antigo Regime Auto-

motivo do Nordeste, do qual a Troller fazia parte, para assim ampliar a produção de Camaçari, BA, na ocasião no limite de sua capacidade.

Afinal, que interesse poderia ter uma gigante do setor automotivo com vendas anuais acima de 300 mil unidades em uma pequena fábrica quase artesanal de veículos fora de estrada com produção que não ultrapassava 1



mil unidades/ano? Uma nova realidade para a Troller, no entanto, foi oficializada em meados de julho.

Além de produto inteiramente atualizado, considerado a segunda geração do T4, também a fábrica de Horizonte não é mais a mesma, deixando sua condição artesanal para ganhar ares de montadora de veículos.

“Trata-se de um ressurgimento da marca”, destaca Wílson Vasconcellos Filho, gerente geral de marketing e vendas da Troller. “É um pacote de ações para dar suporte ao novo momento da empresa, com produto, ampliação e modernização da fábrica, inéditos processos de produção e intervenções na rede.”

Certamente a Ford agora pretende ter algo a mais da Troller do que a mera manobra jurídica efetuada na época de sua aquisição. O investimento com todas as cifras é um valor que a Ford prefere esconder. Mas durante cerimônia oficial de reinauguração da fábrica de Horizonte, em 17 de maio, o próprio

governador do Estado fez questão de ressaltar os “R\$ 215 milhões aplicados em treinamento de pessoal, obras e instalação de novos equipamentos”.

Em termos práticos a fábrica da Troller ganhou mais área construída, de 16 mil m<sup>2</sup> passou para 21 mil m<sup>2</sup>, robôs para soldagens, novo processo de moldagem das peças de fibra de vidro por compressão a quente, pista de teste interna e reforço na infraestrutura: de novos armazéns de peças a sistemas de iluminação, passando por reformas no restaurante, vestiário, portaria e estacionamento.

“No ano passado aceleramos a produção para garantir estoque na rede”, conta Vasconcellos Filho. “A fábrica então ficou fechada por seis meses para concluir o que foi planejado.”

Com as alterações introduzidas na unidade também sua capacidade produtiva cresceu. Por enquanto saem de lá de três a quatro veículos por dia, mas o plano é fazer de dez a doze em um turno de trabalho, diz o gerente



Divulgação/Troller

O novo T4 tem ar-condicionado digital dual zone, sistema de som com entrada USB e conexão Bluetooth



Por enquanto a produção diária está na faixa de três a quatro unidades, mas o plano é fazer de dez a doze em um turno de trabalho

Vasconcellos: "Se necessário podemos trabalhar em regime de três turnos e alcançar até seis vezes o que é produzido hoje".

**SEGUNDA GERAÇÃO** – Demanda para três turnos talvez ainda seja um entusiasmo exagerado pois, afinal, o T4 é um veículo destinado a público específico, em nicho cujas vendas anuais alcançam, em média, 1,5 mil unidades. A Ford, no entanto, interveio profundamente no projeto a fim de an-

gariar mais consumidores. O modelo produzido a partir de um chassi retangular fechado sobre o qual aplica-se estrutura tubular ficou maior em todos os sentidos: soma largura de 1 m 97, altura de 1 m 96 m, comprimento de 4 m e entre-eixos de 2 m 58. De acordo com João Marcos Ramos, responsável pelo design da Troller, não cabia apenas atualizar o visual mas também oferecer funcionalidade: "Com as novas medidas pudemos trabalhar melhor os ângulos de entrada e saída, melhorar o conforto interno e proporcionar mais robustez e capacidade".

As alterações visuais, como a nova grade dianteira e as caixas de rodas pronunciadas, não são somente recursos estéticos mas também colaboram com a vocação do T4. Os para-choques, por exemplo, podem ser removidos antes de enfrentar terrenos acidentados e, assim, evitar avarias.

Soluções semelhantes estão na cobertura que protege o guincho quando fora de uso e no painel que esconde espaço sobre o porta-luvas para a instalação de instrumentos de navegação.

"No novo projeto tínhamos a missão de afastar o antigo e ao mesmo tempo não perder conexão com ele, com a tradição do carro", conta Ramos. "E também fazer dele um veículo adaptável às condições de rodagem e desejos do cliente, torná-lo civil, digamos assim, depois da trilha."

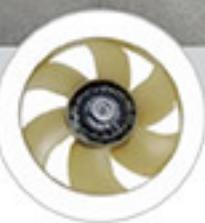
A completa mudança do conjunto motriz é outro dado a legitimar a segunda geração do T4, além de proporcionar mais potência e força do que entregava antes. A Ford aproveitou

## Portfólio de equipamentos

Com o novo Troller a Ford desenvolveu mais de 130 itens em equipamentos originais, criando parcerias e selo de rastreabilidade de peças. De acordo com Wílson Vasconcellos Filho, seu gerente geral de marketing e vendas, "o tique-té médio do gasto do cliente Troller com acessórios é de 15% do

preço do veículo. Mas ocorriam muitos problemas de garantia na instalação de equipamentos". Assim, a Troller homologou acessórios e equipamentos de empresas como Thule, de bagageiros, Warn, de guinchos, BF Goodrich, de pneus, Garmin, de sistema de navegação, e outros.

# Desempenho com economia. Nós sabemos como.



Para veículos comerciais a economia de combustível representa um ganho importante para os custos da frota. E atender as rígidas normas de emissões pode tornar a subida mais íngreme. A BorgWarner oferece economia de combustível, emissões mais baixas para o meio ambiente e tecnologia de alto desempenho construída para o longo curso.

Como fornecedora líder de soluções powertrain, incentivamos projetistas de motores e mecânica a enfrentar os desafios específicos e otimizar sistemas. Para inovações de powertrain que geram resultados, parceria BorgWarner.

 **BorgWarner**

[borgwarner.com](http://borgwarner.com)

*feel good about driving*

solução caseira e incorporou no jipe o motor Duratorq 3.2 diesel de 5 cilindros com 200 cv e 470 Nm de torque, o mesmo presente em uma das versões da picape Ranger. Na geração anterior trazia um MWM International de 165 cv e 380 Nm.

Associado ao motor está uma caixa de transmissão de 6 marchas, com acionamento eletrônico de tração 4x4, incluindo a reduzida.

“O novo T4 incorporou 1,7 mil novos itens, cumpriu mais de 200 mil quilômetros de testes, além de 75 mil

horas de simulações em ambiente virtual”, lembra Alex Chebrat, engenheiro de desenvolvimento da Troller. “O projeto resultou em um veículo mais capaz, econômico e menos ruidoso.”

O novo T4 sai de fábrica bem equipado para um veículo que se pretende também ser rústico. Vem com teto solar duplo, ar-condicionado digital dual zone, freios ABS, aparelho de som com entrada USB e conexão Bluetooth, acionamento elétrico de vidros e espelhos retrovisores e rodas de alumínio de 17 polegadas. A justificativa da falta

do air bag é a legislação referente ao tema, que não obriga a instalação do equipamento em veículos específicos para o fora de estrada, pois há risco de acionamento repentino da bolsa devido à demasiada trepidação do veículo sobre terrenos acidentados.

“A saída seria incorporar um interruptor de liga e desliga”, lembra Vasconcelos Filho, do marketing. “Mas de quem seria a culpa de possível esquecimento do usuário?”

Com o novo veículo a Troller tem ambições ousadas para o mercado. Em média suas vendas chegam a 1,5 mil/ano. O pico foi em 2009 com 1,7 mil. O lançamento estará nos atuais vinte pontos da rede a partir deste mês por R\$ 111 mil, ou pouco mais de R\$ 16 mil acima da geração anterior.

Apesar do preço maior o gerente geral de marketing trabalha para vender duzentas unidades por mês e alcançar 3 mil emplacamentos anuais nos próximos exercícios: “O carro está melhor, mais equipado e nosso custo de produção também aumentou. Mas vale lembrar que a Troller tem uma taxa de 48% de fidelização, a maior do mercado. Significa dizer que de cada cem Troller vendidos 48 compradores já são proprietários de um T4”.

Para quem ainda achava que a compra da Troller pela Ford não passava de manobra jurídica com intenção apenas de se beneficiar de incentivos fiscais o novo T4 e as alterações na fábrica provam o contrário. Como já é habitual destacar no setor, os investimentos da indústria automotiva são sempre pensados no longo prazo. **AD**



Modelo chega à rede este mês com preço na faixa de R\$ 111 mil, R\$ 16 mil a mais do que a geração anterior

**A Perfilados Nardi parabeniza os 22 anos de circulação ininterrupta da revista AutoData. Juntos continuaremos a desbravar os novos caminhos rumo a uma nova fase de desenvolvimento do setor automotivo brasileiro!**



## Chapas • Blanks • Rolos • Tiras • Perfis



**CERTIFICAÇÕES**  
Laboratório:  
NBR ISO 17025:2005  
Qualidade:  
NBR ISO 9001:2008



*Perfilados Nardi é mais do que uma empresa que processa e comercializa produtos siderúrgicos, especificamente aço-carbono. A Nardi é focada em atender com objetividade e agilidade todos os requisitos, estabelecendo parcerias comerciais confiáveis e estáveis para antecipar as necessidades de seus clientes.*

Mais que uma empresa  
**UM SELO DE  
QUALIDADE**

- Rua Piratininha,  
255/269/271  
Brás - 03042-001  
São Paulo - SP  
Tel. 11 2827 5655

- Rua Cadiriri, 158  
Mooca - 03109-040  
São Paulo - SP  
Tel. 11 2678 0900

REDE USIMINAS  
AQUI TEM AÇÃO  
DE QUALIDADE

USIMINAS U



**perfilados nardi**

Qualidade e Confiabilidade em Tempo Real

• [www.perfiladosnardi.com.br](http://www.perfiladosnardi.com.br) •

No trânsito somos  
todos pedestres



## Algumas coisas sobre o up! que talvez você não tenha visto:

- Único compacto com nota máxima em segurança.
- O compacto mais potente e econômico do país.
- Agora na versão duas portas.

**E uma que não tem como não ver:  
primeiro 1.0 com  
câmbio automatizado.**



Eleito o Melhor  
Hatch Compacto no  
comparativo da Revista  
Quatro Rodas.



Eleito pela revista  
Autoesporte o melhor  
automóvel entre  
R\$ 26.900 e R\$ 39.390



Sem limite  
de quilometragem.

Carro com menor  
custo de reparabilidade,  
segundo o CESVI.



Melhor consumo.  
Classificação A - Inmetro.



Nota máxima em  
segurança pelo Latin NCAP.

Alguns itens mencionados ou mostrados são opcionais, acessórios ou referem-se a versões específicas. Para mais informações, consulte uma Concessionária Autorizada Volkswagen, ligue 0800 019 5775 ou acesse [www.vw.com.br](http://www.vw.com.br). Garantia total de 3 anos válida para os modelos vendidos a partir de 1º de janeiro de 2014, sem limite de quilometragem para defeitos de fabricação, exceto Polo, Gol G4, Saveiro, Gol e Kombi (este último, limitado a 80.000km), que continuam com 1ano de garantia. É necessário,

Respeite os limites de velocidade.



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

**Chegou o up! Tudo nele é up.**



**Das Auto.**

para a sua utilização, o cumprimento do plano de manutenção. O up! obteve a melhor classificação, 'A' (verde), no Programa Brasileiro de Etiquetagem do Inmetro, entre os modelos equipados com motor flexível, direção assistida e ar-condicionado. O up! é capaz de rodar, quando abastecido com gasolina, até 13,2 km/l na cidade e 14,3 km/l na estrada e, quando abastecido com etanol, 9,1 km/l na cidade e 9,9 km/l na estrada. Comparativo Hatchs Compactos Revista Quatro Rodas - Ed. 654/ Março 2014.

**C**onectar os automóveis à internet vai além de explorar opções de entretenimento a bordo, como músicas e filmes, ou ligar seu smartphone às redes sociais. Embora muitos consumidores ainda enxerguem essa como a principal função, a ideia muda quando se apresenta o amplo leque de oportunidades que a integração desta tecnologia aos veículos pode oferecer.

Pesquisa conduzida pela empresa de telecomunicação espanhola Telefónica aponta que 73% dos motoristas consideram recursos de segurança e diagnóstico como os mais importantes em carros conectados. Eles também desejam sistemas de navegação mais completos dos que os atuais GPS, com atualização do tráfego em tempo real – em linha com o oferecido pelo aplicativo para smartphone Waze, bastante popular no Brasil.

Essas soluções estão prontas e, em muitos casos, já disponíveis em mercados maduros, como Europa e Estados Unidos. Por aqui as empresas começam a enxergar a demanda e a oferecer as tecnologias, com o discurso de popularização às camadas mais baixas do portfólio.

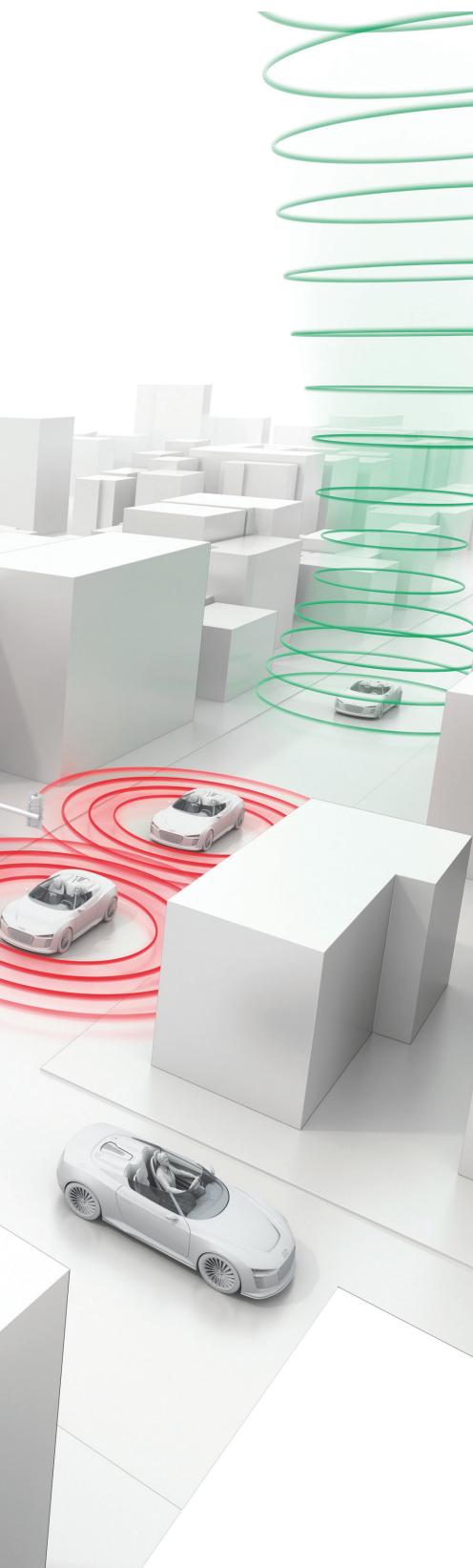
**NEGOCIAÇÕES** – Fornecedor de sistemas de tecnologia de informação e comunicação com mais de vinte anos de experiência no setor automotivo, a T-Systems se diz pronta a oferecer diversas tecnologias ligadas ao conceito de carros conectados – algumas em negociação avançada com montadoras locais. Enxerga todos os degraus da

# As múltiplas conexões dos automóveis



Carros conectados com a internet não se limitam a opções de entretenimento e abrem oportunidades para toda a cadeia produtiva

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



cadeia como potenciais clientes: fabricantes, fornecedores, concessionárias, seguradoras, dentre outros.

“Os carros conectados respondem a muitas perguntas”, diz Camilo Rubim, vice-presidente de vendas da T-Systems Brasil para o segmento automotivo. “Não é só entretenimento. O serviço pode ser provido a muitas áreas, da montadora a postos e lojas de conveniência.”.

Por meio de um conector chamado OBD, On Boarding Service, informações do veículo são enviadas aos smartphones dos motoristas que, por sua vez, podem liberar a transferência dos dados aos concessionários. Ou seja: a área de pós-venda pode ter acesso ao nível de óleo do automóvel, ao estado das pastilhas de freio e outros componentes e chamar os clientes às suas lojas para que seja feita a manutenção de seus automóveis – tudo de forma transparente, pois as mesmas informações estão nas mãos dos proprietários do veículo.

“Este mesmo conector pode enviar o comportamento do condutor à sua seguradora e a ajudar a calcular o preço dos seguros, hoje baseados em pesquisas e estatísticas das empresas”, completa Rubim.

O vice-presidente alega que um dos problemas é a ausência de um padrão de pinos para esse OBD, que exige desenvolvimento para cada tipo de veículo. As montadoras também precisam abrir as informações de seus modelos para a transmissão, algo que nem todas estão propensas a fazer.

É o caso da General Motors, que oferece conectividade por meio do sistema Chevrolet MyLink. Disponível em todo o portfólio brasileiro, embora com menos funcionalidades nos modelos mais acessíveis, a central de entretenimento é fechada: apenas a empresa pode desenvolver e oferecer aplicativos aos seus automóveis.

“Queremos garantir a segurança da comunicação”, explica Alexandre Guimarães, diretor de engenharia elétrica da GM América do Sul. “Existem duas formas de desenvolvimento: dentro da General Motors e com parcerias feitas com fornecedores específicos. Não vamos abrir ainda porque queremos ter o controle total”.

Por enquanto o MyLink fornece três aplicativos: um de navegação, um de rádios e um de notícias. Porém a empresa trabalha para ampliar o portfólio, tanto no campo do entretenimento quanto no de conectividade à cidade, com acompanhamento de trânsito em tempo real, e a outros veículos.

“Temos um grupo de especialistas em carros conectados, com gente espalhada em nossos centros globais de engenharia, trabalhando para desenvolver aplicativos ao MyLink”.

A Ford seguiu outro caminho. A companhia – que não se considera mais uma simples montadora, mas uma empresa de tecnologia automotiva – é um exemplo de quem quer trazer os desenvolvedores à indústria. No começo do ano a companhia abriu sua plataforma e convocou programadores a desenvolver aplicativos para o

Divulgação/Audi



Divulgação/Chevrolet

No Brasil as empresas começam a enxergar a demanda e a oferecer tecnologias inéditas por aqui

seu sistema, o SYNC Applink, já lançado no Brasil.

A única exigência da montadora é que os aplicativos desenvolvidos permitam aos motoristas manter os olhos na estrada e as mãos na direção enquanto são acessados. O reconhecimento por voz foi a saída das montadoras para manter a segurança na condução.

Para demonstrar sua preocupação com a segurança, a Ford inovou e introduziu no Novo Ka, seu modelo de entrada no Brasil, o serviço de assis-

tência de emergência integrado ao SYNC. Em caso de acidente, o Samu é acionado automaticamente por meio de uma ligação conduzida pelo veículo ao smartphone emparelhado via bluetooth, que ainda fornece a coordenada GPS do local do acidente – tudo para tornar o resgate mais rápido e ágil.

Essa funcionalidade, inovadora por aqui, tem sua obrigatoriedade discutida na União Europeia. A ideia é que todos os carros saiam de fábrica com a e-chamada a partir do ano que vem. Por lá o desenvolvimento caminha para que esse aviso seja dado também a outros veículos, que podem desviar do caminho do acidente e ganhar tempo em seu deslocamento.

**FUTURO** – Rubim, da T-Systems, afirma ter em seu portfólio diversas soluções disponíveis na Europa e prontas para chegar ao mercado brasileiro. Grande parte delas esbarra, porém, na qualidade da infraestrutura de telefonia brasileira. O próprio sistema da Ford está sujeito a não funcionar em áreas onde não há sinal de celular.

Existe também outro empecilho: quem pagará a conta? Ford e Chevrolet oferecem seus sistemas gratuitamente por aqui, mas os custos devem subir na medida em que novas funcionalidades são acrescidas. A pesquisa da Telefónica citada no começo da reportagem, feita com consumidores do Brasil, Alemanha, Espanha, Reino Unido e Estados Unidos, indica que os motoristas não se incomodam em pagar por serviços adicionais, como ge-



## Furgões Alumínio e Kit's



### Furgão Alumínio

Fabricado totalmente em alumínio, é a opção mais leve e resistente do mercado.

### Kit Furgão Alumínio

Comercializado em forma de kit's à revendedores do todo Brasil



## Unidades Móveis



Soluções nas áreas de



Saúde



Capacitação



Serviços



Eventos



Defesa e Segurança

Unidade I - Sd. Hamilton Silva Costa, 135 - Pq. Novo Mundo - CEP 02190-010 - TEL 11 2635.1133 - São Paulo | SP | Brasil

Unidade II - Marginal da Rodovia Fernão Dias - Rua São Gabriel, 126 - Jd. São Luís (ZN) - CEP 02282-000 - TEL 11 2086.5555 - São Paulo | SP | Brasil

# Gigantes no setor



Duas gigantes do setor de tecnologia uniram suas forças com montadoras para tornar mais fácil a integração dos smartphones com os veículos e ao mesmo tempo contribuir com a redução do índice de acidentes de trânsito, muitas vezes ocasionados pelo uso do celular pelo motorista durante a condução do automóvel.

Falar ao telefone, ler e redigir mensagens de texto, ouvir música, navegar pelos sistemas de GPS são algumas das funções usadas pelos motoristas enquanto dirigem. Apple e Google – desenvolvedoras dos sistemas operacionais iOS e Android, presentes em mais de 90% dos smartphones do mundo – criaram plataformas automotivas que prometem colocar essas funções nos painéis de instrumento dos carros, com a facilidade do acesso por meio da voz.

A Apple afirma que o CarPlay, a plataforma que integrará o iPhone ao automóvel, chegará ao mercado ainda este ano. Com ele o usuário poderá fazer ligações, escrever mensagens de tex-

to, navegar na internet, ouvir músicas em aplicativos como o Spotify, acessar agenda telefônica e usar a função de mapas enquanto dirige, sem tirar as mãos do volante.

Seus primeiros parceiros serão Ferrari, Honda, Hyundai, Mercedes-Benz e Volvo Cars, porém outras 24 marcas já têm acordos assinados para o futuro, assim como as fabricantes de sistemas de áudio automotivo Alpine e Pioneer.

O Google também pretende lançar o Android Auto no mercado ainda este ano, em sistema semelhante ao da Apple, mas integrado ao Android, o sistema operacional de smartphones mais usado no mundo. A base é a mesma: usar os aplicativos do telefone no automóvel, sem prejudicar a condução.

Para isso a companhia de tecnologia criou a OAA, sigla em inglês para Aliança Automotiva Aberta, composta por 28 empresas automotivas e dezenas de tecnologia. O objetivo é, segundo o Google, acelerar o desenvolvimento do carro conectado.

renciaimento de tráfego e diagnóstico preventivo.

O modelo, porém, difere de um mercado para o outro: enquanto os espanhóis preferem um pagamento único por todos os serviços, alemães, britânicos e estadunidenses sugerem um pacote básico com extras adicionais. No Brasil a sugestão é de um modelo de pagamento apenas pelos serviços usados.

Toda essa discussão faz parte de um objetivo ainda maior para as montadoras, também objeto de estudo nos centros de engenharia globais: os carros autônomos. A conexão com a internet, seguida pela de um veículo com o outro, são os primeiros passos para que estes dispensem gradativamente a intergência dos motoristas.

O Google, gigante de tecnologia, contratou Alan Mulally, ex-CEO da Ford responsável pela guinada tecnológica da empresa, para conduzir o desenvolvimento de sistemas de direção autônoma (veja box). Já Carlos Ghosn, CEO da Aliança Renault Nissan, prometeu tecnologias importantes até o fim de 2016 e o primeiro carro autônomo comercialmente viável em 2020.

Não acaba por aí: a pesquisa da Telefónica aponta que 35% dos motoristas esperam não possuir carro próprio em 2034. A ideia é que usem opções alternativas como o car-sharing, serviços compartilhados de carros. Esse índice sobe para 53% para a faixa de idade compreendida de 18 a 34 anos. Uma nova revolução está por vir.

AD

# PST ELECTRONICS®



PARANÁ  
NO POLO INDUSTRIAL DA PRAMAL  
COMARCA DE MARQUÍSIA

A PST Electronics, detentora da marca Positron, é líder em segurança automotiva, uma das principais fabricantes de som automotivo e referência no desenvolvimento de soluções tecnológicas em rastreamento e segurança eletrônica. Os diferenciais tecnológicos e a qualidade de seus produtos fizeram a empresa conquistar a liderança do mercado, posição que detém há mais de 15 anos.

## SOM AUTOMOTIVO

Centrais Multimídia, DVDs e CDs Players.

## SEGURANÇA AUTOMOTIVA

Alarms, Travas Elétricas, Vidros Elétricos, Sensor de Estacionamento, Módulos e Sensores Eletrônicos e Painéis de Instrumentos.

## SERVIÇOS DE RASTREAMENTO

Proteção do Casco e Carga, Telemetria, Logística e Consultoria de Gestão de Desempenho.

## SEGURANÇA ELETRÔNICA

Serviço de Monitoramento Residencial, Central de Alarme Monitorada, Sensores Infravermelho e Sensores Magnéticos.

Respeite a sinalização de trânsito.

Agosto/2014

Imagens meramente ilustrativas.



Divulgação/Marcopolo

# Gente que faz acontecer

Marcopolo chega aos 65 anos com mais de 20 mil funcionários e sucesso baseado na motivação de pessoas

Roberto Hunoff | [roberto@autodata.com.br](mailto:roberto@autodata.com.br)

**D**e acordo com a folha de pagamento de maio de 1950, menos de um ano após sua fundação em 6 de agosto de 1949, a então Nicola & Cia Ltda. empregava dezenove funcionários em Caxias do Sul, na época com 59,5 mil moradores. Em 2014, passados 65 anos do início da história da hoje Marcopolo S.A., são 10 mil 387 empregados na cidade-sede, que pelas mais recentes estimativas do IBGE tem pouco mais de 465 mil habitantes. Computadas as operações no Brasil e no Exterior, a multinacional verde-amarela emprega perto de 20 mil pessoas.

Pessoas que, segundo Paulo Bellini, fundador e presidente emérito, são a essência do crescimento da fabricante de carrocerias de ônibus desde o seu início. "Começamos a empreender

com grande dose de irresponsabilidade, mas superamos as dificuldades porque tínhamos pessoas que faziam acontecer. E assim é até hoje", revelou o empresário durante palestra proferida na Transposul, feira de transportes realizada em Porto Alegre em julho.

Bellini recordou que a empresa começou produzindo um ônibus a cada três meses, com carroceria de madeira e chassi adaptado de caminhão. Ele citou vários problemas decorrentes da improvisação, como o desgaste prematuro dos pneus, a ocorrência de infiltrações de água e até de portas caindo devido às vibrações. "Não foi nada fácil o nosso início. Chegamos a nos socorrer com o dinheiro de um cigano agiota para financiarmos a continuidade do negócio, quando os bancos não concederam empréstimos."

Atualmente, em suas três fábricas no Brasil, a Marcopolo tem capacidade instalada de 130 ônibus por dia, a depender do mix de produção programado. O fundador destaca que o portfólio da empresa soma centenas de modelos para diferentes tipos de aplicação, produzidos de forma quase que personalizada, o que dificulta a automatização dos processos. "Esta capacidade de produzir com qualidade, em grandes volumes e diversidade virou o grande potencial da companhia. Mas que só foi possível pela motivação dos nossos trabalhadores."

**CONSOLIDAÇÃO** – Assim como várias empresas, a Marcopolo enfrentou sérias dificuldades no fim da década de 1970 e início de 1980. Em busca

de informações para modernizar a carroçadora, Paulo Bellini viajou para conhecer o então chamado milagre japonês, estruturado em ferramentas de motivação das pessoas e mudanças de processos. O fundador lembra a principal recomendação que recebeu dos japoneses: "Introduzir o processo de forma gradual para quebrar hábitos e costumes, sem jamais impor, e estimular a participação voluntária."

Na época, a Marcopolo tinha 5 mil funcionários. O trabalho começou com três turmas de cinquenta integrantes cada, que se reuniam na empresa quatro vezes por semana por noventa minutos, mas fora do horário de trabalho, sem receber hora-extra, para discutir melhorias no ambiente produtivo. Em menos de dois meses foram criadas cinquenta turmas e, ao final do primeiro ano, metade dos funcionários havia participado dos encontros. "Isso foi fundamental na virada para a modernização e para chegarmos onde estamos."

Desde aquela época, Bellini manteve até pouco tempo atitudes que define como simples, mas essenciais. Dentre elas, a de percorrer as fábricas no fim de cada ano para presentear e cumprimentar os colaboradores. Atualmente esta maratona é cumprida por outras pessoas que levam os cumprimentos e a lembrança do fundador para os 12 mil funcionários brasileiros. "A base do sucesso é a motivação e sempre tive a preocupação de ter funcionários felizes, com quem me relaciono de maneira informal sem perder o respeito mútuo."



## COMPROMISSO EXCEPCIONAL

**Na CEVA, nossos especialistas estão focados em entregar excelência operacional para os clientes a cada dia.**

Como uma empresa líder em gerenciamento de cadeia de suprimentos, a CEVA oferece soluções de ponta a ponta, implementação e soluções operacionais em fretes e contratos logísticos, distribuição, armazenagem e gerenciamento de transportes para grandes e médias empresas, nacionais e multinacionais.

**A CEVA está presente em cinco setores:**

- Automotivo
- Tecnologia
- Varejo e Bens de Consumo
- Industrial
- Energia



**Making business flow**

[www.cevalogistics.com](http://www.cevalogistics.com)

### Quadro de funcionários

**10 397**

Caxias do Sul

**2 691**

Rio de Janeiro

**56**

Volare São Paulo e  
São Mateus, ES

**367**

África do Sul

**960**

México

**301**

Austrália

**10**

Rússia

**353**

China

**550**

Egito

**930**

Argentina

**1 428**

Colômbia

**1 734**

Índia



Osmar Piola, gerente de recursos humanos da Marcopolo, assinala que os princípios adotados pelo fundador continuam sendo a diretriz do relacionamento com o quadro de funcionários. São realizados encontros semanais com os gestores visando ao permanente diálogo com os colaboradores, que são também estimulados a participar dos grupos de Sugestões de Melhoramentos do Ambiente Marcopolo, Sumam, que se reúnem para identificar oportunidades de melhorias em suas áreas de trabalho, propor e implementar soluções. Criados em 1986, depois da viagem de Paulo Bellini ao Japão, atualmente há 115 deles somente em Caxias do Sul. A empresa também mantém canais de ouvidoria para sugestões, ideias, críticas e elogios sobre os mais diversos assuntos, como benefícios, práticas de gestão e processos de trabalho.

**DIÁLOGO** – Piola observa que a essência da política empregada desde o início da empresa não sofreu alteração, mas as práticas de gestão foram se modernizando ao longo do tempo, com extinção de alguns programas, revisão de outros e criação de novos. Cita, por exemplo, os meios de comunicação com os colaboradores, que foram remodelados há dois anos. Atualmente a empresa tem uma rede de diálogo que inclui até uma TV Corporativa, na qual a programação é elaborada pelos próprios colaboradores.

Em 2013 foi alterada a política de incentivos a idiomas para melhor atender à necessidade de profissionais ligados aos negócios com o Exterior. E, desde 2005, a empresa tem um Código de Conduta que especifica diretrizes para o relacionamento dentre os diversos públicos que interagem com a Marcopolo.

# Impulsionando inovação em transporte.

graham



O transporte responde  
por 23 por cento das  
emissões globais de CO<sub>2</sub>.

**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](http://www.eaton.com.br)

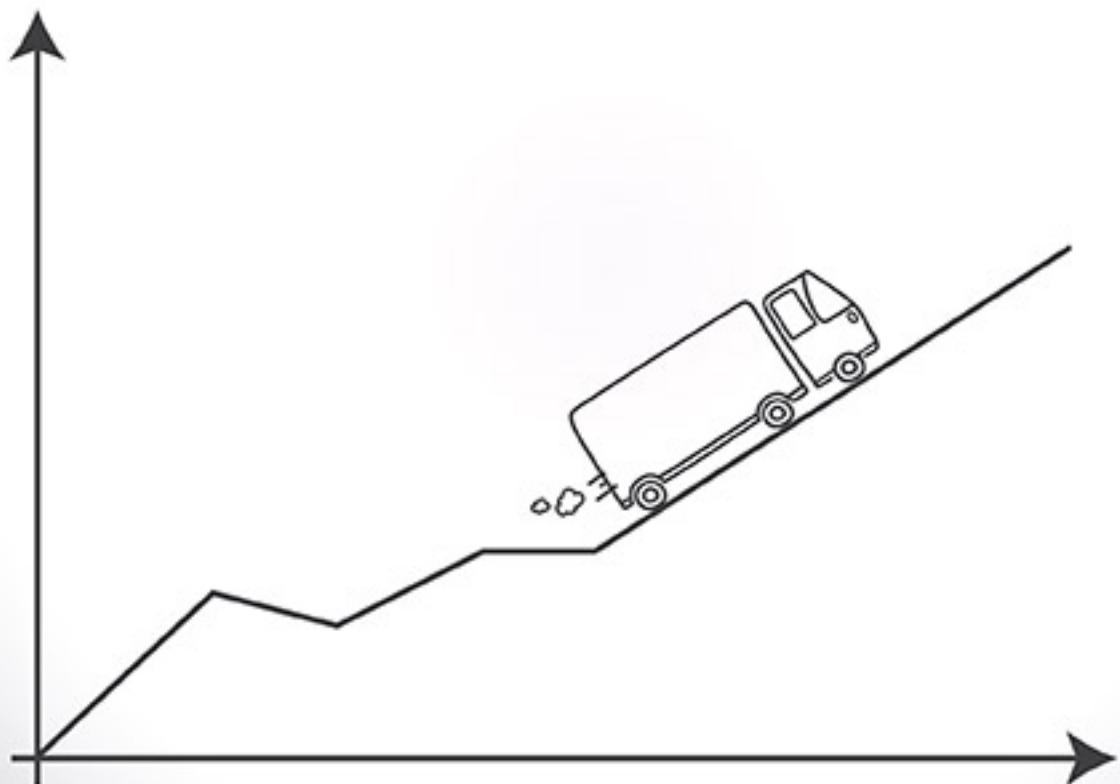
De acordo com o gerente de recurso humanos, um dos principais ganhos obtidos pela Marcopolo na sua forma de gerir pessoas é promover a capacidade de fazer acontecer, ou seja, obter resposta rápida de todos os colaboradores para os desafios que se apresentam. "Este fazer acontecer é que deter-

mina se os indicadores de resultados, como receita, custos, margem de contribuição e lucro serão alcançados de maneira satisfatória". Eventuais mudanças na política estabelecidas pelas empresas decorrem das demandas dos negócios, estrutura da companhia ou mudanças na legislação. **AD**

## Principais fatos históricos

<b>1949</b> Fundada no dia 6 de agosto, como Nicola & Cia. Ltda. Foi uma das primeiras indústrias brasileiras a fabricar carrocerias para ônibus	<b>1981</b> Inauguração da unidade Ana Rech em Caxias do Sul	<b>2006</b> Joint venture com a Tata Motors, da Índia, e com a Ruspromauto, da Rússia, para produção de ônibus, e constituição da Pólo Plastic Components na Rússia para produzir componentes plásticos
<b>1952</b> Início do uso de estruturas de aço, marco na indústria de carrocerias de ônibus no Brasil	<b>1991</b> Inauguração da Marcopolo Indústria de Carrocerias em Portugal	<b>2007</b> Aquisição de 39% da San Marino [Neobus], de Caxias do Sul, e de ações da Metalpar na Argentina
<b>1961</b> Assinatura do primeiro contrato de exportação para a Cia Ômnibus Pando, do Uruguai	<b>1998</b> Lançamento do Minibus Volare	<b>2008</b> Joint venture com a GB Auto do Egito e início da produção de componentes na China
<b>1968</b> Troca da denominação social para Marcopolo	<b>1999</b> Constituição da Polomex S.A. no México e aquisição da Ciferal Indústria de Ônibus, no Rio de Janeiro	<b>2011</b> Nova sociedade na Rússia com o Grupo OJSC Kamaz para montagem de carrocerias de ônibus e aquisição de 75% da Volgren Australia Pty, maior encarroçadora de ônibus australiana
<b>1971</b> Alteração da razão social de Carrocerias Nicola S.A. Manufaturas Metálicas para Marcopolo S.A. Carrocerias e Ônibus. Assinado o primeiro contrato de transferência de tecnologia com a Ensamblaje Superior de C.A. para fornecimento de carrocerias em CKD para a Venezuela	<b>2003</b> Constituição da Poloplast Components S.A. no México e aquisição de 40% de participação da Webasto Climatização do Brasil	<b>2012</b> Aquisição de 51% da argentina Metalsur Carrocerias
<b>1978</b> Marcopolo ingressa na Bolsa de Valores	<b>2004</b> Inauguração de nova linha de montagem em Ana Rech. Marcopolo é a primeira empresa do setor industrial brasileiro a aderir aos padrões e regras de Governança Corporativa Nível II da Bovespa	<b>2013</b> Aquisição de parte do controle da canadense New Flyer

# COM TRANSMISSÃO AUTOMÁTICA ALLISON SEUS LUCROS ACELERAM



## Transmissão Allison, investimento que traz retorno

Com veículos equipados com as transmissões totalmente automáticas Allison, a produtividade da sua frota aumenta a olhos vistos, e seus lucros acompanham.

# Os novos parâmetros de vendas, produção e exportação

**Estabilidade?**  
**Mais queda?**  
**Início da retomada?**

- Ponto fora da curva ou novo patamar, o que são, afinal, os resultados deste ano?
- Como será o mercado de automóveis, caminhões, ônibus?
- E o de implementos, máquinas agrícolas e de construção?
- Quais os cenários para os sistemistas e produtores de motores, autopeças ou componentes?
- O que pode mudar com o novo governo?



As grandes questões do setor debatidas em profundidade pelos presidentes e principais executivos das montadoras, empresas sistemistas, produtores de componentes e entidades de classe.

# Perspectivas 2015

CONGRESSO  
**AUTODATA**

14 e 15 de outubro

## Programa\*

dia 14

Palestra	<b>Sector Automotivo, perspectivas 2015</b> Luz Moraes, presidente da ANFIVEA.
Palestra	<b>Perspectivas Fiat</b> Gledorivino Belini, presidente <b>Perspectivas Veículos Comerciais</b> Roger Alm, diretor geral da Ford Caminhões
Fórum	Guy Rodriguez, diretor geral da Ford Caminhões Marco Borsig, vice-presidente IVECO Marco Antônio Davila, presidente da DAF Guilherme Ebeling, presidente da International Navistar
Palestra	<b>Perspectivas Sistemistas/Autopeças</b> Paulo Butori, presidente do Sindipeças Bessiel Botelho, presidente da Bosch Gustavo Sgro, diretor geral Prol
Palestra	Ricardo Reimer, presidente da Schaeffler
Palestra	<b>Perspectivas Ford</b> Rogério Gótilar, vice-presidente
Palestra	<b>Perspectivas MAN</b> Roberto Cortes, presidente
Panel	Representantes da AGCO. John Deere, CNH e Volvo CE
Panel	<b>Perspectivas Implementos</b> (carregadoras de ônibus e rebocadores) Alcides Geraldes Braga, presidente da Anfri José Antônio Fernandes Martins, presidente da FABus.

dia 15

Palestra	<b>Analise de Autodata</b> S. Saffani, diretor de Autodata Flávio Meneguelli, presidente da Fozulave Décio Carbonari, presidente da ANEF
Palestra	<b>As perspectivas da General Motors</b> Santiago Chamorro, presidente
Fórum	<b>Perspectivas orçamentárias</b> Olivier Munguet, presidente Renault Carlos Gomes, presidente PSA
Palestra	Luis Carlos Andrade, vice-presidente Toyota Isao Mizoguchi, presidente da Honda e representante Hyundai
Palestra	<b>Perspectivas motores</b> Luis Pasquotto, presidente Cummins
Panel	José Eduardo Luzzi, presidente MMF José Luis Gonçalves, presidente PPT Luz Terquim Sardinha Fermo, presidente da Tupy
Palestra	<b>Perspectivas Volkswagen</b> Thomas Schmid, presidente
Palestra	<b>Mercedes-Benz</b> Philipp Schiemer, presidente
Panel	<b>Perspectivas Econômicas Brasil 2015</b> Letícia Costa, Prada, Stephan Kiese, Roland Berger e representante KPMG
Palestra	<b>Futuro do Setor Automotivo</b> Herbert Demel, vice-presidente Magna e ex-presidente da Volkswagen Brasil.

(\*) sujeito a alterações

### Patrocínio



### Realização



PSA PEUGEOT CITROËN



### Investimento

Até 31/08

2 dias R\$2.800,00  
1 dia R\$1.854,00

De 01/09 até 30/09

2 dias R\$2.964,00  
1 dia R\$1.957,00

De 01/10 até 13/10

2 dias R\$3.120,00  
1 dia R\$2.060,00

Informações e inscrições

11 5189-8938 | 11 5189-8940  
seminarios@autodata.com.br  
www.autodata.com.br

local  
**Fecomércio**

Rua Dr. Plínio Barreto, 285 - 2º andar



Divulgação/MMB

# No coração do Brasil

Viviane Biondo | viviane.biondo@autodata.com.br

**S**erralheiros e funcionários de pequenas oficinas mecânicas foram os primeiros contratados para as linhas da John Deere, fabricante de máquinas agrícolas que chegou a Catalão, Goiás, em setembro de 1999.

“Os profissionais não estavam acostumados a operar equipamentos de alto valor agregado”, lembra Leo Marobin, gerente da unidade, que na ocasião deixou o Rio Grande do Sul para trabalhar e morar no coração do Brasil.

Tudo mudou muito desde aquela época. A população saltou de 60 mil para 95 mil habitantes, muito em função do desenvolvimento industrial automotivo na região.

O início do setor em Goiás, no en-

**Fabricantes de veículos e máquinas agrícolas ampliam produção em Goiás, Estado que aos poucos se consolida como mais um polo industrial automotivo**

tanto, começou pouco antes, em 1998, com a MMC Automotores do Brasil, do Grupo Souza Ramos, hoje a maior empresa de Catalão, ao lado da John Deere. Depois delas vieram Caoa, que se instalou em Anápolis em 2007, e Suzuki, outra empresa do Grupo Souza Ramos, que aportou em Itumbiara em 2012.

Dados da Anfavea mostram que Goiás respondeu por 2,1% dos 3,7 milhões de veículos produzidos no País em 2013, cerca de 78 mil unidades. Em 2002 apenas 0,5% dos veículos saíram de lá, perto de 10 mil unidades. Ou seja: crescimento de 680% no período, a maior evolução porcentual de todas as cinco regiões do Brasil.

**Líder de mercado no desenvolvimento e produção de aplicações em antivibração e vedação, a **Truck Bus Rubber Parts** é a grande parceira das montadoras na elaboração de soluções inovadoras em borracha e metal-borracha.**



Com avançada tecnologia de materiais e engenharia de aplicações, desenvolvemos produtos de menor peso, colaborando com a eficiência energética do veículo. Nossos produtos em RIGIFLEX® promovem reduções de até 90% do peso em comparação com soluções de mercado.



Nosso compromisso é também rationalizar o consumo energético na fabricação de nossos produtos. Operamos com aproveitamento máximo de energia natural e nossos processos são dimensionados para o uso responsável da energia, com menor geração de resíduos.



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

**Truck Bus**  
rubber parts

A participação, provável, deve crescer nos próximos anos, impulsionada por investimentos das fabricantes e esforço para atrair fornecedores. Hoje, mesmo diante do silêncio das montadoras, sabe-se que, naturalmente, muito pouca coisa é comprada na região. Há mistério também sobre o quanto é comprado no País.

Para se ter uma ideia, as importações de Goiás representaram 4,8% do total trazido de fora pelos associados do Sindipeças. A fração é próxima ao do Rio de Janeiro, que responde por 4,5% de peças importadas mas produz muito mais veículos: 5,5% do total nacional ou 207 mil unidades.

De qualquer maneira, ainda que apenas por meio de e-mails, a MMC diz pretender ter 22 empresas em seu complexo até 2015. Já estão dezoito, dentre as quais MVC, Brascabos, Magneti Marelli, Clarion e Sada.

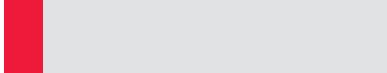
A MMC encerra no ano que vem ciclo de investimentos de R\$ 1,1 bilhão iniciado em 2010. O aporte contempla aumento de capacidade para 100 mil unidades/ano, cabine de pintura com o triplo da capacidade inicial e produção de motores.

Em 1998 a fábrica da MMC tinha 14 mil m<sup>2</sup> e produziu 652 veículos. Em 2015 a área construída chegará a 247 mil m<sup>2</sup> e à produção atual se somarão novos produtos, como o sedã Lancer. Por lá já são feitos os utilitários L200, Pajero TR 4 e Dakar e o ASX, que somaram 43,1 mil unidades em 2013.

A outra operação do Grupo Souza Ramos no Estado fica em Itumbiara, também próxima da divisa com Minas

## Produção de veículos em Goiás

2002



10 000

2013

78 000

Gerais, onde monta o Suzuki Jimny. MVC, Weldmatic e Flamma, antiga Automotiva Usiminas, são as principais empresas fornecedoras.

Em Anápolis, a pouco mais de 200 quilômetros de Itumbiara, está a terceira fabricante de automóveis e comerciais leves do Estado. A Caoa já tem capacidade para produzir lá perto de 80 mil unidades de veículos Hyundai por ano.

Lá são feitos os utilitários esportivos Tucson Flex e iX35 e os comerciais leves HR e o HD78. O aporte mais recente foi de R\$ 600 milhões em automatização da linha, com robôs responsáveis por metade do trabalho de solda. A linha de pintura foi automatizada e um laboratório de testes construído. No total, diz a empresa, já foram investidos mais de R\$ 1,8 bilhão.

O complexo reúne 1,9 mil funcionários. "Temos um compromisso de desenvolvimento com a região", assegura Mauro Correia, vice-presidente do Grupo Caoa, que escolheu fornecedores estabelecidos anteriormente no Centro-Oeste.

"Temos fornecedores nas áreas de metalurgia de produtos soldados, logística, engenharia, montagem de equipamentos e serviços. É o caso da RG Log, empresa de logística local que nasceu com a nossa operação. A GSE, fabricante de máquinas de solda e dispositivos de montagem que começou a operar no setor automotivo com a Caoa, hoje está nas linhas de montagens de várias montadoras."

A John Deere iniciou neste ano investimento de US\$ 40 milhões na



**SE “VENCER NA VIDA” FOSSE APENAS SOBRE TRABALHO,  
A EXPRESSÃO SERIA “VENCER NO TRABALHO”.**

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.  
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

**MBA**  **FGV**

PRESENCIAL • ON LINE • CUSTOMIZADO

## **MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA**

**ÊNFASES: CONCESSIONÁRIAS • MONTADORAS E FORNECEDORES**

Este MBA oferece duas opções de curso. Um com ênfase em Concessionárias, e o outro, em Montadoras e Fornecedores. Ambos têm como objetivo desenvolver uma visão global e integrada das organizações, na busca da criação de valor para as mesmas, preparando nossos alunos para assumir posições de destaque na direção dessas Empresas. Para tal, os cursos apresentam e discutem conceitos, métodos e instrumentos relevantes, buscando motivar os alunos a serem líderes empreendedores no ambiente das organizações.

Informações: 0800 772 2778 | [mbapaulista@fgv.br](mailto:mbapaulista@fgv.br)

  
Centro de Estudos  
Automotivos

**AUTODATA**

expansão da fábrica de Catalão. A unidade que produz colhedoras de cana e pulverizadores terá capacidade ampliada em 30% até o primeiro semestre de 2015, alcançando 3 mil unidades/ano.

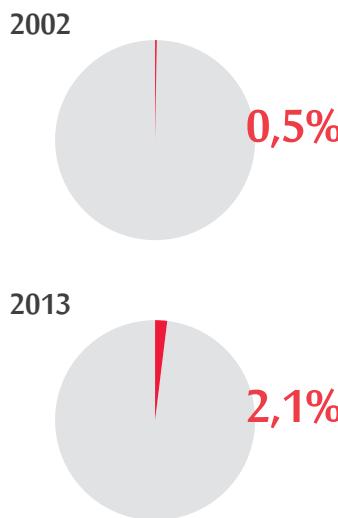
Leo Marobin, gerente, revela que a unidade passará de 30 mil m<sup>2</sup> para 45 mil m<sup>2</sup>, com novo sistema de pintura e novo parque logístico de caminhões. "A estrutura é bastante verticalizada, fazemos todas as partes." O Centro-Oeste foi a terceira maior região em vendas de máquinas agrícolas e rodoviárias em 2013, com 13,8 mil unidades negociadas.

**FORNECEDORES** — De fato, ainda cabe a Catalão e entorno o papel de principal destino das autopeças e componentes. Muitos com origem em Pouso Alegre, Sul de Minas Gerais, e que compõem os carros da Mitsubishi e o Suzuki Jimny. Eles são fornecidos pela Flamma Automotiva, a antiga Usiminas Automotiva, hoje sob controle da Aethra. Álvaro Cappellani, superintendente comercial, exemplifica: "Produzimos painel lateral de cabine, teto, painel de assoalho, conjunto de capô do motor, conjunto de porta e cabines completas".

Cappellani lembra ainda que os itens fornecidos pela Flamma dependem de um parque fabril complexo, mas não descarta instalação em Goiás:

"As linhas de prensas e de pintura demandam alto volume de investimento. Por isso utilizamos o parque fabril existente, que atende clientes de diversas regiões do País. De qualquer

## Participação na produção nacional



forma, obviamente, sempre existem estudos para análise da viabilidade econômica e financeira de uma operação próxima aos nossos clientes".

De acordo com Cappellani as entregas a Goiás correspondem a aproximadamente 30% da receita total.

A MVC, fornecedora de componentes plásticos, já se instalou em Catalão e em Itumbiara. "Há doze anos começamos com peças externas para a picape L200, como para-choques, para-lamas e protetores de caçamba", lembra Gilmas Lima, diretor-geral da MVC. "Aos poucos fomos desenvolvendo também itens internos". A produção, apenas em Catalão, passou de 150 peças/mês para 150 peças/dia.

Há um ano a MVC construiu a sua fábrica em Itumbiara e soma nas duas

operações de Goiás 140 funcionários. "Nosso foco é estar junto do cliente. E como os custos de embalagem e logístico são altos, compensa instalar-se em dois pontos próximos."

Mais de US\$ 10 milhões foram desembolsados para equipamentos. Do faturamento total anual de R\$ 300 milhões em 2013, 20% correspondem às entregas para Mitsubishi e Suzuki, ou cerca de R\$ 60 milhões. "Estamos dispostos a investir mais, mas ainda há muitas peças trazidas do Japão."

A importação, no entanto, não impede que a empresa encontre oportunidades para nacionalizar conteúdo, como foi o caso do forro de teto. "Desenvolvemos material de fibra de vidro com polipropileno, que combina redução de peso, boa resistência e conforto acústico e térmico", conta Lima. "Nosso desafio é encontrar peças com custo competitivo e inovação, de modo que a tropicalização seja uma forma de agregar tecnologia nacional."

Thiago Cândido Ferreira, secretário-geral do Simecat, Sindicato dos Metalúrgicos de Catalão, afirma que ainda há muitos componentes importados utilizados na região, além de compras em outros Estados. "Nossa expectativa é de que a Mitsubishi traga de sete a dez grandes empresas para a região."

Pelos cálculos do sindicato local, a Mitsubishi emprega 3 mil profissionais e a John Deere outros 850. "Toda a base, contudo, chega a 5 mil funcionários, sendo 2,3 mil deles associados ao Simecat."

AD

# STEELCOAT

## LÍDER EM TRATAMENTO DE SUPERFÍCIES

Especialista no tratamento e proteção de superfícies metálicas, possuímos know-how para implantar e administrar instalações de pintura, dentro ou fora de sua empresa, atendendo todas as normas de qualidade e meio ambiente



### Principais Serviços

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

### Garcia



Marcos Camargo

O brasileiro Osmair Garcia é o novo vice-presidente de Finanças da Volkswagen do Brasil em substituição a Carsten Isensee, que será responsável pela área de finanças do grupo na China.

### Ortigosa



Divulgação/Peugeot

A Peugeot do Brasil troca a direção geral de sua operação no Brasil. Desde 1º de junho o chileno Miguel Angel Figari Ortigosa ocupa o cargo, sucedendo ao franco-suíço Frédéric Drouin.

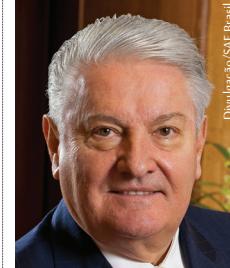
### Petrolino



Divulgação/ElringKlinger

A ElringKlinger do Brasil, fabricante de juntas de cabeçotes, anuncia novo presidente. O engenheiro mecânico Fernando Petrolino sucede Hans Eckert, que se aposenta após 18 anos no cargo.

### Schmitt



Divulgação/SAE Brasil

Astor Schmitt, presidirá o 23º Congresso e Mostra Internacionais de Tecnologia da Mobilidade SAE Brasil, que acontece em São Paulo de 30 de setembro a 2 de outubro.

### Pastoriza



Divulgação/Sindimaq/Abimaq

Carlos Pastoriza acaba de assumir a presidência do Sindimaq/Abimaq para um período de quatro anos. Ele substitui Luiz Aubert Neto que passa a ser o primeiro vice-presidente.

### Buenos Aires

O Sindipeças, em parceria com a Apex-Brasil, estará pela quarta vez na feira Automechanika Buenos Aires, que este ano acontece de 16 a 20 de novembro.

### Goiânia

A Costeira Transportes inaugura filial em Goiânia, GO, com capacidade para movimentar 3 mil toneladas de cargas por mês.

### Bogotá

A Volvo Bus fecha a venda de 155 ônibus para o Transmilênio, o BRT de Bogotá, na Colômbia. São 72 articulados e 83 biarticulados, em um contrato de US\$ 28 milhões.

### Tubarão

O Grupo Dicave inaugura concessionária Volvo para caminhões e ônibus em Tubarão, na região Sul de Santa Catarina.

### Tendance

A Citroën lança nova versão do C4 Lounge no mercado brasileiro. É a Tendance THP, equipada com motor 1,6 litro turbo e câmbio automático de seis velocidades. Já disponível na rede da marca por R\$ 76,7 mil.

### Brasília

A Eurobike terá concessionária BMW e MINI em Brasília, DF. Unidade oferecerá vendas e pós-vendas, além de acessórios e boutique.

### Grande SP

A Bridgestone lança na Grande São Paulo o serviço Bridgestone em Casa. Trata-se de uma série de produtos e serviços de manutenção do veículo e dos pneus prestados na casa, trabalho ou local de escolha do cliente.

### Cabrio

O Fiat 500 Cabrio passa a contar com uma versão mais acessível, equipada com o motor 1.4 Evo Flex. Preço a partir de R\$ 56,9 mil.

### Logan

A Renault apresenta a linha 2015 do Novo Logan, com preços que variam de R\$ 32,2 mil a R\$ 48,5 mil.

A mais ampla e  
abrangente cobertura  
jornalística sobre  
economia e negócios do  
setor automotivo no País.

**Agora em**

**Ipad**



Acompanhe aonde preferir,  
diretamente no seu tablet!



# Gestão da garantia impacta resultados

Tudo indica que o mercado brasileiro de veículos não verá nos próximos anos crescimento vigoroso como aquele experimentado no período de 2005 a 2012. O forte crescimento do setor automotivo trouxe investimentos para expansão da capacidade produtiva instalada e novos competidores, resultando em uma oferta gigantesca de opções de modelos e preços.

As montadoras se utilizam da incorporação de itens de segurança e entre-

tenimento para diferenciar o produto. Também ampliam os períodos de garantia de um para três anos, algumas até chegam aos seis anos.

É sabido que garantia é um dos fatores de decisão de compra, dentre outros como preço, imagem da marca e design.

O custo maior não poderá ser totalmente repassado e pressionará por margens menores. E na ponta, nas concessionárias?

O aumento do período de garantia

levará mais clientes às concessionárias e aumentará a participação dos serviços na receita das revendas.

O ganho proveniente de serviços pagos pela fábrica, incluindo preparação de entrega, chega a 25% em alguns casos e vai até 70%, o que gera forte dependência da política de garantia da montadora.

Portanto, a ação já vista em outras situações é focar nos aspectos internos da operação da concessionária, principalmente no pós-vendas, com maior atenção a área de garantia.

As práticas e processos são identificados nas auditorias por amostragem, que geram estornos de grande monta, podendo levar a conflito do concessionário com a montadora.

A garantia é intrínseca ao produto e não pode ser vista como geradora de receita porque seria ilógico projetar o veículo para ter defeitos.

A garantia é uma espécie de seguro que pagamos, mas é melhor não precisar utilizá-la.

Interessante notar que 70% dos casos resultam de apenas cinco itens que podem ser simplesmente resolvidos com melhor treinamento na concessionária e com filtros melhores na aprovação da garantia nos fabricantes de veículos.

A garantia de produtos é assegurada pelos direitos do consumidor, mas deve ser vista como fator de fidelização do cliente e, por isso, deve ser oferecida e executada como valor de marca percebido pelo cliente. **AD**

Arnaldo Brazil Ferreira | engenheiro, professor da FAAP e FGV e diretor da Consultoria MSX International no Brasil



# NOSSO FOCO É O CLIENTE

Desenvolvemos Sistemas de Pintura inovadores para a Indústria Automobilística desde o princípio. A tinta que pintou o primeiro carro produzido em massa saiu de uma de nossas fábricas.

Hoje nosso time possui mais de *12 mil funcionários* ao redor do mundo focados no objetivo de oferecer produtos mais competitivos, inovadores e sustentáveis *para nossos clientes*.

Trabalhamos e investimos diariamente para que nossas soluções continuem a proporcionar *ganhos reais em produtividade* na linha.

Apaixonados por cores, continuaremos investindo e acreditando no Brasil.

**Conte conosco!**

Saiba sobre como podemos contribuir com seu negócio em: [www.axaltacoatingsystems.com](http://www.axaltacoatingsystems.com)





\* Ausentes na foto os  
colaboradores da Sucursal de Caxias  
do Sul, Carolina Zanini e Roberto  
Flunoff, e da Sucursal de Curitiba,  
Renata Mendes Dias

# AutoData

Ano 22 | Agosto 2014 | Edição 300