

AutoData

Ano 23 | Outubro 2014 | Edição 302

Janeiro 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Fevereiro 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28
Março 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Abril 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Maio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Junho 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Julho 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Agosto 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Setembro 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Outubro 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Novembro 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
Dezembro 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Perspectivas 2015

From the Top
Vilmar Fistarol

Salão de Hannover
Direção autônoma

Novas gerações
Uno e City

PROGRAME A RESPOSTA AUTOMÁTICA DO E-MAIL DO ESCRITÓRIO.

**PEUGEOT 3008.
O CROSSOVER BY PEUGEOT.**



APROXIME
O SEU CELULAR
DO QR CODE
E DESCUBRA
MUITO MAIS.

NOVO CROSSOVER PEUGEOT 3008. SE JÁ ERA ESPORTIVO E LINDO, AGORA FICOU MELHOR AINDA: NOVO VISUAL DIANTEIRO E TRASEIRO E INTERIOR PLANEJADO PARA VOCÊ DIRIGIR COM TODO O CONFORTO NA CIDADE OU NA ESTRADA.

HEAD-UP DISPLAY:
INFORMAÇÕES EM UMA TELA
SOBRE O PAINEL PARA VOCÊ NÃO
DESVIAR A ATENÇÃO DA ROTA.



TETO DE VIDRO
PANORÂMICO ATÉ
O BANCO TRASEIRO.



INTERIOR ESTILO
COCKPIT.



PEUGEOT RECOMENDA TOTAL



13 ANOS | FÁBRICA
NO BRASIL



facebook.com/peugeotbrasil

NOVO PEUGEOT 3008

MOTION & EMOTION



Na cidade somos todos pedestres.

3 ANOS*
GARANTIA

REVISÕES PEUGEOT**
PREÇO FIXO

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



PEUGEOT

32 | Capa

É um balaio de fatores que explica as quedas na venda e na produção de veículos em 2014: o arrefecimento da economia, a falta de confiança, o crédito mais seletivo e até as influências externas, como a crise na Argentina, que empata as exportações. Foi certamente um ano difícil, mas serviu para a indústria ajustar suas atividades a uma nova realidade para enfrentar 2015 melhor adequada. A análise deste e as projeções para o ano que vem com os principais executivos do setor.

- 42 | **Sistemistas**
- 50 | **Motores**
- 54 | **Anfavea**
- 58 | **Sindipeças**
- 60 | **Fenabrave**
- 64 | **Anef**
- 66 | **Abeifa**
- 70 | **Fabus**
- 72 | **Anfir**
- 76 | **Agrale**
- 78 | **BMW**
- 82 | **Fiat**
- 84 | **Ford**
- 86 | **Ford Caminhões**
- 90 | **General Motors**
- 92 | **Honda**

AutoData

Ano 23 | Outubro 2014 | Edição 302



- 96 | **Iveco**
- 100 | **MAN Latin America**
- 102 | **Mercedes-Benz**
- 104 | **Nissan**
- 108 | **PSA Peugeot Citroën**
- 110 | **Renault**
- 112 | **Scania**
- 114 | **Toyota**
- 118 | **Volvo**
- 120 | **Volkswagen**
- 124 | **Máquinas Agrícolas**
- 126 | **CNH Agricultura**
- 128 | **CNH Construção**
- 132 | **Volvo CE**
- 134 | **Argentina**

20 | Lançamento

A Fiat fez retoques no Uno e aproveitou para incorporar à gama versão equipada com start-stop e câmbio no volante, decisão inovadora para automóveis da categoria

24 | Lançamento

A Honda iniciou produção em Sumaré, SP, da segunda geração do City quatro meses depois de ser apresentada ao mundo

28 | Lançamento

A Mercedes-Benz do Brasil iniciou importação do seu SUV compacto GLA, modelo que será produzido na futura fábrica de Iracemápolis, SP

140 | Salão

Feira de veículos comerciais de Hannover, na Alemanha, mostra soluções baseadas na direção autônoma e, por consequência, o novo papel do motorista

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

12 | From the Top

Vilmar Fistarol, presidente da CNH Industrial

144 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

146 | Artigo

Saimon Debastiani

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

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 Gíadas, 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

ISN 1415-7756

AutoData é publicação da AutoData Editora Ltda., r. Verbo Divino, 750, 04719-001, Chácara Santo Antônio, São Paulo, SP, Brasil, tel. PABX 55 11 5189 8900, fax 55 11 5181 8943. É proibida a reprodução sem prévia autorização, mas permitida a citação desde que identificada a fonte.

Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJSPSP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/autodata



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Fim da paradinha?

Nada melhor do que um bom e velho arquivo para clarear a memória. E, assim, demos uma olhada no que este mesmo espaço trazia há um ano para ver acertos e erros na perspectiva 2014. É certo que ninguém previa a queda de 8% verificada no acumulado até setembro nas vendas internas. Mas como dizia Olivier Murget, da Renault, o mercado brasileiro, diante do seu potencial, tinha até “direito a uma paradinha”.

Ela realmente veio e em patamar um pouco abaixo do previsto. Mas como há um ano, ninguém vê tragédia pela frente. E com sua boa memória o próprio Olivier lembrou, neste setembro, da paradinha prevista por ele em setembro de 2013. Ele projeta vendas estáveis em 2015, mas faz uma ressalva: “Boas notícias não me surpreenderiam. Pode ser o fim da paradinha”. A maioria fala em estabilidade com a vantagem, como destaca Luiz Corrallo, da Delphi, de a indústria estar ajustada ao novo patamar.

Com participação maciça dos principais executivos do setor e a inclusão de empresas que há um ano não tinham base de produção por aqui, como a BMW, esta edição traz a visão de todos os segmentos automotivos para 2015. Ainda há muita incertezas, mas como há um ano ninguém discute o potencial do Brasil. Ao contrário, investimentos não só estão mantidos como até foram ampliados, caso da GM que anunciou novo ciclo de R\$ 6,5 bilhões até 2018.

E os lançamentos que trazemos nesta edição — Mercedes-Benz GLA, novo Fiat Uno e novo Honda City — comprovam a disposição do setor em reforçar presença no mercado brasileiro com produtos cada vez mais avançados tecnologicamente em termos de conforto, segurança e eficiência energética.

AD

Alzira Rodrigues | editora chefe

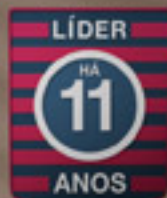
alzira@autodata.com.br

**Indicação a gente já tem.
Para vencer o Prêmio AutoData,
só falta o seu voto.**



Imagens meramente ilustrativas.





Todos juntos fazem um trânsito melhor.



O prêmio AutoData reconhece as empresas que mais se destacaram durante o ano. Líder do mercado há 11 anos, a MAN Latin America concorre em 2 categorias em 2014.

- Veículo Caminhão VW Constellation 19.420, 25.420 e 26.420
- Veículo Ônibus Volksbus 18330 OT e Volksbus 18280 OT

Vote em www.autodata.com.br

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

MAN



**Caminhões
Ônibus**

ZF-TRW 1

Por US\$ 13,5 bilhões a ZF adquiriu a TRW e criou um dos maiores conglomerados do setor automotivo, fornecedor global com vendas anuais de US\$ 41 bilhões e 138 mil funcionários. A capacidade de investimentos combinados em pesquisa e desenvolvimento superaram os US\$ 2 bilhões.

ZF-TRW 2

A ZF anunciou que a operação da TRW funcionará como uma divisão de negócios separada, mas com sinergias em compras e práticas padrão.

Ruville

A Schaeffler lançou no mercado de reposição brasileiro a marca Ruville de produtos e serviços para motor, chassi e direção para veículos de passageiros. A marca integra o portfólio na matriz, na Alemanha, desde 2001.

Toma lá

Na mesma semana em que ZF anunciou a compra da TRW, a Bosch revelou plano de comprar os 50% que ainda não detém da ZF Lenksysteme, joint venture para sistemas de direção.

Associada

A Abeifa tem mais uma associada: a chinesa BYD, que ergue fábrica em Campinas, SP, para produção de ônibus elétricos. Agora são trinta marcas no rol da entidade.

Oficial

Oficialmente começam em novembro as obras civis da fábrica da Jac em Camaçari, BA. Financiamento de R\$ 120 milhões foi aprovado pelo Desenbahia, órgão de fomento baiano, para esta primeira etapa.

Primogênito



Divulgação/Jeep

Quando chegar ao mercado interno, por volta de abril de 2015, o Jeep Renegade terá à disposição rede de concessionárias exclusiva. O carro, primeiro produzido na fábrica da Fiat-Chrysler em Goiana, PE, terá regalia em termos globais: nem mesmo nos Estados Unidos, berço da Jeep, há uma rede dedicada à marca. Atualmente os modelos importados são vendidos em 43 concessionárias Chrysler junto com modelos Dodge e Ram. Sérgio Ferreira, diretor-geral do Grupo Chrysler do Brasil e da marca Jeep na América Latina, diz que a meta é quadruplicar o número de concessionárias até 2016: "Até o lançamento vamos mais que dobrar o número de concessionários no Brasil". A maior parte das novas concessionárias venderá apenas modelos Jeep, mas casas multimarcas do grupo em regiões estratégicas não estão excluídas dos planos da companhia.

Off

Investigação 1

O Cade, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, e os Ministérios Público Federal e de São Paulo investigam suposto cartel no segmento de velas de ignição. A Bosch relatou prática anticoncorrencial e assinou acordo de leniência com o órgão antitruste.

Investigação 2

De 2000 a 2013 executivos da Bosch e da NGK teriam combinado preços, dividido clientes e compartilhado informações comerciais. Em 2014, com a adoção de nova política dentro da Bosch, a prática foi encerrada e relatada ao Cade.

Investigação 3

A Bosch confirmou que prosseguirá cooperando com as investigações. A NGK afirmou não ser possível comentar por desconhecer o acordo de leniência assinado pela Bosch. Assegurou em nota que sempre respeitou todas as leis do País.

Que começo...

Menos de seis meses após a inauguração oficial da fábrica de Resende, RJ, a Nissan colocou em lay off exatos 279 funcionários, de um total de 1,8 mil trabalhadores na unidade.

Comprou

A Federal-Mogul entrou em acordo com a TRW para aquisição de sua divisão de válvulas de motores, por US\$ 385 milhões. A operação tem fábricas em Santo André, SP, e Três Corações, MG.

Traseiro só

Projeto de lei que tramita na Câmara dos Deputados proíbe a venda de ônibus com motor dianteiro para transporte de passageiros.

Motor

A Ford já trabalha, em segredo, na linha de motores que substituirá a da família Sigma hoje presente no New Fiesta, EcoSport e Focus na América do Sul. A nova linha será denominada Dragon e tem lançamento estimado para 2017.

Qual?

O local de produção ainda está em estudo: disputam os novos motores as fábricas de Taubaté, SP, e Camaçari, BA. Favoritismo para a primeira.

Smarttech

O TechCenter, primeiro centro independente de apoio à engenharia brasileira, abriu as portas em Holambra, SP, no mês passado após desembolso de R\$ 5 milhões da Smarttech.

Pacote

A unidade brasileira da Magneti Marelli colocou em prática plano de desenvolvimento local de todos os sistemas necessários à propulsão de um veículo híbrido, dotado de motor elétrico.

Liberada

A Foton Aumark do Brasil recebeu aval das instâncias técnicas da montadora chinesa para produzir também caminhões pesados e extrapesados.

Domínio

A consultoria EY, antiga Ernst&Young, estima: 75% dos veículos globais vendidos em 2035 serão autônomos.

IQA

O IQA, Instituto da Qualidade Automotiva, inaugurou laboratório no PTS, Parque Tecnológico de Sorocaba, Interior paulista. Desembolso da ordem de R\$ 1 milhão.

Discovery

O Discovery Sport, primeiro veículo que a Land Rover produzirá no País a partir de 2016, em Itatiaia, RJ, fará o papel de modelo de entrada da marca britânica no Brasil.

Recorde

O Grupo Volkswagen comemora recorde de 200 milhões de veículos fabricados globalmente em toda sua história. Um modelo VW XL Sport representou o marco.



A Renault instalou oitenta painéis solares em área de acesso à fábrica de São José dos Pinhais, PR. Durante o dia geram em torno de 20kwh para abastecer veículos elétricos da marca e iluminar algumas instalações do complexo.

Mais uma fábrica

A Aisin anuncia a construção de uma nova unidade industrial destinada à fabricação de componentes para motores, freios e transmissão. A partir de processo com injeção de alumínio as peças terão peso reduzido, resultando em menos emissão de poluentes e uso de combustível. Com abertura prevista para fevereiro de 2016 a unidade, estrategicamente localizada em Itu, SP, em terreno de 121 mil m², visa abrir duzentas novas vagas de emprego, totalizando cerca de 750 colaboradores no grupo até o início da produção. A nova fábrica faz parte de um total de R\$ 320 milhões de investimentos da companhia no País até 2016 — só a nova unidade conta com aporte de R\$ 140 milhões.

Euro 6

A Bosch inaugura laboratório de motores diesel em sua unidade industrial de Curitiba, PR. Investimento de cerca de € 6 milhões, com área de 1,4 mil m², preparado para executar projetos das normas Euro 6.

O número

8,4

milhões de veículos seminovos foram vendidos no Brasil de janeiro a agosto

Emissões

A Moto Honda investiu R\$ 2,5 milhões em sua fábrica de Manaus, AM, para uma estação de medição e redução de pressão com o objetivo de receber 4 mil m³ de gás natural proveniente do gasoduto de Urucú. Com isso a companhia deixará de emitir mais de 1,5 toneladas de CO₂ por ano

Crédito aprovado

Uma linha de financiamento de R\$ 195,4 milhões foi aprovada pelo BNDES para a Ford. De acordo com comunicado divulgado pelo banco de fomento, os recursos compõem o investimento para a criação, desenvolvimento e produção do novo Ka em Camaçari, BA.

Volvo Bus

A Volvo Bus Latin America vendeu 274 ônibus para o SITP, Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá, capital da Colômbia. Foram 204 para a ETIB, Empresa de Transporte Integrado SAS, e setenta unidades convencionais com piso baixo para a Massivo Capital.

Respeite os limites de velocidade.



NÃO É APENAS
UM CARRO
COMPLETO.
É UM ECOSPORT
COMPLETO.

- ▶ 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"



Go Further

From the Top

A portrait of George Guimarães, a middle-aged man with grey hair, glasses, and a goatee, smiling. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a red tie. The background is a light-colored wall with horizontal blinds. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing the quote.

“Não podemos
ratear agora”

Entrevista a Alzira Rodrigues e George Guimarães | redacaoad@autodata.com.br

Divulgação/CNH*i*

Vilmar Fistarol acaba de completar um ano na presidência do braço latino-americano da CNH Industrial, o conglomerado que reúne mundialmente empresas como Case, New Holland, Iveco e FPT, dentre outras. Esse primeiro período, admite o executivo, foi mais difícil do que ele mesmo imaginava.

Além de empreender os primeiros passos para a criação da imagem do

novo grupo, que faturou US\$ 33,5 bilhões em 2013, Fistarol viu-se às voltas com um mercado brasileiro — responsável por metade das atividades da região que comanda — muito aquém do esperado nos vários segmentos nos quais a CNHi, como é mais conhecida, está presente aqui: caminhões, máquinas agrícolas e de construção e motores a diesel.

Ainda assim as experiências ante-

riores, como a direção das compras mundiais da Fiat-Chrysler, da Teksid e da Fiat Argentina, levam o catarinense com quase 25 anos de Grupo Fiat a não se assustar com facilidade. Ele é otimista quanto ao futuro do Brasil e, em particular, do setor de bens de capital aqui: “Os soluçõs vamos administrar, não tem jeito. É óbvio que a onda positiva voltará. No Brasil a queda é rápida mas a recuperação também”.

O grupo faturou US\$ 33,5 bilhões em 2013 e a meta é chegar a US\$ 38 bilhões até 2018. A América Latina responde por 19% dos negócios.

A CNHi já tem um ano no Brasil e até o momento poucos sabem da sua existência e propósito. Por quê?

Na verdade todo mundo conhece as marcas que estão dentro da CNHi, como Case New Holland e Iveco. E isso é o mais importante. É um conglomerado surgido da agrupamento da Case New Holland com a Fiat Industrial. De um lado ficou o mundo do automóvel e seus componentes e de outro tudo que está ligado a bens de capital. Ainda que a base dos acionistas seja a mesma é um outro negócio, as equipes são completamente diferentes. Com a separação deu-se autonomia a cada um dos lados para fazer aquilo necessário para ter resultados.

É uma empresa de que tamanho?

Em 2013 o grupo faturou US\$ 33,5 bilhões, considerando todos os segmentos: transporte de passageiros, de carga, máquinas agrícolas e de construção e powertrain. E objetivamos chegar a US\$ 38 bilhões

em 2018. Os veículos comerciais respondem por cerca de 33% desse faturamento, máquinas agrícolas por 45%, máquinas de construção por 11% e powertrain também 11%.

E com quanto a América Latina contribui?

Em 2013 foram 19%. E um ano antes, 2012, a participação ficou perto de 15%. Ou seja: já tivemos um crescimento expressivo.

Em função do quê?

Avançamos nos negócios agrícolas, de motores e também de caminhões, que cresceu em números absolutos, embora não tenha avançado em participação. Mesmo na construção, ainda que não tenha crescido o esperado.

A CNHi está dividida nas operações Nafta, Ásia-Pacífico, Europa e América Latina. Qual é o critério para a formação desses blocos?

É uma questão física, mas obviamente

A potência dos tratores na América do Sul cresceu algo como 20% nos últimos cinco anos. E isso tem gerado muitas compras. Há ganhos expressivos em produtividade.

segue experiências que tivemos no mundo do automóvel e que melhor se ajusta do ponto de vista da gestão do negócio. E também em função de similaridades no desenvolvimento ou no atraso, se preferirmos, dessas regiões. Na América Latina temos motores com tecnologia Euro 3 e Euro 5, até Euro 0. Faz mais sentido então gerenciar esses mercados a partir daqui e não da América do Norte, por exemplo, cuja linha de produtos tem muitas diferenças. Então fazemos essa química da proximidade física que ajuda na gestão com a similaridade de produtos.

A exemplo do que dizem os grandes conglomerados automotivos os países do Brics também encerram as maiores oportunidades de crescimento para o setor de bens de capitais?

Se olharmos o comportamento de regiões como América Latina e Ásia-Pacífico o potencial de crescimento é incrível. Mas do ponto de vista do volume absoluto Estados Unidos e Europa continuam um monstro, que não se tornará um monstro maior, mas que se fica um pouco nervoso causa um impacto nos resultados do setor tão grande quanto.

Recentemente vivemos a realidade de os Estados Unidos apresentarem dificuldades, e ter regiões como América Latina e Ásia-Pacífico com esse potencial ajuda um pouco a equilibrar a conta, até porque temos plataformas similares no mundo inteiro.

Uma colheitadeira ou máquina de construção é igual em qualquer lugar do mundo?

Há grandes similaridades em muitos produtos. Hoje ainda temos alguns produtos específicos que foram lançados há algum tempo e se mantiveram em alguns mercados. Mas com o avanço das plataformas globais teremos cada vez mais produtos semelhantes em todo o mundo, com alguma modificação para um determinado mercado. Todos os nossos lançamentos recentes têm plataformas globais: tratores, motores, colheitadeiras. Com caminhões é a mesma coisa. Tudo, claro, respeitando as regulamentações de cada país no qual atuamos.

Há algum segmento que tem se destacado na América do Sul?

Por incrível que pareça os segmentos que mais chamam a atenção são aqueles que têm a ver com produtividade. A potência dos tratores cresceu algo como 20% nos últimos cinco anos. E isso tem gerado muitas compras. Também em colheitadeiras. Temos um cliente no Rio Grande do Sul que está trocando vinte colheitadeiras por apenas cinco novas. Isso para ganhar em produtividade.

A CNHi pretende ter aqui toda a linha de produtos que dispõe no mundo?

Não, há alguns produtos que continuarão importados porque a utilização aqui ainda é muito



Reconhecimento nas pistas, nas ruas e nos prêmios.

A Pirelli é finalista nas categorias **Gestão
e Sustentabilidade do Prêmio Autodata
- Os Melhores do Setor Automotivo 2014.**

Vote e ajude a mostrar que, depois de 85
anos investindo no Brasil, o nosso trabalho
continua sendo muito bem feito.



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE

incipiente ou de mercado restrito. Ou seja: produtos que não compensa produzir internamente, que realmente não seria rentáveis.

E os anunciados ônibus da Iveco?

Até hoje não saíram do papel...

Estão chegando (risos). Começamos com o micro-ônibus. De toda a maneira estão nos nossos planos e chegarão em um prazo muito curto, antes do que a maioria das pessoas imagina. É um investimento que serve para o Brasil e para a América Latina inteira.

A Iveco vem sofrendo muito no mercado interno de caminhões e, paralelamente, promoveu uma série de alterações no seu quadro diretivo. O que decorre do quê?

Priorizamos o crescimento nos primeiros anos e para isso lançamos muitos produtos e trabalhamos na expansão da rede. Foi um esforço enorme. Agora estamos numa fase de consolidação. É importante fazer esse retrospecto: após a crise de 2008 as concorrentes, que estavam voltadas para a exportação, se viraram para o mercado interno, nosso foco de atuação já com uma boa linha de produtos em oferta.

E produtos nacionais...

Hoje nosso esforço continua na localização de componentes. Nossos produtos já têm Finame, claro, mas o Finame não resolve os problemas da competitividade externa, o que é essencial para quem olha para frente.



Simão Salomão

“Hoje nosso esforço continua na localização de componentes. Nossos produtos já têm Finame, claro, mas o Finame não resolve os problemas da competitividade externa, o que é essencial para quem olha para frente.”

A Iveco bateu muito na tecla de que almejava 10% do mercado brasileiro. Isso mudou?

Não perdemos isso de vista, claro. Mas precisamos dar tempo ao tempo e estamos respirando. A Iveco já tem uma linha de modelos tão grande quanto às das fabricantes que estão aqui há meio século.

Mas lançar tantos produtos em tão pouco tempo talvez não tenha sido um erro?

Não creio. Acho que se não fosse essa estratégia muito provavelmente nossa participação hoje seria a metade. E também não poderíamos ter a cobertura territorial atual. A ideia era aproveitar as oportunidades.

A CNHi divide algumas compras ao menos com a Fiat-Chrysler?

Novamente: as estruturas são totalmente separadas. O que existe, sim, são sinergias nas áreas nas quais os produtos e os fornecedores são comuns. Aço é um caso típico.

O senhor tem experiências nos dois lados. Qual é o mais complicado?

O setor de bens de capital é de uma complexidade incrível. Na América Latina são 1 mil 50 pontos de vendas de 370 grupos de todas as marcas. Cerca de metade está no Brasil, que responde também por mais da metade do faturamento da região. Por isso a agenda não é fácil de acertar. Não sobra tempo para nada (risos). Gerenciar o fornecimento de componentes então é coisa para

No Brasil a queda é rápida, mas a recuperação também. É óbvio que a onda positiva voltará.

gente grande. Uma colheitadeira tem cerca de 15 mil itens! O número de fornecedores para o segmento agrícola, por exemplo, é o dobro do de automóveis. Há muitas empresas regionais em função das diversas aplicações que as máquinas têm.

Essa diversidade também deve dificultar as exportações...

Dos produtos que fabricamos aqui, à parte a questão da competitividade, quase todos poderiam seguir para o restante da América Latina. Mas a briga por esses mercados é grande e temos a facilidade de vender produtos trazidos de outros polos. Ainda vendemos produtos brasileiros na América do Sul, mas bem menos do que antes.

Nem a proximidade física ajuda?

Bem, também temos de enviar a colheitadeira daqui para o Paraguai e o custo logístico no Brasil, todos sabemos, é um fator impeditivo. O custo para trazer uma máquina da China é muito similar. O que tem de diferente é o prazo menor para entrega a partir do Brasil. Nossa cadeia logística, isso se discute há muito tempo, tem muito o que avançar ainda.

E a FPT continua com o propósito de buscar clientes fora do Grupo Fiat?

É só observar alguns segmentos como o agrícola, além dos caminhões. A geração de energia é uma área da qual ninguém se dá conta, mas é o

segmento de maior desenvolvimento neste e no ano passado. A FPT, devagar, está mostrando sua capacidade industrial, de desenvolvimento e de sinergia com o restante do grupo no mundo. É ainda muito jovem no Brasil.

A CNHi investe quanto no Brasil?

Perto de US\$ 150 milhões ao ano em pesquisa e desenvolvimento, fornecedores, ferramental e adaptação e ajustes das linhas atuais .

E em capacidade produtiva?

É só olharmos os dados de mercado para saber que há capacidade ociosa por tudo que é lugar em toda a cadeia. As vendas de tratores estão 20% abaixo do ano anterior, as de colheitadeiras 25%, equipamentos de construção pouco menos de 20% abaixo, caminhão então... Quem está bem está com 15% de ociosidade, quem está mal tem 25%. E isso não há reestruturação que aguentar. Tudo bem que o mercado cresceu nos últimos anos, mas as empresas se prepararam para isso, aumentaram capacidade e investiram em formação e contratação de pessoal.

Ou seja, o primeiro ano da CNHi está sendo difícil...

Esperávamos um ano complicado após um primeiro quadrimestre com indefinições sobre o PSI, fundamental para o nosso setor, mas não tanto.

O segundo ano será menos complicado para o grupo?

Particularmente tenho uma visão muito positiva. Não obstante o momento político muito singular, alguma coisa precisa acontecer para manter o rumo dos investimentos e o nível de ocupação nas fábricas. Entendo que o ano que vem será complicado por uma série de circunstâncias, mas é difícil acreditar que será pior do que 2014 em termos de resultados das empresas. Nossa gestão hoje é baseada no dia a dia, na contenção de custos e fazendo o mínimo necessário para poder continuar investindo. É óbvio que a onda positiva voltará. No Brasil a queda é rápida, mas a recuperação também. Até outro dia as empresas em geral brigavam para roubar profissionais da concorrência, hoje estamos fazendo de tudo para preservar esses postos de trabalho e não dispensar gente.

E o setor de bens de capital tem terreno fértil ainda...

Volto a insistir: sou positivo. Independente do arrocho que pode vir e de quem estiver no Planalto temos as privatizações, programas do governo como o Minha Casa, Minha Vida, as obras do PAC 3, essas coisas têm que sair do papel e dar resultado. Os soluços vamos administrar, não tem jeito. Mas se olharmos vinte anos para trás veremos que já vivemos algo muito pior. Quando o mundo puxava a economia para baixo o Brasil se defendeu bem. Agora, que a economia mundial começa a reagir, não podemos ratear.

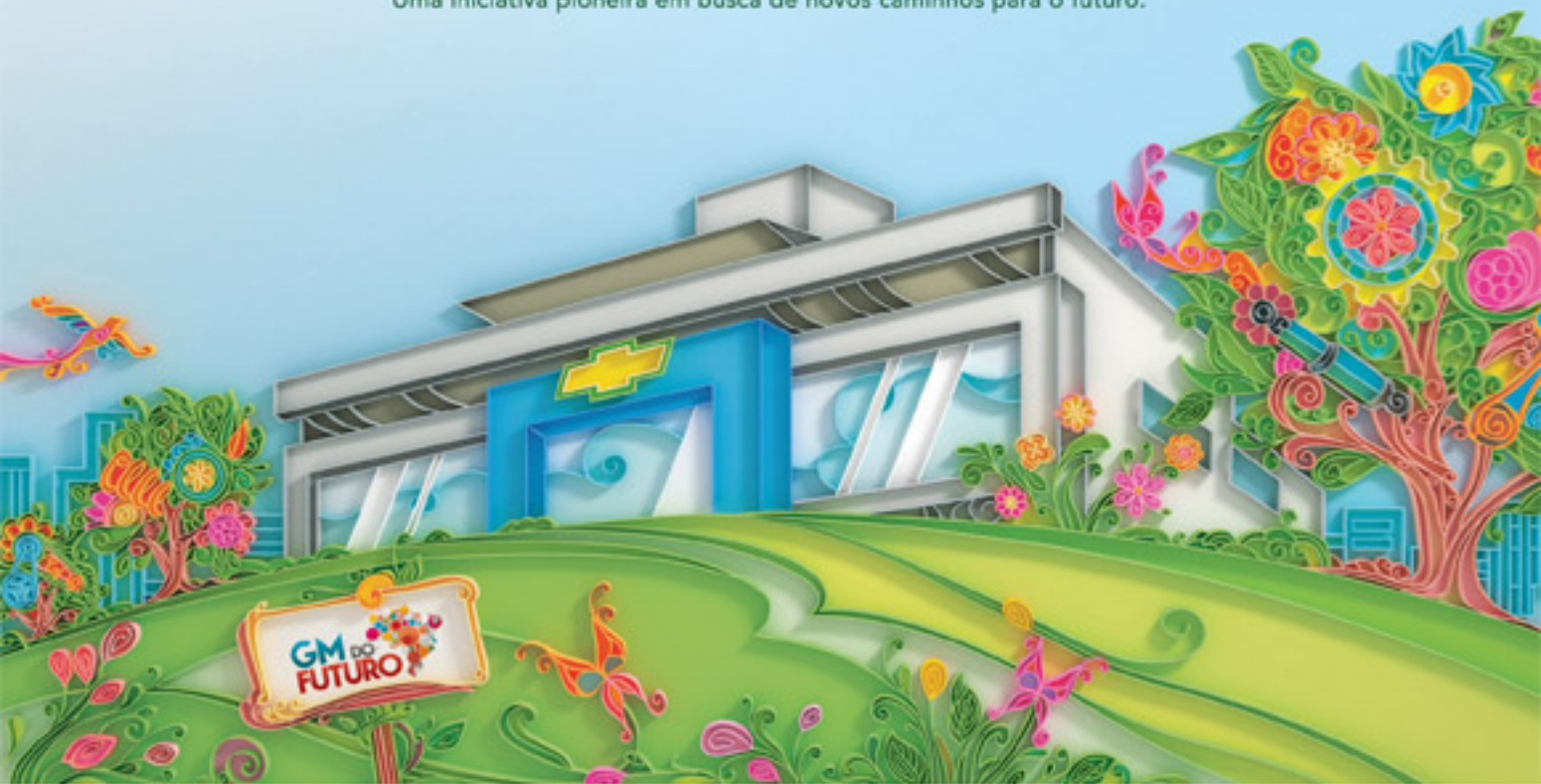
AD

“A CNHi investe perto de US\$ 150 milhões ao ano em P&D, fornecedores, ferramental e adaptação das linhas atuais”



*1º Prêmio de Sustentabilidade Chevrolet
para Concessionárias. É o compromisso da Chevrolet
com seus clientes e com a natureza.*

A Chevrolet valoriza as práticas sustentáveis em suas concessionárias por todo o Brasil. Por isso, criou um prêmio para reconhecer os esforços em busca da preservação dos recursos ambientais e de um melhor equilíbrio no desenvolvimento social. Uma iniciativa pioneira em busca de novos caminhos para o futuro.



Saiba mais em:

www.chevrolet.com.br/universo-chevrolet/noticias





Divulgação/FCA

Premium. É o que parece o novo Uno.

Vicente Alessi, filho, de Buenos Aires, Argentina | vi@autodata.com.br

É só prestar atenção: a tendência resultará em febre e os consumidores podem começar a se habituar com a ideia: veículos de entrada dotados de toda a sopa de letrinhas e confortos e facilidades antes reservados para aqueles de segmentos situados bem mais acima no espectro veicular brasileiro. Exemplo?: um Uno 2015 — o novo Uno — dotado de exclusivo sistema para e anda, o start-stop pro-

Fiat incrementa a linha. Vivace permanece em produção. E fornecedores ganham espaço.

duzido pela Bosch, o sistema Dualogic da Magneti Marelli com botões para a troca de marchas. E espelho retrovisor externo com setas de direção incorporadas, como o apresentado à imprensa em 4 de setembro em Buenos Aires, Argentina.

E que tal uma ponteira dupla para enfeitar o escapamento? Ou um acelerômetro e um dispositivo que indica a hora de troca de marcha?

As versões Vivace, de 2 e 4 portas, seguem inalteradas e em produção, a R\$ 26 mil 730 e a R\$ 28,5 mil. Depois vêm as versões, sempre de 4 portas, dos novos Uno Atrative, 1.0, por R\$ 30 mil 990, Way, 1.0 por R\$ 31 mil 490 e 1.4 por R\$ 34 mil 990, Evolution, 1.4, por R\$ 34 mil 990 — a única com o sistema para e anda —, e Sporting, 1.4, por R\$ 36 mil 650, todas com motor flex fuel.

O que exatamente diferencia as versões é o crescente acréscimo da sopa de letrinhas e de confortos e facilidades que, obviamente reflete no preço. A Fiat fez algumas escolhas. Escolheu a versão Evolution para ser a primeira, no Brasil, a ostentar o sistema liga e desliga, e as Way 1.4 e Sporting para desfraldar o pioneirismo do sistema de câmbio Dualogic, com a tecnologia Free Choice, acionado por botões — se o motorista quiser pode efetuar as mudanças de marchas por meio de borboletas colocadas no volante. Nesse caso um Way 1.4 passa a custar R\$ 37 mil 970 e um Sporting R\$ 39 mil 630.

Pesquisas e clínicas realizadas pela Fiat mostraram que o estilo era o motivo de compra apontado por 74% do público jovem consultado a respeito de veículos hatch compactos. E que economia, para estes, era ideia muito bem-vinda, assim como a menor produção de poluentes e a praticidade.

“Nós conseguimos atualizar o novo Uno sem descaracterizar o produto”, disse o diretor de engenharia Carlos Eugênio Dutra. “Foi mais um desafio.”

Carlos Eugênio gostou muito do resultado do volante funcional, afinal,

escolhido para a linha Uno 2015. E aplaudiu o para e anda da Bosch, “que de acordo com as medições economiza até 20% de combustível em percursos urbanos” — ou um tanque inteiro a cada cinco, como lembrou Claudio Demaria, diretor de desenvolvimento e design da Fiat. O que dizer, então, do câmbio comandado por botões?

Demaria destacou as “superfícies mais robustas” dos Uno 2015, que lhes deram um visual mais largo. E quase fez poesia com o para-choque dianteiro que emoldura conjunto ótico tridimensional e com o resultado dos esforços de design para a traseira dos carros.

Diretor comercial, Lélío Ramos garantiu que o consumidor “se surpreenderá com os preços competitivos do novo modelo e, principalmente, com o seu conteúdo, típico de veículos pertencentes a segmentos superiores”.

A Fiat projeta que, de toda a Família Uno, os novos Uno terão 60% de participação nas vendas, e o resto ficará com Vivace. Dentro disso Atrative ficará com 30%, Way 1.0 e Evolution com 10% cada e Way 1.4 e Sporting com 5% idem. As vendas Uno são de 10 mil a 12 mil unidades/mês.

PAPEL DOS FORNECEDORES — Bosch, Magneti Marelli e Mopar dividiram, com a Fiat, as honras do lançamento das versões do Uno 2015 à custa de seus próprios esforços no desenvolvimento de componentes e acessórios, que passarão a fazer a diferença no segmento de veículos de entrada.

A ideia é economizar e/ou facilitar a

“Do total da família Uno, 40% serão da versão Vivace e o restante do novo modelo, com preço a partir de R\$ 30 mil 990

vida do consumidor. E deixar seu carro mais atraente, na onda do momento. O para e anda da Bosch é exemplo disso, assim como o câmbio Dualogic comandado por botões, ou borboletas, da Magneti Marelli.

Mas talvez a maior novidade seja a presença da Mopar, empresa que tradicionalmente desenvolve acessórios para a Chrysler e que há pouco mais de um ano está no Brasil: só para os Uno 2015 apresentou 120 itens de personalização.

Seu portfólio inclui rádio Easy 4 U para interatividade com smartphones, câmara de ré com imagem em tela de

LCD incrustada no retrovisor interno, central multimídia com tela de 6,2 polegadas. Também são Mopar mais de quinze opções de rodas e calotas e soluções para personalização externa, segurança, sonorização, esportividade e conforto.

O sistema start-stop da Bosch demorou quatro anos para integrar um carro produzido no Brasil: os dois primeiros de namoro e, depois, de desenvolvimento, disse Rafael Borelli, do marketing e do gerenciamento de produtos:

“A equipe começou se fazendo muitas perguntas, como ‘será que o

público aceita esse tipo de inovação, de solução?’, ‘será que conseguiremos produzir a preço competitivo?’. Fizemos muita pesquisa e muitas clínicas, colocamos carros dotados do sistema para que clientes experimentassem. A Fiat desenvolveu o sistema que desejava, descreveu as suas virtudes, e nós o produzimos de acordo.”

Basicamente o sistema dispõe de uma unidade de comando de origem brasileira, de um motor de partida por enquanto importado, de um sensor de bateria importado por falta de fornecedor e de bateria nacional.

A Bosch destina 3% de seu faturamento à pesquisa e ao desenvolvimento, R\$ 154 milhões em 2014, e não discrimina o custo individual de cada projeto.

Além do câmbio Dualogic, nome adotado pela Fiat para seu Free Choice, a Magneti Marelli mostrou um novo display multifuncional com a tecnologia TFT com tela de 3,5 polegadas e de alta resolução.

A esse quadro de instrumentos, novo, adequou-se a plataforma elétrica igualmente nova com processador de maior capacidade de fazer contas, para controlar várias funções e para mostrar imagens e texto.

Também são Magneti Marelli, Co-fap, os amortecedores do Novo Uno, faróis, silencioso e coletor com catalisador integrado, a ponteira de saída dupla da versão Sporting. Muito do material plástico dos novos Uno são produzidos pela unidade de componentes e módulos plásticos da Magneti Marelli.

AD

O exclusivo sistema start-stop, da Bosch, equipa a versão Evolution



PST ELECTRONICS®

A INOVAÇÃO DA PST E A QUALIDADE DA TOYOTA.
PARCERIA DE SUCESSO NA CONSTRUÇÃO DE UM GRANDE CARRO.



**A PST É A FORNECEDORA
DO SENSOR DE
ESTACIONAMENTO PARA
A SÉRIE ESPECIAL DO
TOYOTA ETIOS PLATINUM**



+

**Sensor de estacionamento
genuíno para ETIOS HB,
ETIOS SD, ETIOS CROSS E
COROLLA**

+

**Alarmes genuínos para
ETIOS HB E ETIOS SD**

Equipar um sucesso de vendas como o Etios Platinum é uma grande satisfação para nós. Afinal, até mesmo para uma empresa líder em segurança automotiva na América Latina, fornecer equipamentos de segurança e conforto para a Toyota, montadora referência em qualidade, é mais que um desafio de inovação e tecnologia. É um trabalho que envolve muito entusiasmo.

www.pst.com.br | www.positron.com.br



Ao alcançar a marca de 150 mil unidades produzidas no Brasil, na fábrica de Sumaré, SP, o City chega a sua segunda geração, com mudanças no design, no espaço interno e no conjunto mecânico a preços que vão de R\$ 54 mil a R\$ 69 mil.

Com o início de suas vendas no fim de setembro a Honda pretende acelerar os negócios da marca neste último trimestre do ano e encerrar 2014 com volume próximo ao de 2013, em torno de 140 mil emplacamentos. Até agosto a montadora vendeu 84 mil veículos e conquistou, no acumulado do ano, 4,2% do mercado — índice superior aos 3,9% de 2013.

Durante a apresentação do novo City, em Atibaia, SP, Sérgio Bessa, diretor comercial, afirmou que a em-

Novo global da Honda

A segunda geração do City chega ao Brasil apenas quatro meses após apresentação mundial

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

presa opera em dois turnos a fábrica de Sumaré, SP, sem problemas de ociosidade. “Por conta do processo de transição e da parada da produção da geração anterior do City em junho as vendas do modelo desaceleraram este ano, ficando em 20 mil unidades no acumulado até agosto. Mas agora, com a chegada da nova geração, pre vemos para o último trimestre comercializar de 3 mil a 4 mil por mês.”

A Honda renovou todos os seus produtos este ano — o Fit em maio e Civic em junho, ambos com plataformas globais, mesmo caso do City. De acordo com Bessa a fabricante atingiu em agosto participação de 4,4% no mercado total de automóveis e comerciais leves, “o melhor resultado da Honda no Brasil”.

No segundo semestre de 2015 será inaugurada a segunda fábrica no País, em Itirapina, SP, onde inicialmente produzirá o Fit:

“O novo City chega ao Brasil quatro meses após seu lançamento mundial. É praticamente um lançamento simultâneo. Tivemos de fazer os naturais ajustes, dentre as quais o motor 1.5 i-VTEC FlexOne, fruto de trabalho da engenharia local.”

FIM DO TANQUINHO — O diretor comercial informa que o novo City teve um reajuste médio de 2,5%, fruto de repasse parcial de uma série de novas tecnologias incorporadas ao sedã.

Dentre as principais novidades está o motor 1.5 i-VTEC 16V, o mesmo da linha Fit, que conta com a tecnologia FlexOne e dispensa o tanque auxiliar

de gasolina para partida a frio, pois aquece o combustível no próprio bico injetor, quando necessário. Desta forma a Honda deixa de utilizar o chamado tanquinho em toda a sua linha comercializada no País.

Agora em sua segunda geração o sedã está disponível em quatro versões: DX, LX, EX e EXL. A DX, de entrada, é a única com câmbio manual de 5 marchas. As demais vêm com o câmbio CVT, sendo que os EX e EXL têm a configuração com sete velocidades e paddle shift, aletas atrás do volante.

Internamente o sedã ficou mais espaçoso. De acordo com Daniel Florentino, líder local do projeto City, a distância entre-eixos foi ampliada em 50 mm e o comprimento total em 55 mm:

“A altura total do sedã aumentou 10 mm e os passageiros do banco traseiro contam agora com mais espaço para acomodação das pernas, a partir do aumento de 60 mm na distância para os bancos da frente e mais 70 mm no espaço para os joelhos”.

AD

Com entre-eixos
ampliado em 40
mm o sedã ganhou
maior espaço
interno





Por que a CNH Industrial foi

Porque a CNH Industrial é líder global no setor de bens de capital. Porque possui presença mundial, com 62 fábricas, 48 centros de pesquisa e desenvolvimento e 71 mil empregados. Também porque possui uma importância muito maior que sua grandeza. E porque é um grupo responsável pela produção de motores on-road, off-road, marítimo e para geração de energia, pela fabricação de caminhões e veículos comerciais, equipamentos agrícolas e de construção. Porque suas máquinas ajudam no desenvolvimento do mundo, produzindo alimentos, construindo estradas e obras de infraestrutura e transportando a riqueza para o Brasil e os demais países onde atua. É por tudo isso que a CNH Industrial foi indicada ao Prêmio AutoData.

Agora só falta o seu voto. Vote na CNH Industrial para o Prêmio AutoData 2014.

VEJA AS INDICAÇÕES:

- **CASE NEW HOLLAND** – Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção
- **IVECO CITYCLASS** – Veículo Comercial Leve
- **FPT** – Produtor de Motores



indicada ao Prêmio AutoData?



Onde tem desenvolvimento, tem a nossa marca.
AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA





Imagem antes de tudo

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

Divulgação/MBB

A diminuta Itacemápolis, SP, é cercada de canaviais e, naturalmente, vive sob a batuta da economia da agroindústria. Assim, seus poucos mais de 20 mil habitantes, por enquanto, estranham o movimento de forasteiros de dentro e de fora do País nas ruas e entorno da cidade e que nada tem a ver com as coisas da terra.

Essa gente nova está ali para erguer, a uns 5 quilômetros do largo da matriz, a terceira fábrica brasileira da Mercedes-Benz, a única de automóveis. Por enquanto, são apenas alguns poucos engenheiros que coordenam a movimentação das primeiras máquinas de

O Mercedes-Benz GLA, SUV que será produzido aqui em 2016, chega às vendas este mês importado. Mas de SUV mesmo só tem o nome.

terraplenagem. Em pouco mais de um ano, porém, a conta deve chegar a 1 mil trabalhadores.

Embora o local seja ainda uma enorme área de terra vermelha, Itacemápolis já foi apresentada ao mundo dos eventos automotivos em 15 de setembro. Em um galpão onde recebe e prepara seus veículos importados para a distribuição nacional, a Mercedes-Benz apresentou naquela noite o GLA, o segundo modelo que produzirá no Interior paulista a partir de meados de 2016 e apenas alguns meses depois do início de fabricação do Classe C.

O carro, já nas vendas, é identi-

ficado pela fabricante como um SUV urbano. A não ser pelo embalado segmento de SUVs compactos, que cresceu 66% nos últimos cinco anos no Brasil, é difícil entender o porquê dessa qualificação. Carroceria e outros atributos em nada lembram os de utilitário esportivo. Nem mesmo a altura com relação ao solo. O modelo está mais para uma versão aventureira de um hatch. E olhe lá!

De qualquer forma, é essa a imagem que a Mercedes-Benz quer consolidar para seu futuro nacional. O GLA, é certo, agrada a um público mais jovem, algo diferente de quem encontra nos clássicos sedãs da marca a melhor tradução para seu estilo de vida.

Mas público jovem não significa de menor fôlego financeiro, bem entendido. A versão de entrada, GLA 200 Advance, custa a partir R\$ 132,9 mil, enquanto a intermediária, GLA 200 Vision, sai por R\$ 149,9 mil, e a top, batizada de GLA 200 Vision Black Edition, custa R\$ 152,9 mil. Todas com 1.6 motor turbo de 156 cv a gasolina. A transmissão automática de dupla embreagem dispõe de sete velocidades e sistema start-stop é de série.

Com produção em outros quatro países, o GLA deriva da mesma plataforma do Classe A e o produto para o mercado brasileiro, embora deixe a desejar ao não dispor de série GPS e câmera de ré na versão mais barata, conta com extensa lista de dispositivos de conforto e segurança. Estão disponíveis, por exemplo, sistema de estacionamento sem atuação do motorista, sensor de chuva, piloto auto-

“Derivado da plataforma do Classe A, o GLA é oferecido a partir de três versões com motor turbo de 156 cv

mático, ar-condicionado digital, faróis bi-xenônio com LED, air bags para os joelhos, assistente de saída em rampas e até o Attention Assist, sistema que alerta o condutor em caso de sonolência e sugere parada para descanso.

Junto com as três versões iniciais do GLA, a Mercedes-Benz apresentou programa de financiamento para o modelo. O chamado Easy Way permite ao consumidor desembolsar entrada de R\$ 40 mil e pagar o restante em trinta parcelas de R\$ 2,8 mil, restando ao final um residual de 30% do valor do bem. O modelo vem amparado também por programa de revisão com preços fixos e seguro equivalente a 2,6% do valor de compra.

RELEVANTE — Carro, sistema de pagamento e pacote de serviços animam Dimitri Psillakis, diretor de vendas e marketing da Mercedes-Benz. Tanto que o executivo calcula que só nos últimos três meses deste ano deve vender cerca de 1 mil unidades do modelo. Algumas delas das versões AMG e 250, que serão mostradas no Salão do Automóvel de São Paulo este ano.

O Mercedes-Benz GLA terá papel relevante nas vendas da fabricante no mercado brasileiro antes mesmo de ser nacionalizado, aposta o diretor de vendas e marketing: “Devemos vender de 4 mil a 5 mil unidades”.

Somente essa ordem de grandeza da boa dimensão do que a empresa espera do modelo. Afinal, de janeiro a agosto deste ano negociou no mercado nacional pouco menos de 6,5 mil unidades de todos os modelos. **AD**



É ANO DE ELEIÇÃO.



ESCOLHA O CANDIDATO
QUE MAIS AJUDA O SEU NEGÓCIO:

FORD CARGO 1119.

VOTE

E AJUDE A FORD CAMINHÕES
A SER CAMPEÃ NO PRÊMIO
AUTODATA.



INDICAÇÃO: Veículo Caminhão
www.autodata.com.br



0800-703 FORD
3 673

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Sai o operacional, volta o estratégico

Retração do mercado assusta mas o setor consegue se ajustar e cria novas bases para enfrentar o ano que vem. Recuperação só em 2016.

S Stéfani | stefani@autodata.com.br

Ufa! Desta vez o susto foi grande. Quase pânico. Mas, felizmente, quando, em setembro, a poeira gerada pelo terremoto começou a baixar, constatou-se que os danos estavam limitados a vidros quebrados ou, no máximo, a rachaduras em poucas paredes. A estrutura permanecia firme em pé. Traduzindo para o economês: apesar de as vendas continuarem frias e os estoques acima do desejável o setor automotivo en-

trou no último quadrimestre do ano com a certeza, quase convicção, de que não se estava diante de uma questão estrutural mas, sim, apenas, de um problema conjuntural. Um ajuste.

Fase desagradável, é claro. Até bem desagradável. Mas com razões bem identificadas de ser. E, mais importante, com provável tempo certo para terminar: talvez já em 2015, mais tarde em 2016, na dependência da nova política econômica a ser adotada pelo

3,51
milhões de
veículos vendidos
em 2010

3,80 milhões em 2012

3,63
milhões em 2011

3,76
milhões emplacados
em 2013

Pule uma jogada

governo que tomará posse em janeiro.

Em termos práticos, segundo interpretação de sistematistas e fabricantes de componentes (ver pág. 42), isto significa que, se é bem verdade que 2014 é um ano para ser esquecido, há consenso de que, a partir dos ajustes em curso, tanto nos estoques quanto nos custos, inclusive de pessoal, as empresas entrarão em 2015 bem melhor preparadas para operar neste novo e menor patamar de produção e vendas.

E mais: há também o consenso de que, qualquer que venha a ser o novo governo, em um ou dois anos a fase de crescimento contínuo será retomada, os investimentos, de forma geral, estão todos mantidos, tanto pelas montadoras quanto pelos fornecedores. Como observa Cledorvino Belini, presidente da Fiat, “no máximo com um pequeno ajuste ao novo fluxo de caixa”.

Tanto é verdade que, em agosto, a General Motors, por exemplo, ao mesmo tempo em que fazia feirões nos fins de semana para desovar estoques, causou surpresa ao anunciar o início

de um novo ciclo de investimento, de R\$ 6,5 bilhões, a ser aplicado até 2018.

A contradição era apenas aparente. Tais recursos, segundo o presidente Santiago Chamorro, terão como prioridade novos produtos automotivos, novos produtos comerciais, ajustes necessários para adequação ao Inovar-Auto e, por último, em sua menor parte, aumento da capacidade de produção: “Consumimos vários anos para estar com uma linha inteiramente nova e atualizada para disputar todos as faixas do mercado e não podemos correr o risco de perder isto”.

LÁ NA FRENTE — Na área dos sistematistas e fabricantes de componentes o quadro não é diferente, como recorda Abdo Kassisse, gerente da Faurecia para a América do Sul, empresa que investe € 1 milhão este ano na instalação de centro de tecnologia especializado em assentos automotivos: “A fase é de desenvolver novos produtos e acompanhar as exigências das montadoras. Quem parar agora perderá o fecha-

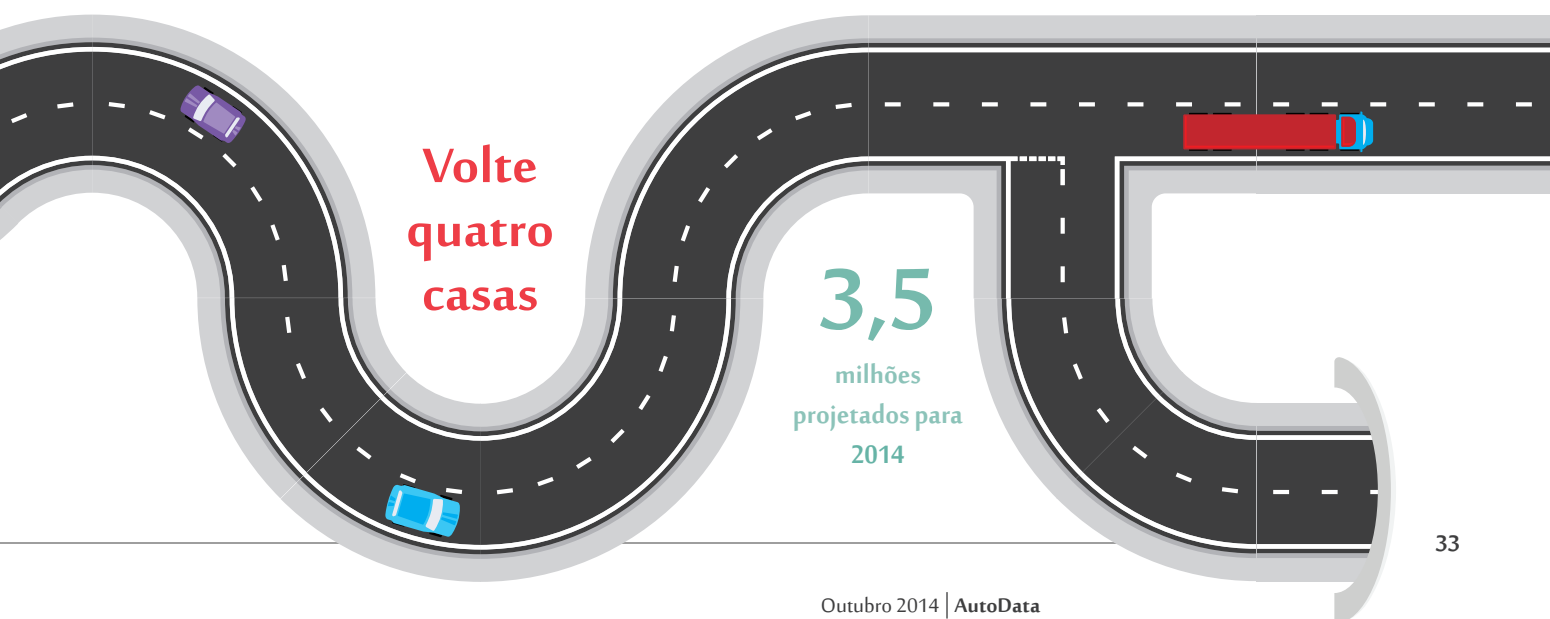
mento de novos negócios na frente”.

Ele vai além. E crava uma aposta que, a rigor, é a mesma que, com pequenas variações, pode ser ouvida nas salas da esmagadora maioria dos principais executivos do setor: “A projeção de venda e produção, no Brasil, de 5 milhões de veículos por ano está mantida. Foi apenas adiada para 2018”.

Ou, no máximo, para os mais pessimistas, para o início dos anos 2020.

Luiz Moan, presidente da Anfavea, lembra que mesmo que a queda neste ano se aproxime de 10% — ele, pessoalmente, continua acreditando que ficará mais próxima de 5% — as vendas de automóveis e de comerciais leves deverão se situar na faixa de 3,2 milhões a 3,3 milhões de unidades. É o suficiente para manter o Brasil como um dos cinco maiores mercados do mundo. Ainda muito próximo da Alemanha, que, tomada de forma isolada, é o maior mercado de toda a Europa.

Mesmo no caso dos caminhões, segmento no qual a queda de vendas com relação a 2013 deverá girar em



Os princípios
gerais da
economia
seguem intocados.
E a volta do
crescimento
é questão de
tempo: um ano,
dois.

torno de 20% e o da produção se aproximar de 25%, o número de unidades comercializadas será de coisa de 130 mil, conta Guy Rodriguez, que dirige a operação Ford Caminhões: “É, ainda, o quarto maior mercado do mundo”.

Ninguém gosta de queda nas vendas e na produção. Roberto Cortes, presidente da MAN, destaca, todavia, que é preciso considerar que “os principais fundamentos da economia nacional permanecem intocados. E, assim, é apenas uma questão de tempo para que volte a fase de crescimento. Um ano, talvez dois. Mas o que importa é que a tendência de médio prazo continua sendo de crescimento”.

Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz, vai ao ponto: “Não há qualquer razão para que o PIB não volte a crescer, em média, pelo menos 3% ao ano. E quando isto acontecer o mercado de caminhões crescerá junto”.

Ou seja: apesar das dificuldades de

curto prazo a projeção da venda e da produção no Brasil de 200 mil caminhões ao ano continua presente no horizonte. Foi, apenas, postergada.

Como explicar, então, o quadro de quase pânico que marcou a vida do setor nos oito primeiros meses do ano?

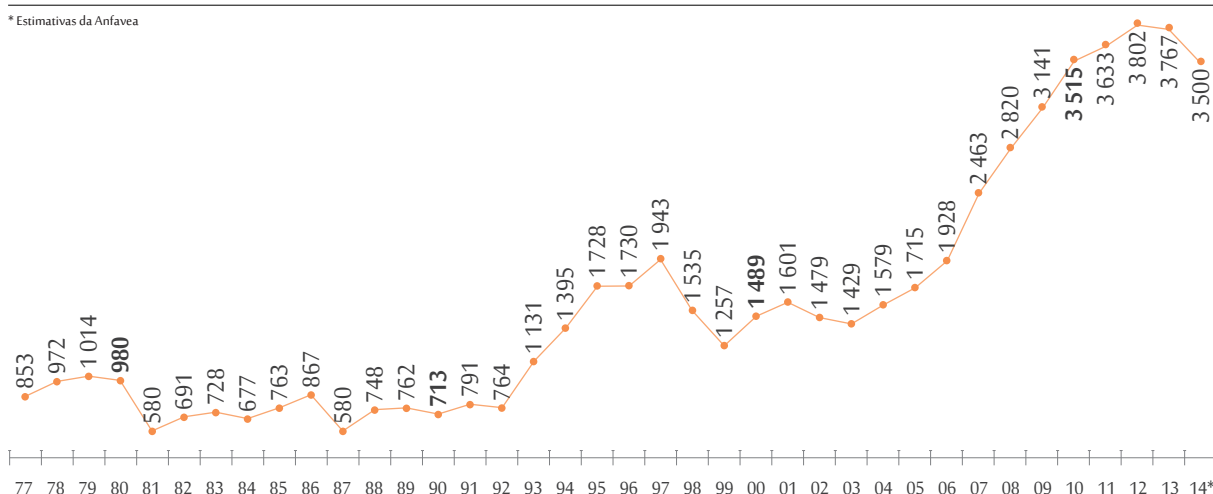
Antes de tudo em função da surpresa: todos previam ano difícil, marcado por forte competição, mas com números gerais pelo menos equilibrados com relação a 2013. Talvez, até, com direito a pequeno crescimento.

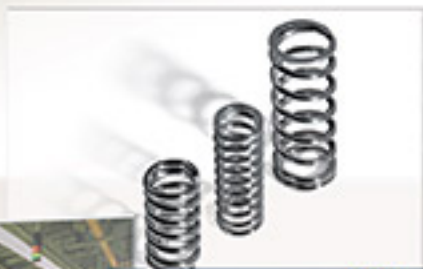
E há que se considerar, também, que houve dura coincidência, madras-ta coincidência, que raramente ocorre neste setor: ainda que num primeiro momento, por razões absolutamente distintas e sem qualquer ligação umas com as outras, as vendas de todos os segmentos que formam o setor automotivo desabaram ao mesmo tempo logo no início do ano.

E aquela que seria a porta natural

Vendas anuais de veículos no Brasil

* Estimativas da Anfavea





ArcelorMittal é Aço

O aço está em cada detalhe de nossa vida. E, onde tem aço, tem ArcelorMittal. Presente no Brasil desde 1921, a ArcelorMittal é a maior produtora de aço do País e do mundo. Da construção ou reforma de sua casa até a obra mais monumental, em um portão, no seu carro ou em grandes indústrias. Levamos tão a sério nosso compromisso com a qualidade que gravamos ArcelorMittal em nosso aço. Então, grave esse nome. Pensou em aço, é ArcelorMittal.

de saída, a da exportação, desabou junto em razão da crise econômica da Argentina, destino de quase 80% dos veículos exportados a partir do Brasil.

No caso dos automóveis a surpresa decorreu do aumento da seletividade dos bancos na concessão do crédito. Recursos havia. Na opinião de Décio Carbonari, presidente da Anef, a entidade que representa as financeiras das montadoras, “faltaram tomadores”.

Ou, pelo menos, tomadores em condições de atender às exigências mais severas que passaram a ser feitas.

As estatísticas da Anef mostram que, no caso de solicitações de crédito com prazo de pagamento em até 24 meses, de 70% a 80% das fichas continuavam recebendo aprovação. Acima disto, todavia, este índice caía para menos de 40% e, nos prazos acima de 48 meses, situava-se na casa de 30%.

Desde meados de 2013, atentas à elevação do índice de endividamento das famílias, Anfavea e Fenabreve já previam algum aumento na seletividade dos bancos. Mas não tanto. O quadro macroeconômico, afinal, permanecia relativamente sob controle.

Interpretação de Rogelio Golfbarb, vice-presidente da Ford, uma das poucas empresas que já entrou neste ano projetando queda nas vendas:

“Acontece que os bancos passaram a considerar não mais a situação do momento em que o crédito era solicitado mas, sim, a projeção de como estaria a economia no período de pagamento. E a projeção não era boa”.

PESADOS — Na área dos caminhões

a maior surpresa resultou da demora na reativação do Finame PSI, programa de financiamento subsidiado do BNDES. Interrompida em novembro esta linha teve sua renovação aprovada pelo Ministério da Fazenda ainda em dezembro. Mas sua formalização, via publicação no Diário Oficial, só veio a acontecer em 25 de janeiro. E a versão simplificada, que reduz em quase um mês o prazo para concessão do crédito, só voltou à cena no fim de fevereiro.

Resultado prático: no fim de março a diferença dos 42,4 mil veículos produzidos e os 30,4 mil licenciados já acrescentava aos estoques pelo menos 12 mil unidades — o equivalente a mais de um mês de vendas.

Já no que se refere aos ônibus, setor que já vinha com problemas na área de urbanos em razão do congelamento das tarifas pelas prefeituras nos grandes centros urbanos, a encrenca veio com a demora da definição das novas regras para as linhas rodoviárias de passageiros, o que acabou acontecendo já no fim do primeiro semestre. Foram seis meses quase sem vendas de ônibus rodoviários.

E, finalmente, no campo das exportações, o aprofundamento da crise econômica e cambial da Argentina cortou em 35% as vendas externas brasileiras de veículos em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Com tudo isto os estoques alcançaram níveis inimagináveis. Vieram as promoções de vendas, as férias coletivas, o lay off, as campanhas de demis-

3,18

milhões de veículos produzidos em 2009

Avance
três casas

3,64

milhões produzidos em 2010

3,44

milhões em 2011



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.



GERDAU

www.gerdau.com

são voluntária. Tudo em vão: os pátios insistiam em permanecer lotados.

Tudo muito parecido com aquele início dos anos 1980 quando, após outro período de rápido crescimento, as vendas desabaram 40% de 1980 para 1981, de 980 mil unidades para 580 mil, ao patamar de dez anos antes e levaram doze anos para se recuperar. Seria um ajuste estrutural como aquele?

Para reforçar os temores ao longo dos oito primeiros meses todas as projeções de mudança naquele quadro negativo falharam. Uma após a outra.

Em março foi a vez de acreditar que o carnaval tardio é que atrapalhava. Em junho e julho seriam os efeitos negativos sobre o comércio causados pela Copa. Em agosto o impacto gerado pela morte de um dos três principais candidatos à Presidência do País.

SOLUÇÕES PONTUAIS — Ao longo do primeiro semestre várias destas questões tiveram solução. E, simultaneamente, enquanto os bancos estatais eram chamados a aumentar suas carteiras de financiamento de veículos, outras medidas tentavam aumentar a oferta de crédito privado por meio da liberação de parte do compulsório bancário para financiamentos.

Até mesmo reivindicação de Flávio Meneguetti, presidente da Fenabrave, foi atendida: os bancos passarão a ter prioridade na retomada do bem financiado em caso de inadimplência.

Nesta altura o quadro macroeconômico projetado pelos bancos já havia se deteriorado, com a inflação próxima do topo da meta e o PIB perto de zero.

A hora é de se pensar mais na qualidade do que na quantidade das vendas, e muito na palavra de ordem chamada eficiência

3,43

milhões de
veículos
produzidos em
2012

3,74 milhões em 2013

Volte cinco
casas

3,34 milhões projetados
para 2014

Como decorrência notícias de altos estoques e de férias coletivas passaram a ser frequentes. E os consumidores, temerosos, continuaram a adiar compras.

Mesmo assim, quando setembro chegou, bem ao contrário do que se poderia imaginar, o clima nos gabinetes dos principais executivos do setor voltou a ser de relativa tranquilidade.

Os estoques permaneciam elevados e as vendas abaixo das realizadas no ano passado. Mas se consolidava a interpretação de que o fundo do poço fora alcançado e que, assim, a queda das vendas não deveria ir além dos 10% nos automóveis e de 15% a 20% nos veículos comerciais — bem diferente daquele início dos 1980.

O presidente da Anfavea considera que o que o setor automotivo enfrentou neste 2014 foi, a rigor, o ajuste e a queda de vendas que deveriam ter acontecido no 2009 da crise financeira global e que vinham sendo artificialmente postergados pela combinação de uma política de crédito mais frouxa com reduções temporárias de imposi-

tos e promoções no varejo. Ao longo de todo este período as vendas só se mantiveram às custas de algum destes anabolizantes, Moan insiste, pois “todos sabíamos que em algum momento esta conta chegaria e que este ajuste teria que ser feito. Pois bem: neste ano a hora chegou”.

E, quando chegou, logo em janeiro e fevereiro, primeiro gerou surpresa. E depois veio o susto, o quase pânico, que se estendeu por todo o primeiro semestre, início do segundo. Como observa Luiz Corrallo, presidente da Delphi para a América do Sul, “foi uma turbulência muito grande. Cada hora era uma linha de produto parada e tínhamos de nos virar com corte de horas extras, paradas técnicas, bancos de horas e ajustes no quadro de mão de obra”.

Como os estoques de alguns produtos continuavam elevados em setembro são ajustes que deverão se estender, muito provavelmente, até o fim deste 2014.

Este ano, segundo ele, está sendo marcado pelo gerenciamento do dia a

dia, o que não deve ocorrer em 2015, que, só por isso, já será melhor: “O setor poderá focar mais no aspecto estratégico e menos no tático operacional”.

Será, também, o ano de escolher o caminho para se manter num mercado que, embora agora menor, continuará tendo de acomodar várias novas montadoras que estão chegando ou ampliando sua capacidade de produção, cada uma delas trazendo consigo diversos novos sistemistas ou produtores de componentes.

“A hora é de se pensar mais na qualidade do que na quantidade das vendas”, define Thomas Schmall, presidente da Volkswagen, já antecipando que, com este objetivo, a empresa prepara, para 2015, o lançamento de tecnologia global ainda inédita no País.

Paulo Butori, presidente do Sindipeças, chama a atenção para o fato de que, num mercado agora ainda mais competitivo, dificilmente haverá espaço, no ano que vem, para se obter reajustes de preços: “A eficiência será a palavra de ordem em 2015”. **AD**

553 mil veículos
exportados em 2011

400 mil projetados
para 2014

445
mil exportados
em 2012

566
mil exportados
em 2013

Volte ao início do jogo



**A RENAULT
ACREDITA NO BRASIL.
E CADA VEZ MAIS
BRASILEIROS ACREDITAM
NA RENAULT.**

RENAULT: INDICADA A MELHOR MONTADORA DO BRASIL NO PRÊMIO AUTODATA.

A Renault está concorrendo ao Prêmio AutoData 2014 nas categorias Melhor Montadora, Melhor Veículo (com Novo Logan) e Melhor Estratégia de Marketing. Isso porque vem investindo continuamente na renovação e ampliação de seus produtos, rede e serviços e se firmando como uma das montadoras que mais crescem no país. De 2010 a 2013, aumentou 50% os volumes de emplacamentos e inaugurou 100 novas concessionárias. Até 2016, serão mais de 340 lojas em todo o país. **Porque se a Renault acredita no Brasil, o Brasil também pode acreditar na Renault.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



MUDE A DIREÇÃO



Eixo renovado

As grandes empresas garantem estar melhor preparadas para enfrentar 2015 e há até quem tenha crescido em ano de crise. Em contrapartida as pequenas se descapitalizaram.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Há quem diga na cadeia automotiva que 2014 é um ano para esquecer. De qualquer forma é consenso que a partir dos ajustes feitos este ano as grandes empresas entram em 2015 melhor preparadas para operar em um patamar menor de produção e vendas. Algumas conseguiram driblar a crise com diversificação nos negócios e novos produtos, mas os próprios sistematistas admitem que na base as pequenas se descapitalizaram.

Luiz Corrallo, presidente da Delphi para a América do Sul, avalia que em 2015 o setor poderá focar mais no aspecto estratégico e menos no tático operacional: “Este ano foi marcado pelo gerenciamento do dia a dia, o que não deve ocorrer no próximo. Nesse aspecto podemos ser mais otimistas, será um período melhor”.

Para Corrallo o problema maior está nos Tiers 2, 3 e 4: “Montadoras e sistematistas têm mais fôlego para sobreviver melhor. As que não têm estrutura de uma multinacional se descapitalizaram. É um problema que atinge todo o setor industrial. O que precisamos é de uma política econômica de longo

prazo para dar confiança e a indústria voltar a investir”.

Na avaliação do executivo o setor automotivo não percebeu os sinais de desaceleração existentes há um ano: “Os sinais de queda de confiança já eram claros e nós não detectamos. 2014 é um ano para se esquecer. Só devemos aproveitá-lo para futuramente ficarmos mais atentos aos sinais”.

A queda na produção de veículos gerou grandes dificuldades para os fornecedores ao longo do ano. Segundo Corrallo as montadoras paravam sem aviso prévio e os ajustes não foram realizados no mesmo tempo.

“Foi uma turbulência muito grande. Cada hora era uma linha de produto parada e tínhamos de nos virar com corte de horas extras, paradas técnicas, bancos de horas e ajustes no quadro de mão de obra.”

Quanto ao planejamento para 2015 o presidente da Delphi diz que essa é a pergunta de milhões de dólares: “No fim de 2014 ainda haverá ajuste de estoque, as montadoras deverão ter férias coletivas. E os ajustes na área econômica serão inevitáveis seja lá quem for eleito para o próximo mandato”.



Luiz Corrallo

Divulgação/Delphi

O aumento das compras locais proposto no Inovar-Auto ainda não é uma realidade para a base da cadeia fornecedora devido ao atraso na divulgação das normas da rastreabilidade, que entraram em vigor só em 1º de outubro. Corrallo destaca que esse processo só existe porque a indústria está fraca: “A rastreabilidade é uma medida paliativa. Os empresários preferem não precisar de proteção”.

Para Corrallo a indústria não poderá tomar nenhuma medida intempestiva no próximo semestre: “O que o País precisa é de um choque de credibilidade. Os bancos não mudarão sua postura e continuarão restritivos. Sou um

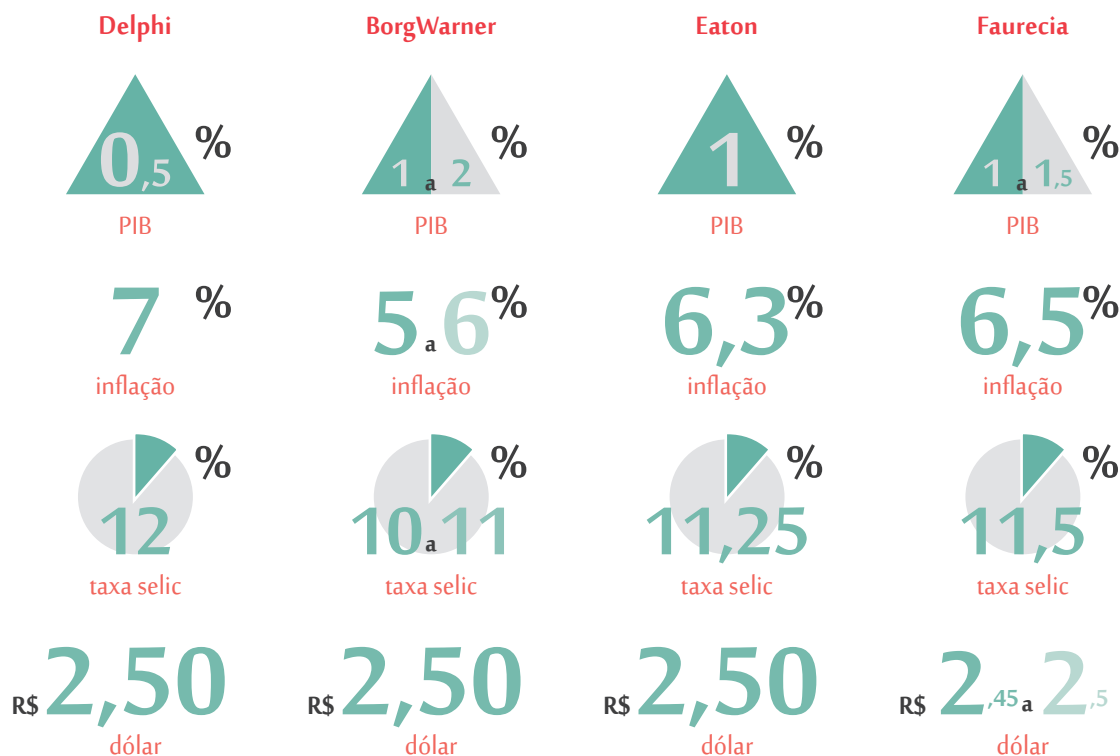
pouco cético. A máquina burocrática brasileira é muito grande”.

ADEQUAÇÃO — Assim como Corrallo também Antônio Galvão, presidente do Grupo Veículos da Eaton do Brasil, avalia que a indústria está melhor preparada para operar em 2015: “Embora tenhamos alguma ociosidade em equipamentos a mão de obra já está adequada ao novo patamar do mercado”.

Galvão lembra que 2013 foi um ano bom e mesmo com a retração de 10% a 15% nas vendas deste ano a indústria automotiva brasileira está bem melhor do que em passado recente. Para ele 2015 será um ano de ajustes

Setor quer uma política industrial que dê parâmetros de longo prazo para dar confiança e a indústria voltar a investir

Projeções





Antônio Galvão

Divulgação/Eaton



Arnaldo Iezzi Jr.

Simão Salomão

Alguns investimentos estão ligados às metas de eficiência energética estabelecidas no Inovar-Auto

fiscais, com aumento de tarifas públicas e do combustível.

“Tem tudo para ser um ano estável com possibilidade até de ser um pouco melhor. Será um ano de transição. Nós, da Eaton, apostamos no triênio 2016 a 2018. A economia deverá estar melhor e nossos negócios também tendem a crescer mais no período.”

Para o segmento de automóveis Galvão aposta em expansão de 1% nas vendas internas, queda de 3% nas exportações e produção 1,5% maior em função da chegada de novas fábricas, como BMW e Audi. Em caminhões a expectativa é de alta de 1,6% nos emplacamentos, queda de 4% a 5% nas exportações e produção 2% menor.

Para o diretor-geral da BorgWarner,

Arnaldo Iezzi Jr., esse fim de ano ainda é preocupante: “É difícil saber quando será o fundo do poço e nesse momento toda cautela é pouca. As montadoras ainda estão revisando pedidos para baixo e planejando férias coletivas de um mês para este fim de ano. Nunca tivemos situação similar no passado”.

Tudo indica, no entanto, que 2015 será um bom ano para a BorgWarner: “Estamos entrando em um novo segmento, o de turbos para automóvel. Já iniciamos a produção e lançaremos no primeiro trimestre o primeiro turbo flex nacional, que envolveu investimentos em desenvolvimento do produto, linha de montagem e de usinagem. Temos um grande cliente já acertado e negociamos com outros”.

Também em 2015, lá por novembro, dezembro, a BorgWarner iniciará a produção de correntes sincronizadas de motor, “uma linha nova que não temos no Brasil”. São investimentos ligados às metas de eficiência energética do Inovar-Auto, alguns detonados antes da divulgação do novo regime automotivo e que acabaram enquadrando-se em seus propósitos.

Alguns investimentos, no entanto, foram brecados por causa da crise. Iezzi Jr. lembra que o mercado de caminhões, por exemplo, tem queda de 20%, o que afetou os negócios da empresa: “O Inovar-Auto ainda não teve efeito prático no que diz respeito ao aumento de compra local. Ele só funciona na eficiência energética”.

Fabricantes de automóveis devem melhorar o processo de lançamento para atingir metas de rentabilidade.

Briefing de Inovação da Indústria

Os lançamentos de programas automotivos estão se tornando cada vez mais complexos. Os fabricantes de automóveis têm de entregar veículos mais ecológicos - e construí-los com processos de maior eficiência energética. Eles também têm que reduzir custos para competir em mercados globais, enquanto a demanda por veículos mais personalizados aumenta as variações que seus processos devem suportar. Finalmente, as montadoras enfrentam a pressão contínua para reduzir mais o tempo dos cronogramas que já tem visto significativas reduções na última década.

Para fazer carros mais customizados e sustentáveis, em um ritmo mais rápido para os mercados globais, as montadoras precisam adotar novas estratégias de manufatura. Estas estratégias devem ajudá-los: 1) planejar e projetar novos processos rapidamente, 2) avaliar com precisão o impacto das alterações, 3) implantar rapidamente as melhores práticas através de operações globais, e 4) melhor prever o tempo, custo e qualidade de cada lançamento de programa.

Em face à esses imperativos, muitas montadoras líderes estão implementando uma abordagem de tomada de decisão colaborativa que integra engenharia e manufatura no desenvolvimento do processo de lançamento. Esta abordagem fornece à manufatura acesso antecipado aos dados do produto para que os processos possam ser projetados, otimizados e validados simultaneamente com o projeto. Ela também aumenta a eficiência das estratégias de plataformas modulares empregadas para suportar

crescentes variações. Mais importante, esta abordagem fornece aos executivos clara visibilidade de todas as fases do desempenho do programa.

A Siemens PLM Software chama esta abordagem de "Lançamento Previsível" porque dá as montadoras maior confiança de que seu powertrain, body-in-white, estamparia e processos de montagem final irão atender as expectativas de entrega, metas de qualidade na primeira vez, e as metas de rentabilidade do programa.

Lançamento Previsível

Qualidade na Primeira Vez

Ramp-up Mais Rápido até o Volume

Custos Excedentes Reduzidos

Muitas montadoras estão adotando uma solução de "Lançamento Previsível" que integra engenharia e manufatura para melhorar a tomada de decisão do processo de lançamento. "Lançamento Previsível" ajuda montadoras a alcançar qualidade na primeira vez, ramp-up mais rápido até o volume e baixos custos excedentes.



A Siemens PLM Software tem ajudado muitas das principais montadoras a executar lançamentos mais previsíveis e rentáveis. Se você quer saber como superar os novos desafios da manufatura automotiva, visite o site "Lançamento Previsível" em: bit.ly/siemens-auto

“Algumas empresas aproveitaram a crise deste ano para diversificar operações e oferecer novos produtos ao setor automotivo



Gilmar Lima

Divulgação/MVC



Abdo Kassisse

Divulgação/Faurecia

CRESCENDO NA CRISE — Apesar de muitas empresas enfrentarem dificuldades este ano há também as que aproveitam a crise para crescer, caso da MVC, fornecedora do segmento de plásticos e engenharia. Gilmar Lima, seu diretor-geral, diz que é preciso investir mesmo com as incertezas: “Se ficarmos acomodados não crescemos”. A empresa iniciou atividade na área de ônibus e hoje também fornece para caminhões, automóveis e máquinas agrícolas, além de atuar nos setores de construção civil e eólico.

“Investimos em diversificação, tecnologia, novos produtos e novos clientes. No primeiro semestre crescemos 85% e no ano cresceremos 140%.”

A MVC, fornecedora para a Renault,

Nissan, Mitsubishi e Suzuki, passou de um faturamento de R\$ 152 milhões em 2012 para R\$ 272 milhões em 2013 e deve chegar a R\$ 750 milhões este ano.

De acordo com Lima, no segmento veicular a empresa registra queda na faixa de 25% a 30%: “Não é que estejamos fora da crise. Mas ganhamos clientes, como a Suzuki, e temos crescido em novas aplicações no mercado de caminhões e ônibus”.

Só em função de novos produtos em desenvolvimento junto às montadoras para fornecimento no ano que vem, a MVC projeta receita adicional de R\$ 46 milhões.

Lima concorda que o Inovar-Auto ainda não teve reflexos práticos por

causa do custo Brasil: “As montadoras terão de fazer as contas. É difícil, para quem está instalado aqui, competir com o produto importado”.

Para o diretor-geral da MVC a economia só deve melhorar a partir do segundo semestre de 2015: “Se andar de lado no primeiro semestre já é positivo. Expectativa de melhora mesmo só em 2016. Qualquer governo que assumir terá de fazer ajustes e de criar condições para que a confiança no País retorne”.

Embora não forneça números relativos aos seus negócios, a Basf é uma das empresas que tem reforçado atuação na área automotiva. A partir de um investimento de R\$ 7 milhões inaugurou este ano fábrica em São Bernardo

do Campo, SP, onde produz tintas à base de água exclusivamente dedicadas à indústria automobilística.

Outra investida na área envolve o fornecimento de plásticos de engenharia. “Começamos a operar com esse tipo de produto em 2012 e também fornecemos para o setor automotivo fluidos de radiador e de freios”, conta Gisele Santos, gerente da estratégia da indústria automotiva da Basf.

“Nós atendemos todas as montadoras e também seus fornecedores com produtos diferenciados de acordo com cada demanda. Ampliamos o portfólio para buscar soluções conjuntas com as montadoras e expandir nossas oportunidades de negócio.”

CRIATIVIDADE – Outra empresa que tem aproveitado a crise para adotar ajustes criativos é a Zen, de Santa Catarina, que dentre outros itens produz impulsores de partida. O presidente da empresa, Gilberto Heinzmann, conta que a metalúrgica tem 50% do seu faturamento calçado nas exportações e também divide igualmente os segmentos de OEM e de reposição.

Suas vendas para a indústria automotiva brasileira, principalmente aos sistemistas, caíram 25%, mas seu faturamento total no acumulado do ano deve ter queda menor, de 7%, no comparativo com 2013: “O mercado de reposição está estável e também nas exportações, apesar de alguns sus-

tos, deveremos repetir a receita do ano passado”.

Com relação aos sustos na área externa ele destaca a queda do mercado de reposição na Argentina e a paralisação das vendas na Venezuela: “Mas como atendemos sessenta países, com escritórios de vendas e distribuição nos Estados Unidos, Alemanha e China, conseguimos ficar estáveis”.

Para ajustar-se à queda da produção interna de veículos, a Zen reduziu os custos com mão de obra indireta e também com a jornada e com os salários, de forma proporcional, da diretoria, gerência e de alguns departamentos como vendas e engenharia:

“Na produção cortamos o terceiro



Powercoat

tratamento de superfícies

Powercoat e FIAT Automóveis

Uma parceria de sucesso
Agora também em Goiana/Pernambuco

Principais Serviços

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

Atendimento Comercial / Vendas

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

turno. Não houve demissão, só não repusemos as vagas dos que saíram”.

Dentre outros ajustes criativos ou inteligentes, como prefere definir Heinzelmann, a empresa reduziu a verba para os treinamentos externos e reforçou os internos: “Aumentamos as horas de treinamento com custo menor, a partir de um efeito multiplicador com participação entrelaçada dos diferentes departamentos da companhia”.

Com relação a 2015 o presidente da Zen avalia que ainda há muitas incertezas, mas a meta da empresa é crescer 10% calcada em estratégia que envolve a conquista de novos mercados e o desenvolvimento de novos produtos.

“As vendas de veículos deverão ter recuperação de 4% a 5%. Como fornecedora de equipamento original temos 65% do mercado de motores de partida no Brasil. Não temos nenhum grande concorrente interno pois o restante, na maioria, é importado.”

Quanto às exportações Heinzelmann crê que o Brasil deveria ter regras mais claras e estáveis nessa área e diz que o câmbio no País ainda é irreal, o que prejudica os negócios externos. Mas tal estratégia traz um benefício:

“Estamos sempre nos desafiando a ter mais produtividade e qualidade. Ter competitividade lá fora não envolve só a questão preço: é preciso se atualizar sempre”.

INVESTIMENTO MANTIDO – Com queda na produção este ano proporcional ao mercado de veículos, na faixa de 8% a 8,5%, a Faurecia também está em fase de prospecção de novos

negócios para garantir crescimento nos próximos anos.

Abdo Kassisse, gerente geral da empresa para o Mercosul, diz que estão em negociação projetos em segmentos nos quais a Faurecia ainda não atua e também sua participação em modelos que as montadoras aqui instaladas estão desenvolvendo. Sua projeção para o ano que vem é de expansão de 1% no mercado brasileiro de veículos, índice que tende a ser um pouco maior no ano seguinte.

“Acreditamos que em 2016 o desempenho será superior ao de 2015, mas não de grande vulto, com tendência de continuar crescendo nos anos seguintes. Nossa expectativa de chegar a 5 milhões de veículos em 2017 foi adiada para 2019.”

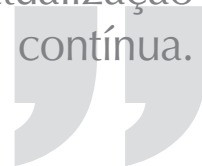
Kassisse garante que a empresa não alterou seu plano de investimento local, afirmando ainda que as seis plantas brasileiras estão ajustadas ao novo patamar de vendas do País. Forte no segmento de sistema de emissões [escapamento] a Faurecia é a única fornecedora não coreana instalada no parque da Hyundai em Piracicaba, SP.

A empresa também produz bancos para veículos e em setembro inaugurou seu centro de tecnologia especializado em assentos automotivos, o R&D Center Seating, na cidade de Quatro Barras, PR, fruto de um investimento de € 1 milhão.

“O objetivo é desenvolver produtos acompanhando as novas exigências das montadoras. Se a gente parar agora perde o fechamento de novos negócios lá na frente.”

AD

O desafio é ter cada vez mais produtividade e qualidade. É preciso manter investimento e atualização contínua.



40 anos de KRAH-ICE-BRASIL

O Grupo KRAH desenvolve componentes eletrônicos, em especial resistores, produtos cerâmicos e controles eletrônicos de velocidades com diversas aplicações no segmento automotivo e industrial. Com presença global

e liderança de mercado para resistores de fios utilizados nos sistemas de ar-condicionado, arrefecimento e ignição para indústria automotiva, a KRAH tem orgulho de comemorar os 40 anos de atividades da KRAH-ICE-BRASIL.



Todos estes anos caracterizam-se pelo investimento contínuo em qualidade, tecnologia e em seu capital humano, desenvolvendo ações para garantir a satisfação de seus clientes, a qualidade de vida de seus colaboradores e proteger o meio ambiente.

No ano em que completa 40 anos de história e atividade no Brasil, **KRAH-ICE-BRASIL** acreditando no potencial do mercado Brasileiro investiu na aquisição da empresa High

Tech Ltda, localizada em Limeira – São Paulo, uma empresa com mais de 24 anos de experiência no desenvolvimento e produção de produtos estampados, injetados em termoplástico e silicone, bem como termofixos moldados por transferência com aplicação no segmento automotivo. Desta forma o grupo no Brasil dobra de tamanho, aumenta sinergias e expande a oferta de soluções para o mercado automotivo e industrial.

Agradecemos aos nossos clientes, colaboradores, fornecedores e à comunidade, por fazerem parte destes 40 anos de sucesso.



KRAH
GRUPO



KRAH-ICE
BRASIL

Em baixa rotação

Produção de motores sofre com as quedas na indústria de caminhões e ônibus. Segmentos pontuais e ações diversificadas, porém, são frentes de resistência.

Décio Costa | decio@autodata.com.br

É uma surpresa negativa. Ninguém esperava a queda que vem sendo registrada.

”



Luiz Pasquotto

Divulgação/Cummins

Como efeito dominó a redução das atividades das fabricantes de veículos também afeta de maneira acentuada a indústria de motores independente. Especialmente porque a expectativa que se tinha ainda no ano passado era de que 2014 traria mais musculatura para o segmento, com crescimento generalizado na produção de caminhões, ônibus, máquinas e geradores.

“É uma surpresa negativa”, diz Luís Pasquotto, presidente da Cummins América do Sul. “Ninguém planejava a queda que vem sendo registrada.”

Pelas contas de Pasquotto somente a produção de caminhões recuou 27% até setembro e a Cummins, como fornecedora, veio junto na mesma proporção. O presidente da fabricante de motores espera fechar o período com 57 mil unidades produzidas contra as 69 mil do ano passado. Não é exatamente simples justificar o resultado que segue em direção ao negativo.

Há falta de confiança, o atraso na oficialização do PSI Finame no início do ano, a desaceleração da economia

e até o sopro dos ventos que vêm de fora. “É natural também que sejamos influenciados pela economia global”, destaca Pasquotto. “A China, por exemplo, cresce menos e isso tem impacto no fluxo doméstico. Também o setor privado, sem saber o que acontecerá no curto prazo, prefere manter dinheiro no banco a investir.”

Há, entretanto, algumas flores a colher em meio ao ambiente espinhoso. Pasquotto aponta o mercado de geração de energia, que na Cummins tem crescido em participação.

Somente esse ano a expansão foi de 27% até agosto com relação aos primeiros oito meses do ano passado, período no qual também registrou elevação de 25%:

“Não compensa as perdas com a produção de motores veiculares, mas há déficit de energia no País, o que mostra potencial”.

QUEBRA-CABEÇA — As dificuldades do ano também são enigmas na cabeça de José Eduardo Luzzi, presidente da MWM International. Para ele a queda acentuada da produção de caminhões e ônibus, claro, tem influência direta com o baixo crescimento do País e, no momento, pelas incertezas provenientes do futuro governo eleito.

Mas, de acordo com Luzzi, outros segmentos não deveriam estar sofrendo tanto, como o de tratores: “A expectativa é de outra safra recorde. É verdade que os preços das commodities não estão mais tão altos, mas espera-se movimento maior”.

A mesma questão debruça-se sobre



O comércio exterior é negócio que a MWM International procura preservar e investir mesmo com dificuldades

o segmento de construção, cuja produção de motores para o segmento já registra queda de 8%. No caso, com a reconhecida infraestrutura deficiente, não seria conveniente para o País atrasar ainda mais o que tem tanto para fazer: “Percebo que os recursos não estão chegando na velocidade desejada e no volume que poderia chegar”.

Para o presidente da MWM International é especialmente frustrante porque há dois, três anos o que foi vendido para as matrizes foi um Brasil que cresceria muito em pouco tempo e, hoje, tem de revisar para baixo as próprias projeções. Nas planilhas da fabricante 2014 fecha com produção em torno de 100 mil unidades, o que representa queda expressiva de 20%.

PONTOS FAVORÁVEIS — Há pontos, porém, que podem ser apontados como bons argumentos para continuar investido e amenizar o semblante franzido da matriz. Apesar das conhecidas dificuldades da indústria brasileira na competição externa a MWM International cresce nas exportações, com novo contrato com o Egito.

O comércio exterior, aliás, é negócio que a companhia procura preservar e investir mesmo que em alguns momentos suas margens não sejam lá tão rentáveis. Esse ano a empresa deve totalizar envios por volta de 6 mil unidades de motores, além de blocos e peças:

“Hoje é difícil abrir o mercado externo e, por isso, procuramos manter o que temos e confiar no amanhã, mesmo porque acreditamos em um

dólar mais valorizado com relação ao real”. Outra fronteira de resistência da MWM Internacional vem das máquinas de construção.

Nos últimos cinco anos a companhia registrou crescimento de 150% no segmento, saindo de um volume de 8 mil unidades entregues para chegar em torno de 23 mil neste ano:

“Buscamos novos negócios justamente para ficarmos menos dependentes da indústria de caminhões e ônibus. Hoje vemos que a diversificação passa a ter um papel cada vez mais importante”.

ENERGIA — É justamente o olhar além das linhas de veículos que fez com que a FPT Industrial, fabricante de motores da CNH Industrial, comemorasse um forte crescimento na área de geração de energia. De acordo com José Luís Gonçalves, presidente da companhia para a América Latina, até agosto a FPT registrou crescimento de fornecimento para o segmento de 105%, enquanto o mercado evoluiu 20%.

“É certamente um pico, o crescimento a partir daí deve ser mais orgânico. O que aconteceu é que os negócios que dependem de energia foram às compras como medida de segurança.”

Apesar do avanço da companhia na área, como os outros colegas do segmento de motores, Gonçalves também enfrenta um ano difícil. Sua queda na produção de motores deve ficar de 10% a 15% na comparação com o ano passado, quando produziu 74 mil unidades.

“É um ano específico, com quedas

A FPT comemora forte crescimento na área de geração de energia. Cresceu 105% enquanto o mercado evoluiu 20%.

José Luiz Gonçalves



de 10% a 20% em diversos segmentos da indústria”, resume o executivo. “Mesmo com as iniciativas do governo para destravar o mercado ao longo do ano as quedas nas vendas e na produção apenas se confirmaram. Uma percepção que já dava sinal ainda no fim do primeiro semestre.”

UNANIMIDADE — O cenário para o ano que vem se mostra unânime para os representantes da indústria de motores. O inevitável ajuste em tarifas e preços do ano que vem deve colocar ainda mais freio nas atividades do setor automotivo no primeiro semestre.

Essa expectativa faz com que se pense em um ano muito parecido com 2014, no qual a estabilidade ganha um pequeno viés de baixa.

Não há, porém, planos de ficar sentado esperando o mercado chegar. A MWM International tem programado 33 lançamentos de produtos, um pacote de motores para atender novas aplicações e acordos já firmados. Luzzi adianta que do conjunto de novidades cinco deles são exclusivamente para o setor automotivo.

A FPT segue estratégia de crescer fora de sua cerca corporativa na busca de clientes não cativos, hoje abaixo de 10% na América Latina enquanto na Europa tem fatia de 40%.

Na Cummins, além nacionalização de motores, como os da família ISF nas versões 2.8 e 3.8, tem um olhar mais focado no mercado de reposição e na área marítima, nicho para motores de alta potência, especialmente para o setor de petróleo e gás.

AD

NOVA BATERIA HELIAR EFB. A PRIMEIRA PRODUZIDA NO BRASIL PARA VEÍCULOS COM SISTEMA START&STOP.

O Novo Uno 2015 é o primeiro veículo nacional produzido com o sistema Start&Stop e já sai de fábrica com uma bateria Heliar EFB, garantindo mais partidas e uma recarga mais rápida.



*Faça revisões em seu veículo regularmente. Imagem meramente ilustrativa.

**Johnson
Controls**
Maior fabricante
mundial de baterias.

www.heliar.com.br
f /bateriaheliar

**BATERIAS HELIAR
MUITO ALÉM
DA PARTIDA.**



Interior em alta

Para Luiz Moan a indústria automotiva adentra 2015 após superar conjuntura adversa e deve acelerar longe das grandes metrópoles

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

É do Interior do Brasil, longe das grandes metrópoles, que virá o crescimento do mercado automotivo nos próximos anos. Esta é a aposta de Luiz Moan, presidente da Anfavea, ao comentar o futuro da produção brasileira de veículos.

“A meta de chegar à capacidade anual de cerca de 5 milhões nos próximos anos está mantida. O mercado não vai desabar. Perdemos um ano e meio em razão da baixa demanda, mas ela vai se recompor. Afirmo com toda a tranquilidade.”

O pragmatismo do executivo apoia-se em estudo da Anfavea, segundo o qual a relação habitante por veículo



Luiz Moan

Simão Solomão

leve no Brasil era de 5,4 em 2013. Nas regiões metropolitanas esse índice de motorização era de 4,7 e em outros municípios saltava a 6,3.

“Há espaço para a indústria automobilística. O desejo de adquirir um veículo existe e isso é fundamental. Mas a oportunidade está longe dos grandes centros. É de lá que virá o crescimento.”

Moan aponta ainda levantamento da Abac, Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, segundo o qual há 248 mil consorciados contemplados. “Trabalhamos no sentido de transformar essas contemplações em vendas.”

Os segmentos de caminhões e ônibus também são vistos com otimismo pelo presidente. “Perdemos em 2014 dois meses de Finame e com a manutenção dessa linha de financiamento a tendência é, por si só, de maiores volumes em 2015.”

Embora evite cravar números para o ano que vem, tanto de mercado quanto macroeconômicos, o presidente da Anfavea afirma que certamente será melhor do que 2014:

“Só não sei quanto. Tudo que poderia acontecer de adverso já aconteceu. Uma contaminação de percepção ruim chegou à economia e fez isso virar realidade”.

Em sua análise setembro e outubro serão meses-chave para traçar o futuro cenário. “Isso em razão das medidas do governo relacionadas a choque de liquidez, o que abre espaço para as montadoras, e também devido ao fato de ter mais dias úteis. Até meados de

novembro há ainda a expectativa de aprovação da lei de retomada de veículos. Tudo isso permitirá uma análise melhor do que se esperar do ano que vem.”

Em relação à produção, Moan acredita que 2015 adentrará com a casa em ordem após uma série de ajustes de volume:

“A indústria teve de adotar medidas como banco de horas, lay off, férias coletivas, PDV para aposentados. A sensação é de que em termos de produção e pessoal tudo já está reajustado”.

Por ora o presidente limita-se a manter as projeções da Anfavea para 2014, revisadas em julho.

“É difícil atingi-las, mas não é impossível. A tendência é de queda mais acentuada, exceto por alguns fatores como a sazonalidade de vendas que marca os últimos meses do ano e o maior número de dias úteis.”

A associação estima retração de 5,4%, para 3 milhões 564 mil veículos para o mercado interno e baixa de 10% da produção ante 2013, para 3 milhões 339 mil unidades.

ADVERSIDADES — De acordo com o presidente, a razão dos índices em baixa em 2014 é uma combinação de fatores adversos, que remontam ao início das manifestações populares em junho passado. Somadas ainda ao desaquecimento da economia neste ano, ao crédito mais seletivo e ao menor número de dias úteis em razão da Copa do Mundo.

“No ano passado as empresas aumentavam a capacidade produtiva

face ao crescimento da economia. A partir de julho os índices de confiança foram abalados e em outubro o mercado automotivo ficou negativo. Por isso 2013 teve recorde de produção e baixa de vendas, pois a indústria não consegue reagir na mesma velocidade em que o mercado muda”.

Para o ano que vem Moan admite trabalhar no sentido de reduzir a carga tributária dos automóveis no País, que em suas contas chega a 28% de seu preço.

“Não há inconsistência nisso. O IPI deve subir em janeiro, mas sempre vou brigar por carga tributária menor. Até porque, sem o IPI o preço dos carros é formado por 22% de impostos, porcentual alto.”

CAIXEIRO-VIAJANTE — Se para o mercado interno Moan entende haver boas bases, no externo há uma série de arestas a aparar. “Nos próximos meses serei uma espécie de caixeiro-viajante em visitas por diversos países para formar parcerias comerciais”, revela.

“Todas essas medidas de exportação são para médio e longo prazo. Não me salvam, mas criam base para os próximos anos.”

Além de visitas à Argentina, Moan trabalha na formatação de acordos com a Colômbia, onde estão instaladas unidades fabris de General Motors e Renault, e com o Uruguai, onde está a Kia. Depois deve se concentrar na África do Sul. “Sem exportação não se pode ficar, é preciso voltar-se ao mercado externo para também sustentar a meta de produção.” **AD**



Motor MSI de 120 cv e transmissão manual de 6 velocidades



Sistema de som touchscreen com GPS



ESC - controle eletrônico de estabilidade



Piloto automático - controle automático de velocidade



Cornering light - faróis de neblina com luz de conversão estática

Desrespeito: a gente trabalhou muito para deixar o Novo Fox lindo. Ai, vem o motor e não deixa ninguém ver direito.



Tudo em um Novo Fox vai surpreender você: o desempenho do motor de 120 cv, o espaço interno e a tecnologia, como a do Park Pilot – sensores de estacionamento dianteiro e traseiro.

Novo Fox: o menor custo de reparabilidade do segmento, segundo o CESVI.

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Novo
FOX



vw.com.br/fox



Novo Fox.
O mais surpreendente dos compactos.



Das Auto.

Fotos meramente ilustrativas. Alguns itens mostrados ou mencionados são opcionais, acessórios ou referem-se a versões específicas.



Paulo Butori

Renato Rodrigues

Investimento menor

Indústria de autopeças tem 35% de capacidade ociosa e enfrenta defasagem tecnológica. Para o presidente do Sindipeças retomada será lenta.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Com capacidade ociosa na faixa de 35% a indústria de autopeças enfrenta momento delicado. Se de um lado foi mais cautelosa e não investiu tanto como as montadoras, de outro enfrenta defasagem tecnológica e suas linhas com osciosidade são justamente as de produtos ultrapassados. O problema, de acordo com Paulo Butori, presidente do Sindipeças, é que o Inovar-Auto até agora não gerou investimentos em compras

locais. Ao contrário, houve aumento da importação de componentes por parte dos Tiers 1 e 2 em prejuízo da base da cadeia produtiva.

Crítico da demora para a definição do processo de rastreabilidade, Butori acredita que os investimentos em nacionalização só terão efeitos práticos no início de 2017:

“Com a rastreabilidade a partir deste mês de outubro as montadoras pedirão para os sistemistas investir em

conteúdo local, os projetos serão encaminhados para as devidas matrizes, as autorizações chegarão no fim de 2015 e precisaremos mais um ano para a produção local ser iniciada. Já será início de 2017 e nesse mesmo ano acaba o Inovar-Auto”.

De acordo com pesquisa conjuntural do Sindipeças, os investimentos das autopeças este ano ficarão próximos de US\$ 1 bilhão, valor 46% inferior ao praticado em 2013, de US\$ 1 bilhão

930 milhões. A projeção para 2015 é de um investimento ainda menor, de US\$ 930 milhões.

A previsão para 2014 é de uma redução de 10 mil postos de trabalho, baixando de 220 mil para 210 mil o número de pessoas trabalhando no setor. Esse processo deve continuar no ano que vem com o fechamento de mais 4 mil vagas.

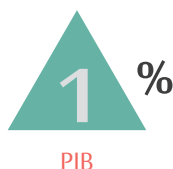
As importações, que em 2012 atingiram US\$ 16,7 bilhões, subiram para US\$ 19,7 bilhões no ano passado e devem repetir o mesmo valor este ano. Butori conta que, como o faturamento cairá mais de 7% este ano, baixando de US\$ 85,6 bilhões em 2013 para US\$ 79,2 bilhões, “fica evidente o aumento dos componentes importados na indústria automotiva brasileira”.

Uma das preocupações, segundo Butori, é com relação ao término do Inovar-Auto em 2017: “A insegurança jurídica é muito grande. Não sabemos se será prorrogado, se será uma política industrial. É uma situação realmente estranha, principalmente considerando o fato de a rastreabilidade ter demorado dois anos para sair”.

BOI COM ABÓBORA — Para o presidente do Sindipeças os próximos anos não serão fáceis independentemente de quem ganhar a eleição presidencial deste ano: “A inflação está represada, vai estourar no início de 2015. Até 2017, 2018 será complicado”.

Há dois anos, quando falou sobre as projeções para 2013, Butori avaliou que aquele seria um ano boi com abóbora. Ou seja, um ano similar ao

Projeções



anterior, sem saltos ou quedas significativas. Questionado se 2015 também será assim confirmou que sim, mas fez uma ressalva: “Será com mais abóbora do que boi. Menos proteína”.

Com relação a 2014 o presidente do Sindipeças acredita que o setor automotivo já está no fim do processo de queda, mas avalia que a ascensão será bem lenta. As luzes amarelas, que sinalizam atenção, para ele, incluem cinco pontos. Primeiro é preciso repensar o mercado: “Tem empresa que perdeu o pé. O produto que faz está sendo substituído e ela não percebe. Quando vê já é tarde”. Além disso o fornecedor precisa focar em volume, qualificar pessoas e aumentar produtividade, ter planejamento tributário adequado e investir em logística.

Para dar suporte às empresas da base produtiva, o Sindipeças decidiu aproveitar a experiência de altos executivos do setor, alguns recém-aposentados, para criar o Conselho Operativo Superior das Pequenas e Médias Empresas. Em funcionamento há três meses o projeto ainda está em fase de formatação, mas já foi colocado em prática com resultados concretos.

Butori conta que a entidade vem recebendo pedidos de assessoria por parte de empresas com problemas em diferentes áreas e os casos mais graves têm sido priorizados e atendidos pelo novo conselho: “O atendimento envolve questões trabalhistas, comerciais e financeiras, como negociação com empregados e com bancos, renegociação de dívidas estatais, além de suporte na área de marketing e vendas”. **AD**

Incentivo às compras a prazo

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Se existe um fundo do poço é provável que ele já chegou. Com base neste sentimento o presidente da Fenabrave, Flávio Meneghetti, diz que 2015 deverá no mínimo repetir o cenário deste ano. O que pode favorecer um quadro melhor é a mudança da legislação de retomada de bens em caso de inadimplência na área automotiva. Caso a medida saia até novembro, conforme o esperado, os reflexos positivos no mercado poderão ser sentidos ainda este ano.

O balanço do mês de agosto frustrou a rede de distribuição, que esperava retomada das vendas após o término da Copa do Mundo. Ao contrário do esperado o número de emplacamentos, em 272,5 mil veículos, foi 7,56% abaixo do registrado em julho e 17,22% inferior ao de agosto do ano passado.

Ainda assim a Fenabrave manteve suas projeções para 2014, que indicam vendas em torno de 3 milhões 460 mil unidades, incluindo automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, o equivalente a uma queda de 8% no comparativo com 2013. Trata-se de

Meneghetti vê com bons olhos proposta do governo de mudar lei que regulamenta a retomada dos bens em caso de inadimplência

índice inferior ao registrado até o acumulado de agosto, quando o volume de emplacamentos atingiu 2,1 milhões de veículos, quase 10% a menos do que no mesmo período de 2013.

Meneghetti considera inevitável haver ajustes na área econômica em 2015, independentemente de quem venha a ganhar as eleições presidenciais. Mas não acredita que a economia volte a crescer “muito acima do que estamos vendo este ano”, razão de não ver espaço para retomada do mercado de caminhões.

PRINCIPAL INIBIDOR — Já no caso dos automóveis e comerciais leves o presidente da Fenabrave avalia que as dificuldades para obtenção de crédito constituem-se hoje no maior inibidor do mercado:

“Não falta dinheiro, mas os bancos continuam com exigências elevadas para liberá-lo. Se o risco for menor a disponibilidade será maior”.

Por isso o otimismo de Meneghetti diante da possibilidade de as vendas melhorarem a partir da mudança na legislação de retomada do bem. Atu-



Flávio Meneghetti

Renato Rodrigues

almente é preciso uma ação extrajudicial para recuperar o carro do consumidor inadimplente. A proposta é que já no ato da compra o cliente assine documento admitindo a devolução do bem caso não mantenha seus pagamentos em dia: “É o melhor caminho no momento para reverter a trajetória de queda nas vendas do varejo”.

A entidade vinha negociando tais mudanças na legislação desde março e em agosto o governo confirmou que elas serão encaminhadas via medida

provisória. A expectativa é que saiam logo após as eleições.

De acordo com Meneghetti, os bancos, atualmente, demoram em média 210 dias para reaver o veículo do inadimplente, o que acaba refletindo no aperto do crédito e também em taxas de juros mais elevadas: “Além disso o índice de recuperação do bem é baixíssimo. De cada cem carros nas mãos de inadimplentes apenas quinze são encontrados, e dos encontrados somente 40% são recuperados”.

Segundo a Fenabreve o volume mensal de novos contratos limita-se hoje a 150 mil/mês, volume que era de 200 mil em 2012 e de 190 mil em 2013: “Com a mudança na legislação o cenário muda. Estimulará o apetite dos bancos para a oferta de crédito, pois o risco será menor. Com isso poderemos ter um substancial incremento nas nossas vendas”.

A mudança na legislação propiciará não apenas maior oferta de crédito como também melhores condições para os consumidores que dependem de financiamento.

“A inadimplência já vinha em queda, situando-se hoje na faixa de 4,6%, mas era necessário estimular os bancos para que retomassem níveis anteriores de concessão de financiamento automotivo.”

Meneghetti chega a falar em um décimo-terceiro mês de vendas, ou seja, um incremento equivalente a um mês de venda no total programado para 2015. Mas como as medidas ainda não foram adotadas prefere, por enquanto, manter expectativa de estabilidade para 2015.

Pelas projeções da Fenabreve o segmento que terá maior queda no número de emplacamentos este ano é o de caminhões. Enquanto a estimativa para automóveis e comerciais leves é de queda de 7,7%, com um total de 3,3 milhões de unidades emplacadas ante o total de 3 milhões 576 mil do ano passado, no caso dos veículos pesados a queda deverá atingir 15%: venda de 132 mil unidades ante as 155,7 mil do ano passado.

AD

Audaciosa.
Vote na estratégia da Aethra.



A **Aethra** busca a excelência em tudo o que faz, e com a sua imagem no mercado brasileiro não podia ser diferente. Ela foi escolhida como uma das Melhores Empresas do Setor Automotivo, **Categoria Estratégia de Marketing**, no Prêmio Autodata 2014, pela campanha inédita no ano anterior. Ao pedir voto diretamente aos concorrentes à premiação, o resultado foi a conquista do Prêmio Autodata em sua categoria empresarial e na de Empresa do Ano, em 2013. Vote na ousadia e na criatividade. Vote **Aethra**.

Se beber, não dirija.



AETHRA
SISTEMAS AUTOMOTIVOS

Tecnologia de vanguarda.

Não falta crédito. O que falta é cliente.

Presidente da associação que representa bancos das montadoras enxerga risco de 2015 ser até um pouco pior do que este ano

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A soma dos saldos das carteiras de financiamento de veículos continua em queda este ano e não há previsão de retomada no curto prazo. Após atingir R\$ 242,2 bilhões em 2012 caiu para R\$ 228,6 bilhões no ano passado e estava em R\$ 214,7 bilhões em julho.

O presidente da Anef, a associação dos bancos das montadoras, Décio Carbonari, diz ser inevitável um valor menor este ano. No acumulado dos primeiros sete meses o decréscimo com relação ao mesmo período do ano passado superava 6%. O problema, de acordo com ele, não é a falta de crédito: “O que falta é consumidor”.

Tanto é, argumenta Carbonari, que o decréscimo nas vendas financiadas é similar ao das vendas à vista. A proporção das duas modalidades mantém-se este ano em, respectivamente, 52% e 38%. Na sua avaliação 2015 será um ano de ajuste:

“Não vejo espaço para crescimento. Há, inclusive, um risco nada desprezível de o ano que vem ser um pouco pior que 2014. Retomada só mesmo em 2016”.

Carbonari admite que os bancos continuam seletivos na concessão do crédito, mas garante que o índice de aprovação de financiamentos, se for considerada a média do mercado, está em 60%. Ou seja, de cada dez pedidos seis são aprovados.

Reconhece, porém, que esse índice varia de acordo com o número de prestações, chegando, por exemplo, a oito aprovações para cada dez pedidos em propostas que envolvem prazos de até 36 meses. Já nos financiamentos acima de 48 meses essa proporção cai de quatro para dez.

Na prática o que se vê, portanto, é que quanto menor o prazo de pagamento mais fácil a instituição financeira liberar o dinheiro.

PRESTAÇÃO ATRASADA — A inadimplência, segundo o presidente da Anef, “está ligeiramente estável”, atualmente na faixa de 4,6% — há um ano estava em 5,9%. De acordo com o Banco Central os 4,6% representam o menor índice para inadimplência no segmento de veículos desde agosto de 2011.

Sobre a decisão do governo de mudar a legislação da retomada de bens em caso de inadimplência, Carbonari reconhece que a medida — a ser adotada em outubro ou novembro — dará um alívio aos bancos, mas não a ponto de propiciar aumento significativo nos financiamentos e, consequentemente, nas vendas:

“Atualmente o índice de retomada está em torno de 15% nas grandes instituições financeiras e perto de 25% no caso dos bancos específicos das montadoras. Se for para 50% já ajuda. Mas ainda é prejuízo para nós porque os



Décio Carbonari

Simão Silveira

O mercado
automotivo,
inclusive o de
caminhões, reflete
um PIB baixíssimo
e uma inflação
em alta

inadimplentes normalmente não pagam multa e nem impostos e temos de arcar com este ônus para poder revender o carro”.

O governo já informou que vai permitir a retomada do bem sem a necessidade de o banco entrar com ação judicial contra o inadimplente, como acontece hoje. O consumidor terá de assinar, no ato da compra, o compromisso de devolvê-lo se não puder pagar. Com isso o prazo de retomada, hoje superior a duzentos dias, deve

cair substancialmente. “As medidas anunciadas recentemente pelo governo na área financeira estão na direção correta de reduzir perdas e melhorar a rentabilidade dos bancos. Pode até gerar vendas, mas nada de excepcional.”

As taxas de juros para financiamento de veículos tiveram alta ao longo do primeiro semestre deste ano, pulando de uma média de 1,25% ao mês em janeiro para 1,41% em julho no caso das associadas da Anef. Nas instituições financeiras independentes a alta, no mesmo comparativo, foi de 1,5%, na média, para 1,75%.

NADA DE EXCEPCIONAL — A partir de agosto houve um movimento de baixa dos juros iniciado pelos bancos estatais, que passaram a oferecer taxa de 0,97% ao mês para planos com 30% de entrada e pagamento em 36 meses. Mas nem assim as vendas reagiram. Diante deste cenário Carbonari insiste em lembrar que o que falta hoje é consumidor e não disponibilidade de crédito ou melhores condições para quem quer financiar seu veículo. O mercado automotivo, incluindo o de caminhões, é reflexo, na sua avaliação, de uma economia retraída, um PIB baixíssimo e inflação em alta:

“Está claro que terá de haver ajustes no próximo governo, seja ele qual for. O que não está claro é como será esse processo de ajuste. A perda de produtividade da indústria brasileira é grande e esse quadro precisa ser revertido. Só não se sabe o tempo que levará para a economia e a produção industrial retomarem ritmo crescente”.

AD

Altas emoções

Representante dos importadores enxerga 2015 como um ano de travessia, ainda sem clareza quanto à reação do mercado de veículos

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Com previsão de encerrar 2014 com vendas na faixa de 90 mil a 95 mil unidades importadas pelas suas associadas, a Abeifa, ex-Abeiva, não vê espaço para a retomada do crescimento no ano que vem. O presidente da entidade, Marcel Visconde, acredita que 2015 será ainda mais difícil do que este ano:

“A única coisa que sabemos é que será um ano de travessia, certamente de muitas dificuldades. Terão de ser feitos ajustes na economia no início do ano e o primeiro semestre, principalmente, será, digamos, de altas emoções. Talvez o segundo semestre seja mais fácil”.

O movimento deste ano está abaixo do esperado pela entidade em janeiro. A meta era atingir de 110 mil a 115 mil unidades, volume próximo ao de 2013, quando as associadas emplacaram 111 mil veículos. No fim do primeiro semestre a Abeifa revisou projeção para 100 mil e agora, com o desempenho de agosto, reduziu ainda mais sua estimativa.

O baixo desempenho, na avaliação de Visconde, decorre principalmente da falta de crescimento econômico: “Estamos bem próximos de recessão técnica. A expectativa agora para o PIB é de quase zero e isso afeta o mercado. Uma coisa puxa a outra e tanto importações como exportações cairam”.

O primeiro semestre foi bem mais fraco do que o esperado pelo setor, com desempenho afetado pelo menor número de dias úteis, comércio fraco no período da Copa do Mundo e ainda expectativa quanto às eleições

**SER INDICADA AO MAIOR PRÊMIO
DO SETOR AUTOMOTIVO É MOTIVO
DE ORGULHO PARA A INTERNATIONAL.
MOSTRAR POR QUE FOMOS INDICADOS, TAMBÉM.**



INTERNATIONAL CAMINHÕES.

Para ser finalista do Prêmio AutoData, a INTERNATIONAL realizou um feito. Entregou 889 caminhões ao governo federal, a maior venda da história de um novo entrante no mercado brasileiro de caminhões. Isso demandou um aumento de 250% na produção diária de caminhões em três meses, exigindo um verdadeiro esforço de gestão operacional para cumprir a meta. Tudo isso mantendo os índices corporativos de qualidade equivalentes aos das outras fábricas na América do Norte. Um trabalho que apenas realinha o nosso compromisso com a qualidade, com a superação e com nossos clientes.

 **VOTE NA INTERNATIONAL CAMINHÕES**
Categoria Gestão



**ACREDITAR NO BRASIL.
ESSE É O NOSSO COMPROMISSO.**

presidenciais. Sem contar as incertezas com relação ao próximo governo, seja ele qual for: “O impacto no câmbio dependerá dos ajustes a serem feitos no início de 2015. Pode ter aumento, agudo, ou até cair em um primeiro momento. Já está havendo volatilidade nessa área e isso é ruim para nós”.

As marcas associadas da Abeifa tiveram um excelente ano em 2011, quando o País estava crescendo e o crédito era farto — “Nossa vendas atingiram 150 mil unidades”. Mas, com o aumento do IPI para carros importados, em 30 pontos percentuais, as vendas caíram quase 50%.

No fim de 2012 foram anunciadas as cotas sem IPI majorado para os importados, com teto de 4,8 mil unidades ao ano e a média de três anos — 2010, 2011, 2012 — para quem estivesse abaixo desse patamar.

A briga atual da Abeifa, de acordo com seu presidente, é para adequação desse sistema de cota: “Estamos questionando esse modelo até porque cota é coisa meio retrógrada. Precisariamos, no mínimo, ter um mecanismo de adequação numérica, um sistema mais dinâmico, com números renováveis. Não podemos ficar olhando para trás e manter a média de vendas baseada num período que já acabou há quase dois anos”.

Visconde diz que em função das restrições às vendas de importados, as redes ligadas à Abeifa foram redimensionadas, com ajustes operacionais e de pontos de atendimento.

Visconde avalia não haver conflito de interesses com relação à transfor-

A briga atual da entidade é pela adequação numérica do sistema de cotas. É preciso números renováveis.

mação da Abeifa em Abeifa, Associação Brasileira das Empresas Importadoras e Fabricantes de Veículos Automotores, para poder representar também montadoras que decidiram ter fábrica no País, caso da chinesa Chery: “Os problemas dos fabricantes e dos importadores são iguais. A produção local dos new comers restringe-se a um, dois ou três modelos e, por isso, todos continuarão importando para complementar linha”.

BALANÇO PARCIAL — As vendas das associadas da Abeifa em agosto atingiram 7,3 mil unidades, o que representou queda de 28,6% ante agosto de 2013 e recuo de 0,6% em relação a julho. No acumulado dos oito meses os importadores emplacaram 61,2 mil veículos, baixa de 16,9% ante o mesmo período de 2013, quando foram comercializadas 73,6 mil unidades.

Para Visconde um dos maiores problemas, hoje, é a falta de confiança do consumidor. O mercado deve melhorar um pouco no último trimestre após a realização do Salão do Automóvel, quando a maioria das empresas apresenta novidades.

A participação das montadoras ligadas à Abeifa, considerando o acumulado de janeiro a agosto, está em 2,9% ante 3,1% há um ano. A marca líder do ranking Abeifa dos primeiros oito meses do ano é a Kia, com 15,5 mil emplacamentos e vendas 21% inferiores às do mesmo período de 2013, seguida da BMW, com 9,3 mil unidades emplacadas, alta de 5% no mesmo comparativo.

AD

Ser uma das quatro mais premiadas: isso dependeu da nossa história.

Ser eleita a número 1 em Qualidade e Parceria: depende do seu voto.

UOL

A Magneti Marelli já está entre as quatro empresas no ranking Qualidade e Parceria criado pela AutoData Editora, que reúne as empresas que mais se destacaram no relacionamento com as montadoras e com o mercado de reposição nos últimos três anos. Um grande reconhecimento da nossa história de excelência, inovação permanente e contínua dedicação ao cliente.

Vote e eleja a Magneti Marelli como a número 1 na categoria Qualidade e Parceria do Prêmio AutoData.



Faça revisões em seu veículo regularmente.



Faz parte da sua vida.

Compromissos assumidos em fim de mandato que podem não ter sequência no próximo governo, obstáculos burocráticos na regulamentação das autorizações das linhas rodoviárias e demora na realização de obras de infraestrutura nos municípios são fatores que ameaçam a recuperação dos fabricantes de carrocerias de ônibus em 2015. Com projeção de fechar este ano com produção de 28 mil unidades, recuo de 15% sobre 2013, o setor ainda não tem visão clara sobre o que ocorrerá a partir de janeiro próximo.

“Esta é tarefa para cartomante”, brinca José Antônio Fernandes Martins, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus, a Fabus, e do Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários, o Simefre. Até agosto a produção acumulada era de 18,4 mil unidades, queda de 20%.

Martins tem a convicção, no entanto, de que uma melhora, se ocorrer, será somente a partir do segundo semestre de 2015. Isto se a ANTT, Agência Nacional de Transportes Terrestres, cumprir com os prazos para a regulamentação da lei federal que definiu a nova forma de exploração das linhas rodoviárias, agora por meio de autorizações. “Estamos pressionando os ministérios dos Transportes e do Desenvolvimento para acelerar o processo burocrático na ANTT. O cronograma é que as regras básicas sejam estabelecidas até dezembro e, em março, as autorizações sejam liberadas. É muito tempo.”

José Antônio Fernandes Martins



Divulgação/Marcopolo

Tarefa para cartomante

Com queda de 20% na produção deste ano os fabricantes de carrocerias de ônibus só acreditam em melhoras a partir do segundo semestre de 2015

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br

Se os prazos forem cumpridos, Martins projeta mais três meses para o encaminhamento dos pedidos pelos frotistas, produção e entrega dos veículos. O volume a ser produzido, porém, é suficiente para recuperar o segmento rodoviário, que acumula até agosto perdas de 35% na comparação com o mesmo período de 2013. No acordo firmado com o governo federal, as empresas assumiram compromisso de comprar 10 mil novos ônibus, com média de 2,5 mil por ano. Se confirmada a meta, a idade média da frota de rodoviários cairá pela metade: dos atuais 10 anos para 4,5.

URBANO — No segmento de transporte urbano, foco central das manifestações de julho do ano passado, a tendência para o ano que vem é que as empresas continuem investindo em modelos convencionais em razão da demora na construção de corredores exclusivos para os ônibus BRT. Programados para serem entregues para a Copa do Mundo, e que gerariam a compra de 3,5 mil veículos, os corredores estão presentes em poucas cidades, como Rio de Janeiro, Curitiba e Belo Horizonte. “Nas demais está tudo atrasado. Talvez tenhamos algo no fim de 2016. Na área de BRT ainda vivemos uma ficção científica.” Martins isenta o governo federal de responsabilidades neste atraso, alegando que recursos estão disponíveis.

Mas mesmo a compra de modelos urbanos convencionais não é certa. Mais uma vez, de acordo com o presidente das entidades do setor, por

Até agosto foram produzidas 18,4 mil unidades e a meta é chegar a 28 mil até o fim do ano



decisão dos prefeitos. Neste caso por não autorizarem reajuste das tarifas de ônibus e, em alguns casos, ter diminuído, em ação que envolveu o governo federal, preocupado com os reflexos do aumento na inflação. Para o próximo ano, porém, Martins não vê outra saída: “O reajuste será necessário. Caso contrário, teremos ainda mais problemas no setor”.

Reconhece, no entanto, que o empresário do transporte urbano está temeroso diante do vandalismo contra os veículos. “Na situação atual ele não investirá em um bem que tem custo de R\$ 300 mil e pode ser queimado a qualquer momento. O prejuízo é todo seu, porque o governo não indeniza e não existe seguro”. Até agosto a produção de urbanos foi 17% inferior ao do mesmo período do ano passado.

Martins também cobra dos prefeitos uma ação simples, como a delimitação de corredores exclusivos, mesmo que apenas pintados, como fez o Município de São Paulo. “É preciso garantir a mobilidade urbana. Só assim as pessoas usarão mais o transporte coletivo.”

O desempenho dos fabricantes de carrocerias de ônibus também não deve ser bom no mercado externo, que até agosto era 21% abaixo do mesmo período do ano passado. De acordo com Martins, nos últimos anos as empresas abandonaram vários mercados em função da situação cambial. Com a recente desvalorização do real ante o dólar, melhorou a competitividade do setor. Mas conquistas, na sua avaliação, demandarão, no mínimo, mais um ano.

AD

Segue o bonde...

Para o ano que vem a indústria de implementos espera desempenho semelhante ao de 2014, mas como será o primeiro de um novo governo recomenda cautela

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

2014 não fechará como os empresários do setor de implementos rodoviários esperavam. E, é verdade, eles não aguardavam muita coisa. Bem ao contrário. Já tinham assimilado a ideia de que a queda de 5% no mercado interno estaria de bom tamanho. Pois não é que após o encerramento de agosto as planilhas da Anfir, entidade que representa as empresas do setor, exibiam movimento quase 11% menor do que nos oito primeiros meses de ano passado?

Ainda assim, já em setembro, o presidente Alcides Braga não demonstrava grande surpresa nem adotou o tom dramático que muitas vezes domina a fala de executivos quando a curva de vendas não aponta para cima.

A indústria de implementos, por óbvio, acompanha de perto a de caminhões e, mais ainda, o caminhar da economia. Com os números globais de vários setores patinando nos últimos meses, o resultado não poderia ser muito distinto mesmo. E Braga ainda recorda: "O ano passado foi muito bom, e a base de comparação, portanto, é muito alta".

Já em janeiro o executivo estimava que em 2014 o mercado de imple-

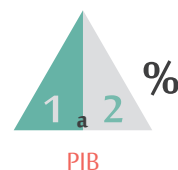
mentos rodoviários poderia sentir algum reflexo por causa do calendário de eventos nos dois semestres do ano, como carnaval em março, férias escolares de meio de ano antecipadas, Copa do Mundo e eleições.

"Poderá haver quebra no ritmo da atividade econômica, influenciando o desempenho do mercado como um todo e afetando diretamente a nossa indústria", avaliava Braga em texto assinado no anuário da entidade, cujo título era Ano de Cautela.

De janeiro a agosto foram vendidos 103,9 mil implementos, ante 116,4 mil um ano antes. No segmento de pesados, reboques e semirreboques a queda foi maior: 16,4%, para 37,7 mil unidades. A linha leve, de carroceria sobre chassi, ajudou a equilibrar um pouco as contas ao retrain 7%, para 66,2 mil unidades comercializadas: "A indústria, de fato, sentiu diretamente os reflexos da queda na atividade econômica no primeiro semestre".

Em 2015, avalia Braga, a indústria de implementos rodoviários deve seguir essa mesma batida. Algo do tipo mais do mesmo, como se diz por aí. "Salvo alguma excepcionalidade ainda não há nada no horizonte que mude o

Projeções





Alcides Braga

Divulgação/Anfir

quadro atual no ano que vem”, diz o presidente da Anfir, que imagina um mercado interno novamente da ordem de 155 mil a 160 mil unidades, praticamente o mesmo que espera ver consolidado no próximo 31 de dezembro.

Ele não esquece que o setor recebeu positivamente importantes medidas que poderão alentar esse cenário. Uma delas foi a inclusão dos implementos rodoviários no Mais Alimentos, programa de financiamento para pequenos produtores rurais coordenado

pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário: “O programa terá algum impacto no ano que vem, mas pequeno”.

A outra foi a ampliação da parcela financiável dos produtos no Finame PSI: o percentual financiável do veículo, antes de 80% e 90% a depender da receita da empresa, subiu para 100% em todos os casos, com juros anuais de 6%. Além disso no começo de setembro o BNDES publicou circular que favorece o segmento: o banco de fomento colocou à disposição do pro-

grama Procaminhoneiro a modalidade crédito leasing. Dirigida para autônomos, micro e pequenos empresários. “Esses benefícios poderão reduzir um pouco o impacto na retração do mercado no segundo semestre de 2014, mas mesmo assim o desempenho será inferior ao de 2013.”

RENOVAÇÃO – Outro benefício, se sair do papel rapidamente, pode representar algumas vendas adicionais em 2015 ou um pouco mais para frente e por prazo mais alongado: a inclusão dos implementos rodoviários no programa de renovação de frota do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, ainda em fase de discussão.

De qualquer maneira, diz Braga, o ano que vem será de muita discussão setorial e, por ser o primeiro de um novo governo, recomenda, mais uma vez, cautela. O melhor é tocar o barco sem grandes anseios: “Viveremos do cliente que precisa do implemento de fato, e não daquele que busca oportunidades de negócios”.

2016, tem certeza Braga, deve ser melhor. Ele fundamenta essa percepção com as concessões de estradas e aeroportos já contratadas, fora as que virão até lá: “Essas concessões e investimentos no setor elétrico e telefonia serão o pulo do gato”.

Um bom ritmo para a indústria de implementos seria a economia brasileira crescer a uma média de 4% a 5% ao ano, diz o executivo, que no entanto não acredita em evolução do PIB além dos 2% em 2015. **AD**



Novo COROLLA 2015

Mais irresistível do que nunca



Respeite a sinalização de trânsito.

*Disponível apenas para as versões Altis e XEi. **Por questões de segurança, as imagens da TV digital e do DVD player não serão exibidas enquanto o veículo estiver em movimento. ***O funcionamento do GPS depende da disponibilidade de telefones móveis ou dispositivos eletrônicos, rastreadores próximos ao GPS, existência de árvores, edifícios ou fiação elétrica. Nem todos os municípios do território nacional estão presentes na área de cobertura do mapa. ****Disponível para o veículo Toyota Corolla 2.0 16V nas versões Altis e XEi com transmissão Multidrive-S (CVT) de sete velocidades possui nota A no Programa Brasileiro de Etiquetagem entre os veículos com menor consumo de combustível da categoria gasolina/ciclo rodoviário: 12,8 km/l; CO₂ (não renovável) (g/km): 118 (gasolina). Valores de referência medidos em condições-cadêrio de laboratório conforme NBR 7034 e ajustados para simular condições mais comuns de utilização, motorista. Para saber mais, consulte os sites www.inmetro.gov.br e www.conpet.gov.br. A Toyota oferece três anos de garantia de fábrica para toda a linha sem limite de quilometragem para uso particular, e três anos ou 100.000 km, dependendo da versão, poderão não estar disponíveis no mercado brasileiro no momento da compra. A Toyota reserva-se o direito de alterar as especificações e características de seus produtos sem aviso prévio. Todas as versões de Corolla vêm com

Você ainda nem viu por dentro e já está apaixonado.

Novo Corolla. Irresistível em todos os ângulos.



Sistema multimídia^{NOVO}
com TV digital^{NOVO},
DVD player^{NOVO} e GPS^{NOVO}

Transmissão Multidrive-S^{NOVO}
(CVT) com 7 marchas^{NOVO} +
botão de condução Sport^{NOVO}

Start Button^{NOVO}:
acionamento do motor
ao toque de um botão

Air bag de Joelho
para motorista
(todas as versões)
e air bags de cortina^{NOVO}

Qualidade
em pós-venda
é TOYOTA.

Preço fixo de revisão.
Peças genuínas Toyota.
Mão de obra inclusa.



TOYOTA
Pensando mais longe

www.toyota.com.br/corolla2015 SAC: 0800 703 02 06 cliente@sac.toyota.com.br

sinial de registo, bem como de outros fatores, como visão desobstruída do céu. A recepção do sinal, por sua vez, pode ser interrompida facilmente por películas protetoras nos vidros, todas as versões com Multidrive-S (Altis e XE) e Multidrive (GLI). ^{NOVO}Disponível apenas para a versão Altis. Programa Brasileiro de Etiquetagem: Na categoria de veículos grandes, em 2014, o veículo Toyota Corolla 2.0 16V apresentou o seguinte consumo – etanol/ciclo urbano: 7,2 km/l; gasolina/ciclo urbano: 10,6 km/l; etanol/ciclo rodoviário: 8,8 km/l; podendo não corresponder ao consumo verificado pelo motorista com o uso do veículo, que depende das condições do trânsito, do combustível, do veículo e dos hábitos do (prevalendo o que ocorrer primeiro) para uso comercial. Consulte o nível de garantia, o manual do proprietário ou o site www.toyota.com.br para obter mais informações. Itens e tapetes genuínos Toyota de série. Imagens da versão Corolla Altis.

O elevado nível de desconfiança com relação ao atual ambiente econômico do País é o que tem feito o transportador deixar de comprar caminhão. Enquanto persistirem as incertezas adia-se a compra do bem:

“O ano está pior do que o ano passado”, diz Hugo Zattera, presidente da Agrale. “E tem um componente psicológico que se manifesta nas vendas.”

O pouco crescimento do País também se apresenta como outro fator para justificar os índices de queda de veículos pesados no mercado, além da seletividade dos bancos no momento de aprovar crédito: “Ao analisar e perceber que as condições econômicas não são favoráveis, o sistema financeiro é o primeiro a fechar a torneira para se proteger”.

No frigor dos ovos, no entanto, o presidente da Agrale confessa ter dificuldades para entender o contexto de queda enquanto variáveis importantes, que contribuem de maneira favorável com a economia e com os mercados de caminhões, ônibus e tratores, se encontram em uma situação razoável.

“No fundo há certa instabilidade para definir de maneira clara o atual momento. A agricultura vai bem, os preços das commodities, apesar de queda recente, ainda estão elevados, o dólar não se encontra assim tão valorizado e, embora os bancos estejam mais restritivo, há financiamento.”

ADAPTAÇÃO – Zattera compartilha da observação da maior parte dos atores do segmento de veículos pesados,

Componente psicológico

Além da desaceleração da economia do País a queda nas vendas de veículos pesados também esta associada à falta de confiança

Décio Costa | decio@autodata.com.br



Hugo Zattera

Jefferson Bernardes

na qual o País guarda um frutífero potencial de crescimento: “Tem tudo para crescer. Neste momento, entretanto, também há as eleições de outubro, outro motor de incertezas. Cabe à indústria se adaptar, com planejamento de curto prazo para errar menos, além de ajustes mensais”.

O ano do segmento de veículos pesados começou de maneira confusa, com demora na oficialização das regras do Finame, além da permanência por alguns meses da oferta da linha do BNDES do tipo convencional, mais burocrática. O cenário nebuloso de então, pensava-se, teria ocasionado um represamento nos negócios no primeiro semestre e bastava desburocratizar os processos no sistema financeiro para as vendas voltarem. Não foi, porém, o que aconteceu. O consenso é a queda, só não se sabe de quanto, até o fim do ano.

“Estamos em fase de avaliação, mas suspeito de um mercado de caminhões de 14% a 15% menor do que 2013, um volume em torno de 130 mil unidades.”

Apesar de números negativos a Agrale é uma das fabricantes que menos sofre no universo de caminhões. No acumulado do ano até agosto a empresa negociou 289 unidades, recuo de 6% na comparação com o mesmo período do ano passado, quando vendeu 307. A empresa, no entanto, também possui saídas compensatórias devido às frentes de negócios que possui. Zattera lembra que os volumes de exportação de máquinas agrícolas ainda são bons, embora registrem

queda de 3% nas remessas, segundo estatística da Anfavea: “Os programas internacionais de agricultura familiar e geração de alimento estão garantindo um desempenho razoável.”

Para 2015 Zattera prefere não arriscar um resultado e brinca que se alguém souber, “por favor, pago bem para saber”. O presidente da Agrale espera ajustes rápidos e necessários para que o ano que vem seja pelo menos estável: “Se ficar igual a 2014 já será muito bom”.

SÃO MATEUS – Mas independentemente do panorama econômico o presidente da Agrale reforça que a maior questão a se desembrulhar no País é a competitividade da indústria, ou a falta dela.

“Está na hora do governo promover uma reforma, investir no próprio parque industrial. Se tem uma coisa que faz um país mudar rapidamente são os incentivos aos bens de capital. Hoje, trabalha-se mais na burocracia do que na produção de fato.”

Foi em busca de mais competitividade que Agrale saiu de suas bases gaúchas para construir fábrica de chassi para ônibus em São Mateus, ES. A nova unidade deverá consumir investimento de R\$ 40 milhões. Zattera lembra que por estar em Caxias do Sul, RS, a empresa sofre com os custos de frete. A nova unidade oferecerá ganhos de logística, o que contribuirá para reduzir os custos de distribuição da companhia no Brasil e das exportações: “Antes do fim do ano que vem espero já estarmos produzindo”. **AD**

Em busca
de maior
competitividade
a empresa saiu
das suas bases
gaúchas e constrói
fábrica no
Espírito Santo



Premium de lado

André Barros | andreb@autodata.com.br

Quando a BMW confirmou sua primeira fábrica aqui, em Araquari, no Norte de Santa Catarina, em outubro de 2012, a situação do mercado brasileiro era outra. As vendas cresciam estimuladas pelos descontos no IPI promovido pelo governo em maio e o setor automotivo caminhava para mais um ano de recorde de vendas.

No último 30 de setembro os primeiros modelos BMW made in Brazil começaram a sair das linhas de montagem, cumprindo o cronograma estabelecido pela empresa quando assinou o

Arturo Piñeiro espera pela manutenção dos volumes do segmento em 2015, com a retomada do crescimento na sequência

protocolo de intenções com o governo de Santa Catarina.

Embora o cenário deste ano seja oposto, com o mercado em retração e a demanda por veículos premium desacelerada, a BMW não alterou o seu projeto brasileiro.

O economista Arturo Piñeiro, presidente do Grupo BMW no Brasil, justificou a manutenção dos planos da companhia:

“Nosso investimento foi configurado com base no longo prazo. O Brasil tem fundamentos econômicos sólidos e um segmento premium em desen-



Inspirados
pela segurança,
movidos
pela **inovação**.

Volvo. Líder mundial em inovação, tecnologia e segurança.



 www.facebook.com/volvobr
www.volvo.com.br

VOLVO

volvimento, com boas perspectivas para o futuro”.

Araquari tem capacidade para produzir até 32 mil unidades por ano, em princípio, de cinco modelos: Série 3, X1, X3, Série 1 e Mini Countryman. O cronograma prevê início de produção de um modelo a cada três meses, começando pelo Série 3, e com todo o portfólio saindo das linhas até o fim de 2015. Piñeiro não quis arriscar o volume a ser produzido no primeiro ano completo de operação da fábrica, mas não aposta em grande salto. Sem produção a todo o vapor, o ano que vem deverá ser de adequação.

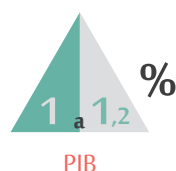
“O segmento premium deverá fechar este ano com 49 mil a 50 mil unidades comercializadas, contra 47 mil vendidas no ano passado. A BMW é líder, com quase 30% desse volume. Acreditamos na manutenção deste ritmo no ano que vem”.

AJUSTES — Segundo o economista, formado pela Faculdade São Luís, três fatores contribuíram para que 2014 fosse um ano atípico: o carnaval tardio, a Copa do Mundo e as eleições. O mercado automotivo sofreu com as incertezas geradas por uma situação econômica negativa, o que fez com que os consumidores postergassem as suas compras.

Para Piñeiro o ano que vem também será um período complicado, independentemente do candidato que ganhar as eleições presidenciais:

“A situação requer um ajuste. O próximo governo precisará adotar medidas que não terão impactos no curto

Projeções



prazo, mas são necessárias para que o Brasil não perca o momento histórico de continuar progredindo”.

O presidente do Grupo BMW considera a retração econômica motivo de preocupação, mas não de pânico. Segundo ele os fundamentos do País são sólidos, com bom nível de reservas cambiais e a economia agora bem mais preparada que no passado para enfrentar momentos de dificuldades como os de agora.

Para ele, entretanto, o Brasil não soube aproveitar a oportunidade gerada pela crise econômica de 2008, quando a atração de investimentos foi, em sua opinião, muito maior do que a realidade:

“O consumo cresceu, mas a infraestrutura não acompanhou esse avanço. Temos que investir nessa área, porque é a que sustenta o crescimento da economia”.

O mercado automotivo também passa por ajustes. Piñeiro acredita em ritmos semelhantes ao deste ano em 2015, com possível melhora apenas no ano seguinte:

“Isso se o governo adotar medidas que são necessárias para reverter o cenário de inflação alta. É preciso um

plano ortodoxo para equilibrar o PIB, a competitividade e o investimento”.

Segundo o executivo, o segmento premium também andará de lado, porém com perspectiva muito boa para o futuro: “São 30 milhões de habitantes nas classes A e B. É a população da Argentina! Em 2018 as vendas podem chegar a 100 mil unidades, saltando para 120 mil dois anos depois. O potencial é enorme”.

PACOTES VANTAJOSOS — A BMW já oferece pacotes mais atraentes na busca de consumidores que ainda não migraram para o segmento premium.

Uma delas é uma espécie de leasing: um plano de financiamento oferecido pelo Banco BMW que exige entrada de apenas 10% a 20% do valor do veículo, com quitação em 24 parcelas e a garantia de que a concessionária recomprará o produto após dois anos de uso, quando um novo modelo 0 km poderá ser adquirido.

A nova fabricante brasileira garante que tem condições de antecipar os planos, caso o mercado assim demandar: “Trabalharemos de maneira planejada. Mas se o mercado acelerar poderemos acelerar também”.

AD

Novas respostas para a mobilidade do futuro.

Respeite a sinalização de trânsito.

A linha de produtos do Grupo Continental é desenvolvida e atualizada de acordo com as tendências mundiais do mercado automotivo. Com engenharia e produção nacional, é parte do nosso dia a dia a constante busca de novas e inovadoras tecnologias que contribuam para a economia de combustível, conforto e segurança dos veículos, assim, colaborando para um futuro mais sustentável e transformando em realidade hoje a mobilidade do amanhã.



Cledorvino Belini

Arrumar a casa

Belini aposta em estabilidade na produção e nas vendas e vê o momento como ideal para a cadeia investir em atualização tecnológica

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Com a inauguração no primeiro trimestre de 2015 de sua fábrica pernambucana de Goiana a Fiat Chrysler, até então com operações exclusivamente em Minas Gerais, entra em nova fase no País. A empresa passará a ter rede Jeep, além das concessionárias Fiat e Chrysler, e a competir em um segmento — o dos SUVs compactos — que de acordo com seu presidente, Cledorvino Belini, é um dos que mais cresce por aqui.

“É mais gente comendo um bolo que diminuiu. O melhor caminho nesse cenário é o investimento em produto”, ele disse ao falar das perspectivas da empresa para 2015. Belini aposta que 2014 encerrará com volume próximo a 3,4 milhões de automóveis e comerciais leves emplacados e acredita em mercado e produção estáveis no ano que vem.

O setor, assim como a economia, passa por um período de ajuste e o início de 2015, na sua avaliação, será marcado pela expectativa do que vai mudar na economia, seja lá quem vencer a eleição presidencial: “Depois que clarear o rumo a ser tomado, o País começa a rodar”.

Quanto à projeção de uma queda de 5% nas vendas de automóveis e comerciais leves este ano Belini lembra que “já tivemos sustos maiores”. O risco de haver excesso de capacidade diante dos investimentos em curso deveria ser anulado, na sua opinião, com medidas que garantissem aumento nas exportações:

“Cada carro que sai do Brasil carrega 10% em tributos não compensados,

o que não acontece em outros países. Precisamos de maior competitividade na área externa”.

De qualquer forma destaca que a indústria automotiva trabalha de olho no longo prazo, razão dos altos investimentos em andamento tanto em novas fábricas quanto em aumento de capacidade das existentes.

Ainda há indicativo, segundo ele, de um mercado de 5 milhões de veículos em 2020: “O maior problema neste momento é o índice de confiança abalado. Potencial para o consumo continua existindo, tanto é que o mercado de usados aqueceu-se a partir do início do segundo semestre deste ano. O que se faz necessário é a redução da inflação para gerar excedente de massa salarial que gere maior vendas em geral”.

Para Belini o ano que vem será difícil: “Não deve ser melhor do que este ano em vários sentidos e, por isso, a hora é de trabalhar em produtividade e eficiência. A cadeia automotiva toda tem muitas oportunidades a serem exploradas”.

A retração momentânea e o novo patamar do mercado de automóveis e comerciais leves, 3,4 milhões de unidades, representam, na análise de

Belini, uma boa hora para os fornecedores reverem processos e estruturas produtivas: “Para quem está capitalizado é um momento muito bom para investir em atualização tecnológica. É hora de arrumar a casa”. Tal recado, de acordo com Belini, vale tanto para os fornecedores como para os concessionários. Com relação à rede acrescenta: “É fundamental também insistir mais na fidelização do cliente”.

Como prevê estabilidade para o mercado interno, a Fiat projeta dados macroeconômicos para 2015 muitos similares aos deste ano. Belini acredita em pequeno crescimento do PIB, na faixa de 1%, Selic em 12%, inflação de 6% e dólar na casa de R\$ 2,40, pouco acima dos R\$ 2,20 a R\$ 2,30 registrados em agosto e setembro.

PRODUÇÃO — A Fiat opera hoje com 70% a 75% de sua capacidade e para adequar produção à demanda concedeu férias coletivas em algumas linhas e realizou algumas paradas técnicas no meio do ano. Na época de mercado aquecido a empresa, para atingir as 800 mil unidades de capacidade na fábrica de Betim, MG, vinha trabalhando em três turnos e todos os sábados e

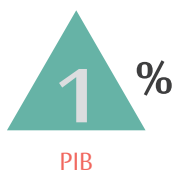
domingos. Ou seja, a ociosidade atual é relativa, não é preocupante.

Em Pernambuco a empresa terá capacidade total de 250 mil veículos/ano. Belini não quis revelar quando tal meta será atingida e nem a programação para 2015. O empreendimento, no entanto, é de extrema importância para a Fiat Chrysler no Brasil porque lá a empresa terá sua primeira plataforma mundial.

O fato de ter uma nova fábrica e um produto novo chegando ao mercado em 2015 não preocupa Belini: “O Jeep Renegade vem para competir no segmento que mais cresce no mercado brasileiro. A participação dos SUVs compactos já chegou a 7% e a perspectiva é mais do que dobrar, atingindo 16%, em pouco tempo. A melhor forma de combater as crises é lançar novos produtos. Só para a fábrica de Betim estamos programando seis novos veículos até 2017, incluindo o recém-lançado novo Uno”.

Em Betim, hoje, a empresa opera com seis plataformas para dezesseis modelos e um total de 120 versões: “Deveremos, no futuro, ter menos plataformas em Betim. É um processo natural de racionalização”. **AD**

Projeções



Número neutro

Rogelio Golfarb diz que o setor é cíclico e períodos de queda, como o atual, fazem parte de sua história. Depois da queda vem crescimento.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



S em clareza quanto ao fechamento do mercado este ano é difícil projetar crescimento ou queda para 2015. Diante desse quadro o vice-presidente de assuntos corporativos e governamentais da Ford América do Sul, Rogelio Golfarb, prefere falar em número neutro diante de suas expectativas para o ano que vem.

Ele faz questão de lembrar que desde o fim de 2012 previa uma desaceleração nas vendas por causa do endividamento da população, inadimplência resistente, falta de confiança e rigidez na concessão do crédito:

“Imaginava que estávamos chegando ao fim de um ciclo de crescimento contínuo e já prevíamos que 2014 seria difícil”.

Admite, porém, que a retração das vendas foi maior do que a prevista, fruto da deterioração da economia também maior do que se imaginava.

De qualquer forma recorda que o setor automotivo, no Brasil e no mundo, é feito de ciclos:

“Elementos da década de 70 e do fim dos anos 90, quando as vendas despencaram, estão presentes agora. O vale, desta vez, só foi mais profundo do que o esperado. Mas é cíclico. Depois do vale vem crescimento”.

PRODUÇÃO – Com a expectativa de o mercado interno fechar 2014 com volume total de 3,4 milhões a 3,5 milhões de veículos, Golfarb avalia que o setor ainda não chegou ao fundo do poço. E a retomada dependerá basicamente do comportamento do próximo governo, seja lá qual for:

O vale só foi
mais profundo do
que o esperado.
Mas a retomada
virá. O Brasil está
condenado a
crescer.

“Há desafios que terão de ser vencidos, mas tudo depende de como o governo agirá. Ou seja: depende da macroeconomia”.

O vice-presidente da Ford admite que as medidas anunciadas pelo governo na área financeira, como a de tornar mais fácil a retomada do bem em caso de inadimplência, ajudam, mas não resolvem. Podem desacelerar a queda, porém não reverterem a curva.

O que pesa no momento são dificuldades que já perduram há algum tempo, como o endividamento dos consumidores, a taxa de crescimento econômico menor, os juros subindo e a cautela dos bancos:

“Cautela, essa, intensificada no início deste ano quando as instituições financeiras já anteviam a desaceleração do crescimento econômico ao longo dos próximos meses.”

Aos problemas já citados Golfarb acrescenta o processo eleitoral e a Copa do Mundo, que acabaram influenciando as vendas. Tudo isso, no entanto, não tira a visão de longo prazo com relação ao País. Como ele diz “o Brasil está condenado a crescer”.

PRESENÇA EXPRESSIVA — Dentre os potenciais do País destaca a reserva cambial em nível elevado, a matriz energética, o pré-sal, o bicomustível e a pujança da agricultura. São fatores que levam todas as marcas mundiais a estarem aqui e a estarem investindo para ganhar market share no mercado brasileiro.

No momento, porém, a situação é crítica. O balanço acumulado do ano,

segundo ele, não está estável no negativo. A queda está acelerando: “Como o setor planejava manter crescimento só o fato de parar de crescer já faz estrago enorme. Com queda a situação é ainda pior, pois gera problema de caixa”.

Apesar das dificuldades a Ford foi a única dentre as grandes a não perder participação este ano: “Isso é muito importante. Somos a única empresa, hoje, com toda a linha formada por produtos globais”.

No acumulado de janeiro a agosto, de acordo com dados da Fenabrave, a Ford vendeu perto de 265 mil unidades e manteve participação próxima de 10%.

Em comerciais leves, segmento no qual está inserido o EcoSport [a partir do ano que vem haverá mudança nessa segmentação e veículos que não transportam cargas passarão a ser considerados automóveis], a Ford cresceu 20,3% no comparativo do acumulado deste ano com o mesmo período de 2013. O mercado total de comerciais leves teve alta de apenas 0,8%.

No mercado de automóveis a Ford teve queda de 10,8%, enquanto os emplacamentos totais do segmento foram 12,4% inferiores de acordo com dados da Anfavea. E o novo Ford Ka, seu veículo de entrada, só chegou ao mercado em agosto.

A empresa mantém intacto o ciclo de investimento programado para o período 2011-2015. O Inovar-Auto, segundo Golfarb, obriga a manutenção de investimentos em tecnologia e aumento de produtividade. **AD**

Ano difícil com indústria boa

O mercado de caminhões de 2014 não segue como desejado, mas para a Ford os novos produtos defendem o período e vão ao ataque no ano que vem

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Tranquilidade demais no mercado costuma deixar inquieto quem está na direção do negócio. É na base do desassossego que caracteriza 2014 para o mercado de caminhões: “Até agora o ano se mostra difícil. Com o PIB caindo novos contratos de obras e serviços foram reduzidos. Menos atividade econômica significa menos carga”, avalia Guy Rodriguez, diretor de operações da Ford Caminhões para a América do Sul. “Ao se destravar os processos de financiamento do PSI Finame ainda no primeiro trimestre descobriu-se que o problema estava na falta de demanda”.

Rodriguez faz coro com outros colegas do segmento e, pela média das vendas mensais dos últimos quatro meses, aposta em um mercado de 130 mil a 135 mil unidades em 2014, o que representará uma queda em torno de 15%: “Não é uma catástrofe. Nos últimos dez anos o mercado praticamente dobrou de tamanho. O ano é difícil, mas com uma indústria boa, afinal, o

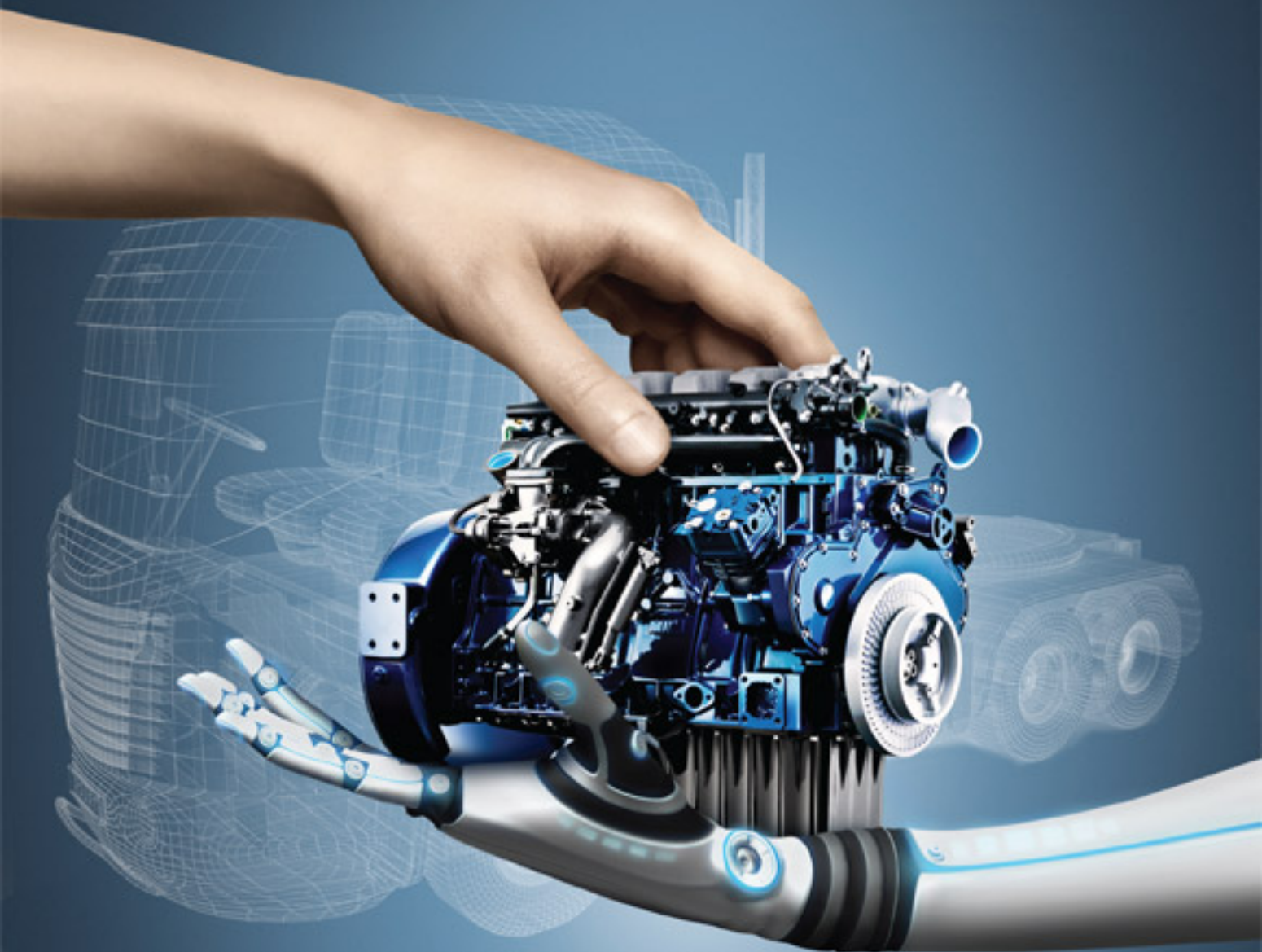


Guy Rodriguez

Paulo Bareta

Tecnologia do Brasil para o mundo.

MWM no Prêmio AutoData 2014.



Contamos com seu apoio e seu voto nas categorias:

✓ **Produtor de motores**

✓ **Exportador**

- 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



País ainda é o quarto maior produtor mundial de caminhões”.

No balanço geral a situação do negócio de caminhões da Ford realmente mostra dados positivos. De acordo com dados da Anfavea, a companhia registra recuo de 14% nas vendas totais no acumulado até agosto com relação ao mesmo período de 2013. Mas ao se fatiar o mercado o quadro não é tão feio quanto parece. Na categoria de pesados a Ford computa crescimento de 32% na mesma base de comparação. Dentre os médios também a companhia nada de braçadas com aumento de 49% nos negócios.

“A boa aceitação dos produtos lançados contribui com um crescimento mês a mês, caso do extrapesado apresentado no ano passado.”

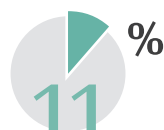
OPORTUNIDADES — O diretor da Ford avalia o segmento com base em contraposições. Se por um lado os estoques atuais estão um pouco mais altos do que gostaria e a trajetória do segmento nos últimos anos tem sido marcada por oscilações com muitos picos, afetando o planejamento, por outro enxerga muitas oportunidades, especialmente em virtude de seus produtos mais recentes. O médio Cargo 1119 e os extrapesados 2042 e 2842 lançados em agosto do ano passado são responsáveis diretos pelos bons resultados deste ano em suas respectivas categorias: “Os produtos já são conhecidos e temos uma base de clientes maior, que só tende a crescer”.

Outra linha de frente animadora para a empresa é a volta da tradicional

Projeções



PIB



taxa selic



inflação



dólar

Série F, descontinuada momentaneamente. Em ação pioneira no segmento, realizou pré-venda dos modelos F-350 e F-4000. Com isso, não só pôde medir a aceitação do mercado quanto programar produção. Segundo Rodriguez, a campanha, com preço promocional e 10% de entrada na reserva, vendeu 850 unidades, 450 das quais já faturadas no início de setembro.

Até o fim do ano o diretor da Ford Caminhões ainda projeta uma pequena aceleração nas vendas em virtude do término em novembro do PSI Finance nas condições atuais: “O empresário comprará porque sabe que o mercado deve parar no início de 2015, além das incertezas que tem pela frente diante de um novo governo”.

Apesar do ponto de interrogação que tem na cabeça a respeito de 2015 Rodriguez tem um olhar otimista. Ele acredita em crescimento de 1,5% nas vendas de caminhões e na melhoria da economia. “Também será um ano difícil, mas o próximo governo, seja qual for, não tem outra saída senão fazer ajustes. Sem um plano o Brasil andarà de lado. Importante, no entanto, é ter regras claras e focar no básico: produto, serviços e rede de distribuição.”

Para o diretor da Ford o que certamente ajudaria o segmento é a recorrente questão da renovação de frota: “O Brasil tem de baixar seu custo logístico. Com modelos mais novos o custo do transporte diminuiu, porque há mais segurança e menos consumo de combustível. Basta fazer o cálculo para ver que é um bom negócio ter veículos mais novos em circulação”.

AD

ASSIM SE FAZ UM LÍDER.

Os detalhes e a excelência dos nossos produtos, fazem da Tecfil a marca líder em filtros automotivos e em todos os segmentos em que atua.

Filtros
Tecfil[®]
A qualidade que é líder.

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Nossa marca é sinônimo de tradição, conhecimento, tecnologia e qualidade no desenvolvimento e produção de filtros automotivos.



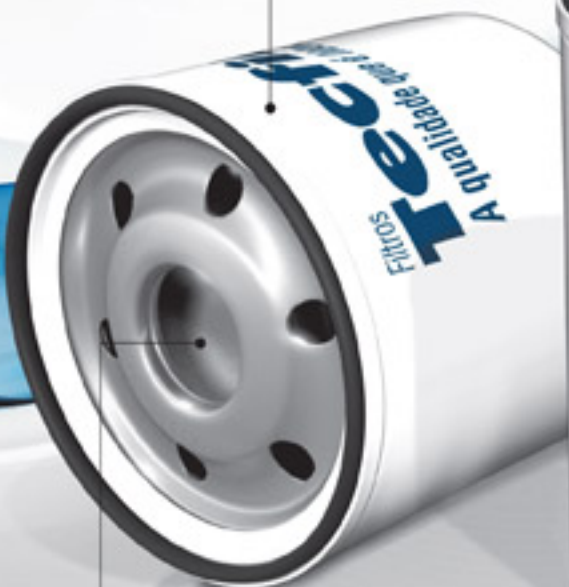
Para atender com excelência o mercado automotivo, possuímos todas as **certificações** de sistema da qualidade: ISO/TS16949, ISO14001, OHSAS18001.



Com um centro tecnológico equipado com laboratório e área de protótipo, agregamos alta capacidade de desenvolvimento e **tecnologia** aos nossos produtos.



Com duas unidades fabris e alta **capacidade de produção**, somos a maior empresa da América Latina, com estrutura capaz de produzir mais de 70 milhões de filtros por ano.



Filtros
Tecfil[®]
A qualidade que é líder.

FILTRO DE ÓLEO
FILTRO DE ACEITE
OIL FILTER



Com uma **equipe técnica e comercial** voltada para os segmentos em que atuamos – OEM e Aftermarket – disponibilizamos aos nossos clientes todo o conhecimento e apoio em filtros automotivos.

Know How no desenvolvimento e produção de filtros de ar, óleo, combustível, ar condicionado e sistemas de indução de ar (AIS).



Nosso papel é trabalhar para ajudar a reduzir impactos **ambientais**, tanto na produção de filtros ecológicos – sem o uso de aço –, como nas atitudes para a preservação do meio ambiente.



Filtros
Tecfil[®]

SAC 0800 11 6964

www.tecfil.com.br

www.facebook.com/tecfil.filtros

Para a General Motors do Brasil o ano que vem deverá registrar volume de vendas cujo resultado será um empate técnico na comparação com o provável fechamento deste ano, algo que varie de 3,5 milhões a 3,6 milhões de veículos. 2015 talvez fique um pouquinho acima, em algo como 3 milhões 650 mil. O que não necessariamente significa que será um ano decepcionante — este título fica mesmo para 2014, analisa seu presidente, Santiago Chamorro:

“Este ano nos pegou de surpresa. Esperávamos pelo menos números de venda estáveis ante os de 2013”.

Da sala de reuniões que um dia já foi o gabinete de André Beer, no prédio administrativo de São Caetano do Sul, no ABC paulista, o executivo enumerou os pontos que em sua opinião foram determinantes para o cenário de queda, que até setembro beirava os 10%: aumento dos juros, confiança do consumidor em nível muito baixo, pressão inflacionária e menor apetite dos bancos em conceder crédito para a modalidade de veículos.

“Apesar da queda na inadimplência e da liquidez disponível, as instituições financeiras reduziram os negócios do segmento. Um ano atrás, de 60% a 65% das fichas eram aprovadas, índice que atualmente caiu para 35% a 40%.”

Por isso o executivo aplaude a ação governamental de liberar o compulsório para os bancos e também as novas regras para os casos de inadimplência, que facilitam a retomada do veículo: “Já passamos a sentir um interesse um pouco maior dos grandes bancos, ain-

Empates técnicos

Empresa aposta em 2015 parecido com 2014 para as vendas no mercado total. E pode anunciar o tão esperado investimento em São José dos Campos.

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br



Santiago Chamorro

Divulgação/GM

da que por enquanto apenas indiretamente, adquirindo carteiras. No caso da Chevrolet Serviços Financeiros conseguimos captar recursos um pouco mais baratos depois destas medidas, o que acabará por refletir em melhores condições para os consumidores”.

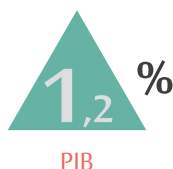
Chamorro lembra ainda outro fato que poderá animar um pouco mais as vendas em 2015: a renovação de compra. “Nossas pesquisas mostram que os brasileiros trocam de carro, em média, de trinta a quarenta meses após a aquisição de um 0 KM. Isso significa que no ano que vem os consumidores que adquiriram veículos em 2011 e 2012, anos muito bons, estarão propensos a trocar de carro. Só isso já representaria um mercado de bom tamanho e, se conseguirmos mostrar para o consumidor que a situação melhorou, que ele não corre risco de perder o emprego e, assim, pode encerrar um financiamento para os próximos três anos, aí vejo uma tendência mais clara de crescimento para 2015”.

O presidente da GMB complementa, dentro deste raciocínio, que, no País, em média 65% dos veículos são vendidos por meio de financiamento.

INTERIOR PAULISTA – 2015 pode representar ainda o ano em que finalmente a General Motors do Brasil confirmará investimento de R\$ 2,5 bilhões em São José dos Campos, no Vale do Paraíba, SP, negociado com os governos federal, estadual e municipal, além dos metalúrgicos, e cuja expectativa inicial apontava para julho de 2013.

Chamorro, porém, não dá mais pis-

Projeções



tas: “Ainda estamos sem uma solução para esta questão, mas não desistimos de buscá-la. Estamos no mesmo patamar que estávamos desde o começo: temos um produto que gostaríamos de ter no Brasil, que é desafiador por sua natureza, e que depende de um cálculo muito preciso para sua correlação tamanho-preço-tecnologia. Em um investimento deste tamanho não há o risco de errar. Ainda não temos fumaça branca para esta decisão. Mas também não temos fumaça preta”.

Cabe a lembrança, de qualquer forma, que em 2014 a GM anunciou seu maior investimento em 89 anos de País, R\$ 6,5 bilhões até 2018. “O que me deixa feliz é o fato de que a maior parte deste investimento tem como destino a linha de produtos, tanto em renovações quanto lançamentos. Teremos algumas surpresas com relação a isso já no ano que vem.”

Dentro do universo particular da GM, Chamorro evitou comentar o embate direto com a Volkswagen no mercado brasileiro, que em meados do segundo semestre ainda indicava um empate técnico pelo segundo lugar, com disputa acirradíssima, palmo a palmo em vendas. Mas não deixou de dar uma alfinetada no concorrente:

“Estamos felizes com os resultados, com a aceitação do consumidor pelos nossos produtos. Jogamos diferente dos concorrentes, dando maior ênfase ao varejo e evitando o uso extremo do canal direto. Somos líderes pelo segundo ano consecutivo no varejo, o que nos ajuda a enfrentar melhor a queda do mercado.”

AD

Em 2015 o quarto modelo nacional

Com renovação total da sua linha este ano a fabricante promete um SUV compacto para o próximo e projeta manter mesmo nível de vendas no País

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Roberto Akiyama

Divulgação/Honda

Em pleno processo de construção de uma nova fábrica no País, em Itirapina, Interior paulista, a Honda Automóveis manteve cronograma de lançamento e investimentos este ano e, com isso, conseguiu manter suas vendas estáveis e estoques compatíveis com o padrão considerado normal pela marca.

De acordo com Roberto Akiyama, vice-presidente da Honda Automóveis no Brasil, a empresa cumprirá meta de produzir 138 mil unidades em 2014 e vender internamente cerca de 140 mil: “Neste ano todos os modelos nacionais disponíveis passaram por atualizações significativas, o que fez com que nossa fábrica mantivesse o ritmo de produção”.

Sem revelar informações sobre data de lançamento, Akiyama confirma um quarto modelo nacional na linha Honda. “Será um SUV compacto e com mais uma opção para o mercado brasileiro projetamos fechar 2015 nos mesmos patamares de 2014, uma vez que

Motor Cummins ISF 2.8

A **força** da Série-F



Condução ágil e silenciosa:

- Máximo conforto ao dirigir, com baixo nível de vibração e ruído
- Maior potência, para respostas rápidas e eficientes

O motor Cummins ISF 2.8 equipa os caminhões F-4000 (4x2 e 4x4) e F-350.

Tecnologia Cummins.
Com ela, seu caminhão é mais negócio!

Soluções Integradas Cummins. De bem com o planeta.

0800 2866467
falecom@cummins.com
www.cummins.com.br



nossa fábrica de Itirapina será inaugurada apenas no fim do ano”.

No primeiro semestre a Honda produziu 59 mil 943 unidades e emplacou 61 mil 584. “Como historicamente o segundo semestre apresenta ritmo mais acelerado, acreditamos que fecharemos o ano próximo da meta.”

No consolidado de janeiro a setembro a fabricante registrou 4% de participação de mercado, fatia similar à do mesmo período do ano passado. “Nosso foco é oferecer produtos atrativos em todos os aspectos para exceder as expectativas dos consumidores brasileiros”, diz o vice-presidente.

A expectativa favorável para este fim de ano baseia-se na chegada do novo City, lançado em setembro, e também na consolidação do novo Fit e do novo Civic lançados no primeiro semestre. “Tais novidades garantiram à Honda bons números diante do atual momento econômico que o Brasil está passando.”

Quanto ao fechamento do mercado brasileiro em 2014 Akiyama avalia que há sinais de recuperação das vendas de veículos. Citando números da Anfavea lembra que a produção da indústria automobilística em agosto

cresceu pelo segundo mês consecutivo: “As medidas de aumento da liquidez no mercado devem surtir efeito ainda neste ano e, em 2015, acreditamos em um cenário de estabilidade no segmento como um todo, mas com diferenciais positivos e/ou negativos quando analisarmos por categoria de veículo”.

As obras da unidade fabril que a empresa constrói em Itirapina seguem no cronograma previsto e será inaugurada até o fim do ano que vem: “Hoje nossa capacidade produtiva em dois turnos é de 120 mil carros/ano. Com a inauguração da nova fábrica dobraremos a capacidade da Honda Automóveis do Brasil para 240 mil unidades por ano”.

EXPANSÃO – Apesar do atual cenário industrial e econômico, que tem apresentado fragilidade e incertezas, Akiyama diz que a empresa enxerga boas oportunidades no País. “Acreditamos que podemos atuar de acordo com as necessidades e realidade dos diferentes perfis de consumidores espalhados pelas cinco regiões do Brasil. Por isso, manteremos o cronograma de lançamentos e expansões, de pro-

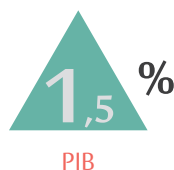
dução e da rede de concessionárias. A Honda acredita muito no Brasil e seus recentes investimentos demonstram esta confiança.”

O vice-presidente da Honda destaca que o Brasil é uma das cinco maiores economias do mundo e tem potencial de crescimento no médio e também no longo prazo.

“O País possui dimensões continentais, com diferenças importantes por suas regiões. Atualmente, observamos algumas com crescimento significativo e outras com redução nas atividades. Independentemente do resultado da eleição, acreditamos que o País continuará a crescer e crescerá proporcionalmente às características e potencial de cada região.”

Este ano o maior problema da Honda foi na área externa. Ante exportações acima de 13,2 mil unidades no ano passado, a empresa exportou no primeiro semestre deste ano apenas 2,4 mil. A queda, segundo o vice-presidente, deve-se à dificuldade estabelecida na balança de pagamentos da Argentina: “Para 2015, a recuperação dependerá dos resultados dos acordos que estão sendo estabelecidos com outros países”. **AD**

Projeções



Centro Tecnológico Tuzzi

Excelência no desenvolvimento de peças e conjuntos, do projeto à validação.

Cinto de segurança salva vidas



Testes oferecidos pelo Centro Tecnológico Tuzzi:



Teste no Sistema de Suspensão e Wind Up



Testes Dinâmicos e de Fadiga



Teste Estrutural



Otimização de novos produtos e componentes



Teste no Sistema de Terceiro Ponto e Tração



Teste de ROPS Roll Over Protective Structure



Grupo **TUZZI**

Presente nas principais montadoras mundiais.
Acesse www.tuzzi.com.br

TUZZI

Apenas um soluço

Apesar da queda de 15% este ano a fabricante continua apostando no potencial brasileiro de 200 mil caminhões por ano

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Marco Borba

Mesmo reconhecendo que o cenário atual está muito turbulento, e que o mercado de caminhões encerrará 2014 com números abaixo dos projetados inicialmente, o vice-presidente da Iveco para a América Latina, Marco Borba, diz que não é um soluço momentâneo que vai tirar o apetite da empresa pelo País e pela região.

“Se há um lugar no mundo que a CNH Industrial quer estar é aqui”, ele diz, referindo-se ao braço do Grupo Fiat que congrega a Iveco e demais operações ligadas a veículos pesados, como a FPT, fabricante de motores diesel, e também máquinas agrícolas e de construção.

Borba avalia que pela força que tem na área agrícola e pelas obras necessárias em infraestrutura o Brasil deveria emplacar pelo menos 200 mil caminhões/ano: “Os números atuais não condizem com o potencial do País”.

Pelos seus cálculos o mercado de caminhões acima de 3,5 toneladas encerrará 2014 na faixa de 130 mil unidades, com queda próxima de 15% com relação às 154 mil de 2013. Borba não aposta em crescimento significativo para 2015, mas não vê espaço para nova queda nas vendas internas de caminhões: “No mínimo será estável. Mercado existe e a não renovação de frota implica maior custo de manutenção, o que não interessa aos frotistas”.

De acordo com ele as oscilações na área econômica e a incerteza quanto ao rumo que o País tomará após as eleições presidenciais acabam por afetar o ambiente de negócios: “Há um

Simão Salomão

compasso de espera. Muitos clientes estão aguardando para decidir se investirão ou não”.

Em contrapartida Borba admite que a indefinição quanto à continuidade do PSI Finame, que a princípio é válido até meados de novembro, pode até gerar uma antecipação de compras:

“É tudo uma incógnita. Ninguém sabe se as condições de crédito vigentes, com taxa de juros de 6% ao ano e 0% de entrada, serão renovadas. A verdade é que o cenário está tão turbulento que não é sequer razoável fazer projeções macroeconômicas para 2015”.

AJUSTES — Como a maioria dos fabricantes de caminhões, a Iveco imaginava, no fim de 2013, que este ano teria comportamento similar ao do ano passado, com vendas na faixa de 150 mil unidades: “Já no primeiro bimestre sentimos que seria diferente, que a tendência era mais para queda. Mas mesmo assim não acreditávamos que baixasse para as 130 mil agora programadas”.

Para adequar oferta e demanda a Iveco fez uma série de ajustes na área produtiva, utilizando os mais variados recursos — “Fizemos paradas técnicas, demos férias coletivas e utilizamos até mesmo o lay off. Agora esperamos não precisar de novas medidas que afetem a nossa mão de obra”.

Com a linha Daily a Iveco tem presença importante na faixa de veículos de 3,5 toneladas, que não são considerados pela Anfavea nos números referentes a caminhões: “Se incluirmos os caminhões com esse perfil o mercado

total sobe para 150 mil unidades este ano — em 2013 foram 175 mil. Nossa meta para 2014 é manter a mesma participação do ano passado, respondendo por 9% dos emplacamentos”.

Com relação a 2015 o vice-presidente da Iveco avalia que o próximo governo, independentemente de quem ganhar as eleições, não terá como prorrogar ajustes macroeconômicos no País:

“Há necessidade, por exemplo, de reajustar o preço do combustível. Se isso ocorrer a inflação inevitavelmente será maior. O principal é ter sabedoria para administrar o País e garantir que a economia volte a girar como antes”.

Borba insiste que o Brasil tem tudo para voltar a crescer e o mercado de caminhões mantém potencial para chegar a pelo menos 200 mil unidades/ano.

“A frota brasileira está muito envelhecida. De um lado exige-se investimento em melhorias tecnológicas nos novos caminhões, que custam mais e poluem menos. De outro não há incentivos à renovação de frota. É um contrasenso. Um caminhão de 40 anos, e ainda há muitos rodando no Brasil, polui mais do que uma frota inteira de caminhões novos dotados de tecnologia Euro 5.”

Com relação às exportações Borba lembra que a queda de 35% no mercado argentino prejudicou as vendas da Iveco: “Temos fábrica lá que produz caminhões pesados. Os veículos abaixo de 16 toneladas são exportados daqui e a retração no país vizinho também afetou nossa produção”. **AD**

A verdade é que
o cenário está
tão turbulento
que não é
sequer razoável
fazer projeções
macroeconômicas
para 2015



Para ter oito indicações no mesmo prêmio,
uma marca precisa de quatro coisas: qualidade,
inovação, portfólio e uma estante espaçosa.

Mercedes-Benz. A marca com maior número de indicações
numa só edição do Prêmio AutoData: 8 categorias.

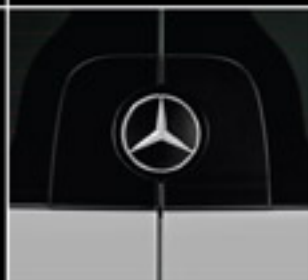
Uma marca do Grupo Daimler.



CRC: 0800 970 9090
www.mercedes-benz.com.br



Na cidade somos todos pedestres.



Vote na marca que mais investe em inovação.
Vote na Mercedes-Benz no Prêmio AutoData.

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



Mercedes-Benz

Sem deixar saudade

Fica para 2015 a aguardada recuperação do mercado de caminhões e ônibus, com previsão de alta de 5% nas vendas ante um ano marcado por dificuldades

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



Roberto Cortes

Se 2014 terminará sem deixar saudades o novo ano desponta como alento ao mercado de caminhões e ônibus. A avaliação de Roberto Cortes, presidente da MAN Latin America, é a de que os primeiros meses de 2015 já acenarão com boas perspectivas: “O ano começará em velocidade de cruzeiro e deve melhorar à medida que os meses passarem. Ao contrário de 2014, quando as condições econômicas e de mercado se deterioraram no decorrer do tempo, o que não se esperava”.

Nas suas contas as vendas de caminhões fecharão 2014 em queda de 14% ante as 154 mil do ano passado, o que representa aproximadamente 130 mil unidades. Nos ônibus a baixa é mais acentuada e chegará a 18%, ou 26 mil chassis ante os 32,9 mil licenciados em 2013.

“Além da dificuldade de crédito, demora na regulamentação e operação do Finame PSI nos primeiros meses, a atividade econômica ficou abaixo do que se esperava. Faltou a disposição do empresário para investir e renovar a frota. Se houvesse um índice que quantificasse isso, tenho certeza de que seria muito baixo.”

O impacto foi forte na produção, que deve terminar o ano em baixa de 20% de acordo com as estimativas do presidente da MAN Latin America. No ano passado saíram das linhas brasileiras 237 mil unidades e a previsão para este é de 190 mil. “Esse ritmo econômico aquém do programado exigiu medidas como duas férias coletivas e cortes de dias de produção. Mas a ex-

Sinão Salomão

pectativa é entrar em 2015 em situação normal de estoque.”

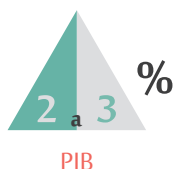
De acordo com Cortes a combinação negativa que assolou 2014 não deve se repetir no próximo ano. Argumentos não faltam: “É muito difícil 2015 ser pior do que este. Será melhor ou igual. No Brasil tudo está por ser feito e não vejo razões para que não se retomem os investimentos em infraestrutura e na renovação de frota. Também não há indícios para a recessão, que nos últimos trimestres é conjuntural e não estrutural”.

Ele destaca: “O País tem R\$ 400 bilhões em reservas cambiais e a inflação está sob controle. As estruturas e os fundamentos da economia são positivos, não há motivos para que o crescimento do PIB não volte a 3% ao ano em futuro próximo, motivando o mercado de caminhões”.

A única ressalva do presidente relaciona-se à taxa do Finame PSI para 2015: “A linha de financiamentos está confirmada no ano que vem. Mas se a taxa de 6% não se mantiver e, em vez disso subir, o mercado pode se deteriorar. Para a recuperação vir é preciso que essa taxa continue junto da modalidade simplificada de financiamento, para dar agilidade às operações. A compra de caminhão, afinal, é uma análise de investimento e a variável de custo de capital é importante”.

Mantidas as condições de financiamento atuais e o PIB sem fatores inibidores de crescimento, Cortes vislumbra para 2015 alta de 5% no mercado de caminhões e também no de ônibus ante o fechamento deste ano: “A partir

Projeções



de outubro teremos menos incertezas e mais definições. A tendência é de que seja o que for, entraremos melhor no ano que vem”.

Para as exportações as estimativas do executivo são de baixa para 2014. No ano passado os embarques foram de 35 mil unidades e neste ano devem cair 23%, para 25 mil unidades.

“A principal razão é a instabilidade na Argentina, nosso segundo maior mercado. E, para este ponto, não vejo recuperação em 2015.”

DESAPERTAR O CINTO – Cortes admite que os últimos meses não foram fáceis: “Na crise é preciso apertar os cintos, tomar medidas rápidas e esperar passar a fase adversa. Independentemente da queda de volume não podemos repassar os custos aos preços. Então é preciso ter paciência. Vemos o futuro com otimismo”.

O presidente afirma que, em razão desse pragmatismo, não alterou a velocidade dos investimentos, estimados em R\$ 1 bilhão no ciclo de 2012 a 2016. “Falta aplicar R\$ 550 milhões, majoritariamente destinados a novos produtos. A capacidade de produção da MAN é de 100 mil unidades/ano, volume possível graças à instalação dos fornecedores em seu condomínio industrial, no terreno da fábrica em Resende, RJ. “Teremos sete novas empresas lá, que se juntarão às já instaladas Maxion, Meritor e Suspensys. Preparamo-nos para boa combinação de mercado em 2016, quando acredito que o mercado retomará o caminho do crescimento.”

AD

Philipp Schiemer



Simão Salomão

Suspeita de estabilidade

Décio Costa | decio@autodata.com.br

A baixa na atividade econômica, somada às dúvidas trazidas pelas decisões do governo a ser eleito, postergam investimentos e abalam a confiança. Os fatos isolados não justificam o panorama inteiro, mas têm força suficiente para estremecer o mercado de caminhões e ônibus.

“O problema é a falta de crescimento do País, porque o recurso para

o financiamento de veículos existe e ainda com taxas competitivas”, resume Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO para a América Latina. “Diante de incertezas, o empresário só investe o necessário.”

Os números fornecem o tom das dificuldades pelas quais atravessa o segmento de veículos pesados. Segundo os dados da Anfavea, as vendas de

caminhões até agosto caíram 14% e as de ônibus 16,5%, ambos os índices com relação ao mesmo período do ano passado. O ritmo no qual caminham esses mercados não deixa dúvidas a respeito da queda no ano.

Schiemer acredita em volume de 130 mil caminhões, recuo de 12%. Em chassi projeta mercado de 25 mil a 27 mil unidades, ou 6 mil a menos do re-

A rapidez e o grau de confiança nos ajustes da economia do País podem determinar o nível de atividade na indústria de caminhões e ônibus

sultado do ano passado: “Mas o ano ainda não terminou. Ainda dá tempo para ver um desempenho melhor”.

Antes do fim do ano, no entanto, Schiemer também já enxerga um entrave nos financiamentos de veículos pelo BNDES. O atual processo de solicitação de empréstimo pelo Finame, definido como simplificado, tem prazo para acabar em meados de novembro. A partir daí a linha de crédito volta a ser do tipo convencional, mais burocrática nas aprovações.

A alteração, segundo ele, torna mais incerto o ano que vem, lembrando que foi justamente a sistemática do Finame convencional que provocou atrasos nas vendas no início deste ano.

65% DA CAPACIDADE — Para enfrentar o período a Mercedes-Benz tem se desdobrado para ajustar seu ritmo de produção à demanda do mercado. A companhia possui duas fábricas de veículos pesados, uma em Juiz de Fora, MG, e outra em São Bernardo do Campo, SP, e ambas somam capacidade para fabricar 80 mil unidades anuais. Schiemer revela que já trabalha com 65% de sua capacidade. Foram inevitáveis, portanto, utilizar mecanismos legais para reduzir custos e afastar funcionários da fábrica, mesmo que temporariamente. A companhia colocou parte do quadro em lay off como também abriu PDV, ao qual já aderiram em torno de 1 mil empregados.

“O pessoal, claro, está preocupado e consciente de que tem de ajudar, apertar o cinto, como se diz. Temos de encontrar juntos maneiras de passar a

fase da melhor maneira possível. Na Alemanha, muitos contratos são temporários justamente para poder respirar em tempos difíceis.”

Para mudar o quadro atual e fazer com que 2015 pelo menos empate com 2014 o presidente da Mercedes-Benz do Brasil espera correções na economia para colocar o País novamente na rota do crescimento: “Se os ajustes foram rápidos e confiáveis os investimentos certamente virão. Não há justificativas para não acreditar no crescimento do País em pelo menos 3% ao ano. Por enquanto a estabilidade no planejamento é o mesmo que não ter planejamento”.

Schiemer acredita na necessidade de soltar as travas da economia e exemplifica o controle de preço nos combustíveis como uma delas. Admite que num primeiro momento ocorra um desequilíbrio, no caso o aumento da inflação. Com o tempo, no entanto, a correção viria com o volta do investimento. Sob influência de um ambiente econômico normal Schiemer acredita em um potencial de 200 mil caminhões até 2020: “As condições atuais permitem que o mercado absorva 130 mil unidades. Mas imagine se não houvesse as travas! Com os juros de hoje é mais negócio investir no banco”.

Além dos ajustes ele ainda reforça a necessidade de aumentar a competitividade da indústria brasileira e, assim, ser capaz de atuar nos mercados internacionais: “O Brasil lidera um bloco comercial, mas transferimos impostos nas remessas. No fim exportamos cerca de 8% de tributos”.

AD

A queda do mercado justamente no ano em que inaugurou fábrica em Resende, RJ, não preocupa e muito menos afeta os planos da Nissan para o Brasil. A empresa está em processo de crescimento no País e quer encerrar o ano fiscal, em março de 2015, com 2,7% de mercado, ante os 2,3% do período anterior.

François Dossa, presidente da Nissan do Brasil, diz ter consciência que este ano e o próximo serão de ajustes nas vendas: “Acreditamos que a retomada da atividade da indústria ocorra somente a partir de 2016. São oscilações normais do mercado. Acreditamos no Brasil e no seu potencial. Investimos R\$ 2,6 bilhões no País pensando em vinte anos, não a curto ou médio prazos”.

Com capacidade para 200 mil carros por ano na fábrica de Resende, a meta é ir ampliando a produção gradativamente. “Não era nosso projeto trabalhar em plena capacidade já neste começo de operação ou mesmo em seu segundo ano de atividade. Nosso foco primordial é na qualidade de nossos produtos.”

OPERAÇÃO ADEQUADA – Além das operações no Rio de Janeiro, a Nissan mantém produção em São José dos Pinhais, PR, em unidade conjunta com a Renault. “Em ambas as operações temos capacidade para produzir mais do que hoje. Mas estamos adequados no momento à realidade atual.”

Apesar de ter revisado para baixo suas metas iniciais para 2014, a Nissan encerrará o ano com crescimento

François Dossa



Ana Colla

Vinte anos pra frente

Dossa diz que investimento em nova fábrica não visa curto ou médio prazos. Capacidade plena de Resende, RJ, será atingida gradativamente.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



TODOS JUNTOS FAZEM UM TRÂNSITO MELHOR.

**O QUE NOS MOVE A RODAR PELO
BRASIL HÁ MAIS DE 40 ANOS?
CONTRIBUIR COM UM DIA A DIA
MELHOR PARA CADA BRASILEIRO.**



Acreditamos e investimos cada vez mais no crescimento dos nossos negócios no Brasil. Na busca constante pela excelência e qualidade, criamos novos centros de Pesquisa & Desenvolvimento, dedicados à integração de tecnologias inovadoras em nossos produtos para o mercado brasileiro. Outro grande projeto, pioneiro no segmento, é a construção de um parque eólico que suprirá toda a demanda de energia elétrica da fábrica de automóveis de Sumaré (SP), contribuindo para a redução da emissão de CO₂. E não para por aí. Em todas as regiões, a Honda se empenha em contribuir com o desenvolvimento da comunidade a partir de projetos sociais e educacionais, além de treinamentos sobre segurança no trânsito ministrados pelas equipes dos Centros Educacionais de Trânsito Honda. Em 2015, com o início das operações da nossa segunda fábrica de automóveis, duplicaremos a produção no País, criando 2.000 novos empregos. Pelos quatro cantos do Brasil você encontra a Honda pelas ruas e no desenvolvimento do País. **Honda. Fazendo por você, mais do que você vê.**

HONDA
The Power of Dreams

Projeções

1,3 %
PIB

6,4 %
inflação

R\$ 2,46
dólar

de 15% sobre o ano passado, o que representará um total de 87 mil emplacements.

Dossa estima para o mercado total de automóveis e comerciais leves este ano uma queda de 9%. Insistindo que oscilações do gênero são normais em qualquer mercado, o presidente da Nissan lembra que as vendas de veículos no Brasil cresceram por dez anos consecutivos, e, agora, é natural ocorrer um período de ajuste:

“Isso é normal e não é algo assim que vai tirar os nossos planos. Depois da fábrica já inauguramos um novo centro de distribuição nacional de peças e um estúdio satélite de design no País. Todos os nossos projetos e investimentos estão mantidos no Brasil. E, vamos cada vez mais focar em nacionalização e qualidade. Não apenas a Nissan, mas queremos nossos fornecedores também produzindo no país”.

Para o ano que vem o presidente da Nissan do Brasil projeta estabilidade no mercado nacional, com números próximos aos do fechamento de 2014. A Nissan, no entanto, quer continuar crescendo, prevendo vender perto de 100 mil unidades em 2015.

Quanto ao mercado externo, o executivo revela que por enquanto a prioridade é outra:

“A unidade de Resende, com sua capacidade de 200 mil veículos por ano, foi construída para atender ao mercado brasileiro. O mesmo acontece em São José dos Pinhais, onde produzimos Livina, Grand Livina e picape Frontier. Podemos exportar no futuro, mas não há planos imediatos nesse sentido”.

Ao lembrar que várias fábricas instalaram-se no Brasil nos últimos anos e outras estão chegando, o presidente da Nissan diz que o importante neste momento pelo qual atravessa o País seria o governo definir uma política clara para a indústria.

“Precisamos de visão e regras claras que perdurem no País, além de rever pontos vitais. O momento é de retomar questões primárias como a infraestrutura do Brasil, logística e carga tributária, apenas para citar alguns exemplos.”

VÔO PRÓPRIO — No Brasil desde o ano 2000, a Nissan inaugurou sua primeira fábrica própria por aqui no último dia 15 de abril. Lá produz, além do novo compacto March, o motor 1.6 16V flex fuel.

A unidade fluminense tem ciclo de produção completo, da área de estamparia até as pistas de testes, incluindo chaparia, pintura, injeção de plásticos, montagem e inspeção de qualidade. Conta com 88 robôs na linha de produção para fazer os trabalhos que exigem mais precisão ou poderiam acarretar risco na segurança ou na ergonomia dos funcionários.

Na maioria das áreas o transporte dos automóveis durante o processo produtivo é realizado por AGVs, Automatic Guided Vehicles, pequenos robôs autoguiados que conduzem carrinhos de peças e plataformas. Eles eliminam a necessidade de transportadores ou plataformas acionadas por correntes, deixando a operação mais segura e silenciosa.

AD

Tenha sempre o conforto
e a praticidade da **Resfri Ar**
em sua viagem.

Geladeiras

Exclusivo
sistema de
vedação.

Dobradiça
ultrarresistente
com **sistema
inteiro**.

+RESISTENTE

+CAPACIDADE

FUNÇÃO TURBO

Climatizadores

Rodoar

Novo
Manômetro

NOVO



www.resfriar.com.br
ISO 9001 / ISO TS 16949 / ISO 14001

resfri ar
conforto • segurança • praticidade

Novidades em veículos e motores

Com queda de 35% na produção deste ano a PSA espera por dias melhores em 2015 a partir do lançamento de novos modelos

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Com projeção de fechar este ano com redução na produção de veículos em sua fábrica de Porto Real, RJ, na faixa de 35%, a PSA Peugeot Citroën foi fortemente prejudicada pela retração das vendas na Argentina, onde também produz e mantém complementaridade de linhas com o Brasil.

De acordo com o presidente da PSA Peugeot Citroën, Carlos Gomes, a empresa deve encerrar 2014 com queda de 20% no número de emplacamentos no território brasileiro e de cerca de 50% em suas exportações, “seriamente impactadas pela crise no mercado argentino”.

A fabricante prevê estabilidade no mercado doméstico de automóveis e comerciais leves no ano que vem. Mas projeta que suas marcas ganharão es-



Carlos Gomes

Simão Solomato

paço nas vendas internas: “Prevemos um crescimento de cerca de 5% a 7% para o Grupo PSA no Brasil”, diz Gomes. “Mesmo assim, é importante ressaltarmos ser muito difícil fazer uma previsão diante do cenário atual.”

Embora arrisque números para o mercado brasileiro, a PSA prefere não falar em projeções de produção e de exportação. O ambiente de agora, segundo o presidente do grupo, não permite fazer previsões principalmente no que diz respeito às vendas externas. O executivo adianta, porém, que a expectativa é a de que 2015 seja um ano ainda mais difícil nessa área, uma vez que a Argentina, seu principal mercado, sofre com uma crise de restrição de divisas.

O país vizinho continuará sendo o principal mercado de exportação da PSA brasileira, razão das projeções pessimistas. Mas Gomes acredita na possibilidade de expansão em outros países, como o Uruguai, por exemplo.

NOVOS PRODUTOS – Apesar das dificuldades do momento, o Grupo PSA Peugeot Citroën, de acordo com seu presidente, segue com o seu plano de investimentos no Brasil:

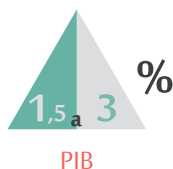
“Em 2012 anunciamos um investimento total no País de R\$ 3,7 bilhões para o período 2010-2015, incluindo a ampliação realizada na nossa fábrica de veículos de Porto Real e o desenvolvimento de novos projetos aqui no Brasil. Sobre a nossa estratégia de produtos para as marcas Peugeot, Citroën e DS, 2015 se mostra muito positivo, com novos projetos nas fábricas de

Porto Real e também de Palomar, na Argentina”.

Gomes garante que o grupo fará importantes lançamentos das duas marcas aqui no Brasil, sendo um deles em um dos segmentos mais relevantes do mercado brasileiro, no qual o grupo ainda não atua. Sem revelar pormenores sobre o novo modelo diz que ele poderá ser visto já no Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, que abre suas portas ao público em 30 de outubro e se estende até 9 de novembro no Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi.

“Além dos veículos também teremos novidades vindas das nossas fábricas de motores. Enfim, acreditamos que esse último ano do ciclo de investimentos anunciado em 2012 será positivo para o Grupo PSA.”

Projeções



Com relação ao comportamento da economia brasileira no ano que vem Carlos Gomes prevê um desempenho um pouco melhor do que em 2014, “mas ainda abaixo do requerido para impulsionar suficientemente o mercado automotivo nacional”.

A empresa trabalha hoje com projeção de um crescimento do PIB brasileiro de 1,5% a 3% em 2015, uma inflação semelhante à prevista para o fechamento de 2014 – de cerca de 6% ao ano – e uma taxa Selic relativamente estável.

“No câmbio, tema que tem nos impactado fortemente nos últimos anos, prevemos uma leve desvalorização do real frente ao dólar e ao euro.”

ATÉ AGOSTO – No acumulado de janeiro a agosto a PSA teve desempenho no Brasil abaixo da média do mercado. No segmento de automóveis totalizou vendas de 62,8 mil unidades, resultado 17,7% inferior ao do mesmo período de 2013, quando emplacou 76,3 mil. Considerando-se o comportamento de cada uma das marcas, a Citroën teve desempenho proporcionalmente melhor, comercializando internamente 36,7 mil automóveis, uma queda de 9,7%, enquanto a Peugeot atingiu 26,2 mil unidades, decréscimo de 26,7%.

Em comerciais leves a queda nas vendas da PSA foi de 24,8% – 3,5 mil unidades este ano ante 4,6 mil de janeiro a agosto de 2013. Por marca, no segmento, a Peugeot emplacou 19,9% a menos, em um total de 2,2 mil veículos, e a Citroën sofreu decréscimo de 31,4%, com 1,3 mil unidades. **AD**

Nada indica piora, tampouco melhora expressiva. É o que justifica as previsões cautelosas da Renault do Brasil para 2015. No entanto, o presidente Olivier Murguet confia em boas surpresas, o que pode lançar as bases de uma nova onda de crescimento automotivo nos próximos anos. “Trabalhamos com o que se chama de risco positivo. Estou me programando para a ampliação da participação de mercado da Renault em condições macroeconômicas semelhantes a este ano, com vendas totais estáveis ante 2014 por cautela. Mas boas notícias não me surpreenderiam. Seja qual for o crescimento, acredito que pode ser o fim da paradinha.”

Há um ano, em entrevista à **AutoData**, Murguet revelou não trabalhar com perspectiva de crescimento de mercado em 2014. E acertou: nas suas contas, o ano deve encerrar em baixa de 9% na comparação com 2013. “Em nosso radar havia indicadores claros desde o segundo semestre do ano passado, tais como desaceleração do PIB e principalmente queda no índice de confiança do consumidor, o que sigo de muito perto.”

Murguet destaca que as eleições e a Copa do Mundo também influenciaram negativamente a disposição de compra do brasileiro. “No entanto, todas essas conjunturas estavam previstas. Uma variação de 9% é altamente administrável, estamos em economia de mercado, é nosso papel nos ajustarmos. O que não prevíamos com tanto impacto era a queda das vendas para a Argentina.”

Risco positivo

Olivier Murguet acertou na previsão de paradinha do mercado este ano e agora acredita que 2015 poderá representar o início da retomada

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

Olivier Murguet



Simão Solomão

Segundo ele, não houve interrupção total de embarques para a Argentina, mas forte queda de demanda. “Temos estoque de produtos para aquele mercado. Daí a necessidade de ajustarmos a produção com férias coletivas de dez dias em outubro na unidade do Paraná.” E complementa: “Uma fábrica montada para exportar e que de repente exporta 20% a menos gera desafios de custo”.

Mesmo assim, Murguet vê boas razões para respirar com certo alívio e até comemorar o ano. “Velejar em 2014 está difícil. Mesmo assim encerraremos com participação de 7%, totalmente condizente com a nossa meta de chegar aos 8% até 2016. E veja só, até agosto, mesmo com a baixa nas vendas, nosso volume era estável em relação ao ano passado.”

Confiante, Murguet enumera razões para o alto potencial de mercado nos próximos anos, que justifica os investimentos no ciclo de 2010 a 2015, de R\$ 1,5 bilhão, já integralmente aportado, e mais US\$ 500 milhões, anunciados no início deste ano e destinados a dois novos produtos. “Todos os indicadores têm fundamentos estruturais que apontam para o mercado ser maior. E será maior, não há dúvidas. A hora em que o movimento de ascensão for retomado será um ciclo longo, característica da nossa indústria.”

EMERGENTE — Murguet tem um projeto claramente definido para a Renault no Brasil: “Sabemos onde queremos chegar e há indicadores de que estamos passando pouco a pouco de

Projeções



emergentes, ou novos entrantes, para marca forte e consolidada”.

Um dos destaques desse trabalho é o investimento em desenho, que permeou o lançamento das novas gerações de Logan e Sandero. “Fidelizamos clientes e conquistamos outros por meio das novidades em design e lista de equipamentos. Mostramos que temos veículos com bom custo-benefício, nosso DNA, e mais.”

Embora não revele os planos de lançamentos futuros nem confirme a produção nacional de uma picape derivada do Duster e do crossover Captur, Murguet afirma que no próximo ano a Renault ingressará em novo segmento. “O Salão do Automóvel de São Paulo trará boas pistas.”

Apenas o sedã Fluence tem nova versão confirmada para a mostra em São Paulo, no fim de outubro. Um novo subcompacto também está em estudo para o mercado brasileiro, este ainda sem previsão de lançamento.

“Temos duas direções principais: produto, de forma geral, com novidades em desenho e inovação, e o ingresso em novos segmentos. Das duas formas pretendemos conquistar novos consumidores.”

Até o fim de dezembro a Renault projeta alcançar 294 concessionárias no País, outro ponto forte na estratégia da empresa: “Cobrimos 80% do mercado, todas as capitais e grandes cidades do Interior. Agora estamos acelerando nas cidades do Interior de médio porte. O foco é este. Estamos conquistando território para sermos mais fortes e conhecidos.”

O Brasil lidera o compartilhamento de ações como compras da Aliança Renault-Nissan no mundo.

“Estamos em ritmo aceleradíssimo de sinergias, com ganhos expressivos em todos os lados. Tudo que pode ser feito em comum, fazemos, mantendo totalmente a alma das marcas.”

Murguet não revela números, mas afirma que a fusão da área de compras com uma só equipe para Renault e Nissan alcançou resultados expressivos desde abril deste ano.

“Desde pesquisas de mercado até compra de insumos como aço e vidros. A imaginação não tem limites, estamos comprando cada vez mais juntos. Lembrando, claro, que somos concorrentes simpáticos. Mas concorrentes. O DNA de cada marca é a linha vermelha que não pode ser ultrapassada.” **AD**

Por demanda

Apesar do recuo nas vendas o modelo de produção da Scania permite agir rápido em sua programação para perder menos

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Martin Ståhlberg



Divulgação/Scania

As dificuldades nos processos de aprovação do PSI Finame até a metade do primeiro semestre e, especialmente, o baixo crescimento do País são as razões apontadas por Martin Ståhlberg, presidente das operações comerciais da Scania nas Américas, pela desaceleração do mercado de caminhões enfrentada em 2014: “As empresas de transporte são muito sensíveis à economia, pois em

período de baixa têm dificuldades em obter rentabilidade nos negócios e, por isso, deixam de investir”.

Ele acredita em uma queda de 10% a 12% no mercado de caminhões semipesados e pesados – acima de 16 toneladas, categorias nas quais atua, o que significa um volume em torno de 90 mil unidades. Apesar do recuo Ståhlberg ainda o saúda como um bom resultado: “Vimos um forte cres-

cimento no mercado de caminhões nos últimos anos e não dá para descartar o potencial do Brasil para continuar crescendo”.

O ano ainda não acabou e o executivo da Scania aponta itens positivos e negativos no período que ainda resta. O primeiro é alteração no Finame que permite ao cliente financiar até 100% do bem contra 90% de antes até 21 de novembro, o que se mostra como uma

janela de oportunidade: “Ainda que com prazo para acabar a medida tende a impulsionar um pouco as vendas. O problema é depois disso, porque ninguém sabe o que acontecerá com as taxas da linha de crédito e o que o novo governo fará”.

São justamente as incertezas do curto prazo que fazem com que Ståhlberg estabeleça algumas condições para que o desempenho do mercado de caminhões em 2015 seja o mesmo do de 2014. O crescimento do PIB, claro, é fundamental, mas lembra também da incógnita a respeito do Finame e sua taxa de juros.

“O País deve crescer, mas é preciso mais uma vez ter regras claras e resolvidas até o fim deste ano. Requeremos soluções competitivas no financiamento, caso contrário teremos impacto ainda mais negativo no mercado. Também seria importante um programa de renovação de frota consistente.”

TRANSIÇÃO — A Scania, no entanto, soube tirar bom proveito do mercado nos últimos anos mesmo sem os incentivos há tempos esperados. Na fase de transição da mudança da legislação ambiental para a fase 7 do Proconve, em vigor desde 1º de janeiro de 2012, a empresa seguiu plano estratégico de passar a oferecer a tecnologia Euro 5 ainda no segundo semestre de 2011. Na época descartou a ideia de compor estoque com veículos Euro 3 e, assim, poder oferecer um produto mais em conta com relação à novidade que deveria começar a ser produzida no País.

A decisão se mostrou sábia, pois se

iniciava ali desempenho sustentável para os próximos anos: “Por não ter estoque tivemos vantagem em 2012. Começamos aquele ano com 50% de participação. Em 2013 já estávamos consolidados como provedor da Euro 5, o que explica porque tivemos demanda tão grande no ano passado”.

Realmente o desempenho da Scania em 2013 é de fazer inveja aos seus concorrentes. Com atuação somente em semipesados e pesados, cresceu 78% sobre 2012, com 20,8 mil unidades vendidas. Já em 2014 a companhia segue como as outras, com baixas. Até agosto suas vendas recuaram 28%, com 9,2 mil unidades negociadas.

As quedas nas vendas, por óbvio, também obrigaram a Scania a rever sua produção para enfrentar a fase. Semanas mais curtas, ou o que se chama de day off, foram medidas adotadas. A fabricante, no entanto, passa bem menos aperto. Seu processo de produção está baseado na demanda do cliente, como gosta de destacar Ståhlberg: “Pedido, produção e entrega”.

É bem verdade que a Scania produz volumes menores até porque atua em dois segmentos. Mas seu modelo de produção mostra-se conveniente em períodos de queda: “Por produzir a partir da demanda somos capazes de perceber rapidamente as variações do mercado e, assim, reagir. Não temos 20%, 30% de flexibilidade, mas também não produzimos somente para o mercado doméstico. As exportações ajudam”. A empresa exporta 35% da produção de caminhões e 50% da de chassis para ônibus.

AD

A empresa
exporta 35%
do total de
caminhões
fabricados em
São Bernardo do
Campo e 50%
da produção
de chassis para
ônibus

Luiz Carlos Andrade Jr



Divulgação/Toyota

Devagar e sempre

Em contraste com o mercado em queda, a Toyota amplia vendas e market share, ocupando toda a capacidade de suas duas fábricas

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Na contramão do mercado a Toyota encerrará este ano com crescimento nas vendas e, consequentemente, em participação. A receita, de acordo com Luiz Carlos Andrade Jr., vice-presidente executivo da Toyota do Brasil, é ir devagar e sempre. E foi assim que a montadora começou no Brasil, primeiro com uma fábrica para o Corolla, em Indaiatuba, SP, e anos depois a do Etios, em Sorocaba, também no Interior paulista.

A estratégia deu tão certo que em pleno ano de retração no setor, com muitas empresas administrando ociosidade, a Toyota opera com capacidade plena em suas duas plantas. Sua participação deve atingir 5,6% no acumulado deste ano, ante 4,7% em 2013.

Também faz parte da receita, de acordo com Andrade, o fortalecimento da rede de concessionárias: “Nós trabalhamos muito na preparação da rede em relação à marca, pois sempre soubemos que com a concorrência crescente um diferencial importante seria o pós-vendas. Hoje com 145 pontos a rede ganha dinheiro em vendas e pós-vendas”.

Este ano, para a Toyota, foi o período de consolidação do seu compacto Etios no mercado nacional. Lançado em setembro de 2012, o modelo não teve aceitação imediata no mercado.

A partir de sugestões colhidas junto aos consumidores e com base em publicações da imprensa especializada, a montadora fez ajustes que geraram um novo Etios, versão 2014, apresentada um ano após seu lançamento.

Mesmo com alguns problemas de

TRUCKVAN®

Nos últimos 4 anos



Crescemos 400%



 **Saúde**

 **Capacitação**

 **Serviços**

 **Eventos**

 **Defesa e Segurança**

www.truckvan.com.br

mercado a Toyota conseguiu vender em 2013 um total de 63,3 mil unidades do Etios. Com um novo modelo nacional a empresa obteve naquele ano expressivo crescimento de 52% em suas operações no País.

Para este ano a projeção da Toyota é atingir 64 mil emplacamentos do Etios. O crescimento de apenas 3% decorre da limitação de capacidade na fábrica de Sorocaba. As vendas do Corolla chegarão a 62 mil unidades, alta de 14% em relação ao número do ano passado.

Andrade explica que o que sobra da produção está sendo destinado ao mercado argentino: “Vamos mandar para lá este ano cerca de 33 mil unidades, 50% a mais que no ano passado, crescimento que decorre principalmente da oferta do Etios naquele mercado. Estamos felizes com os números da Argentina”.

Sobre o novo Corolla, lançado em abril deste ano, a aceitação no mercado brasileiro, segundo Andrade, foi excelente: “Gostaria de ter um pouco mais de capacidade.”

POTENCIAL – A empresa investe atualmente em uma fábrica de motores em Porto Feliz, também no Interior paulista, que será inaugurada em 2016 com capacidade para 200 mil motores/ano. Um indício de que a empresa pretende no futuro ampliar a oferta tanto de Etios como de Corolla, visto que a nova planta visa justamente abastecer as linhas dos dois modelos.

Com relação a 2015 o vice-presidente da Toyota não vê espaço para

Projeções



PIB



taxa selic



inflação



dólar

a marca continuar crescendo em participação em função da limitação de capacidade. “Nossa prioridade agora é a fábrica de motores. Expansão das atuais linhas só depois de 2016”, revela Andrade.

Assim como os demais executivos do setor automotivo, o vice-presidente da Toyota acredita que 2015 será um ano de ajustes.

“Será um ano duro para todos. A economia precisa de indicadores de médio e longo prazos senão a indústria não investe. É preciso de um pouco mais de determinação para ficar claro como vamos e para onde vamos.”

O executivo defende uma política industrial de longo prazo exatamente para que os investimentos possam crescer na área produtiva. Com relação às exportações, defende a necessidade de desoneração de impostos para garantir competitividade no Exterior.

Na avaliação de Andrade, o mercado brasileiro fechará este ano com 3,4 milhões de veículos emplacados e em 2015 o número deverá ser um pouco maior, cerca de 3,5 milhões. “Acho que é um número viável. Conforme ouvi de um economista, o Brasil é maior do que tudo que está aí.”

Quanto às novidades para o ano que vem o vice-presidente da Toyota adianta que a empresa apresentará no Salão Internacional de São Paulo o NX Lexus, um SUV de porte menor que a Toyota RAV4.

“É uma plataforma nova. O modelo tem motor 2 litros turbo e será um importante passo para garantir maior visibilidade à marca Lexus.”

AD

Chapas • Blanks • Rolos • Tiras • Perfis

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



*A Perfilados Nardi
prima pelo
aperfeiçoamento
tecnológico e
oferece aos seus
clientes contínuas
ações de melhorias
e inovações. Os
produtos processados
pela Perfilados Nardi
seguem normas
internacionais que
consolidam a sua
participação no
mercado automotivo.*



- METALURGIA
- AUTOMOTIVO
- CONSTRUÇÃO CIVIL
- MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS
- LINHA BRANCA

Mais que uma empresa
UM SELO DE QUALIDADE

REDE USIMINAS
AQUI TEM AÇO
DE QUALIDADE

USIMINAS



perfilados nardi

Qualidade e Confiabilidade em Tempo Real

www.perfiladosnardi.com.br

• Rua Piratininga,
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

*No trânsito somos
todos pedestres*

Nada alarmante

Roger Alm celebra aumento da participação dos caminhões Volvo no País, mantém investimentos e se diz confiante no mercado brasileiro

Viviane Biondo, de Curitiba, PR | viviane.biondo@autodata.com.br

Mesmo tendo revisado para baixo as projeções de emplacamentos de caminhões semipesados e pesados para este ano, de 105 mil para 90 mil unidades, Roger Alm, presidente do Grupo Volvo América Latina, não hesita em reafirmar confiança diante das perspectivas para o mercado interno nos próximos anos.

“Ajustes face ao crescimento ou acomodação econômica ocorrem em todo o mundo, não é nada alarmante. Convenhamos, um mercado de 90 mil unidades é bastante interessante e a perspectiva é de crescimento sustentado nos próximos anos. A economia sempre precisará de transporte, a produção tem de chegar aos mais de 200 milhões de brasileiros.”

Alm não atribui a baixa deste ano à demora nos processos do Finame PSI que marcaram os primeiros meses de 2014, mas ao ritmo lento da economia. Segundo as projeções do Banco Central, com as quais trabalha, o PIB



deste ano será estável em 0,52% e no próximo terá tímida alta para 1,1%.

“Pensávamos que o mercado seria mais próximo ao de 2013, mas tudo caminha para queda. Trata-se, afinal, de um negócio fortemente atrelado à economia e às suas conjunturas. A Copa do Mundo também esfriou o mercado.”

Embora evite desenhar o cenário de produção e vendas em 2015, Alm garante que a empresa estará pronta. Seja para alta ou para baixa de vendas. E os investimentos anunciados desde 2012, na casa de US\$ 800 milhões, estão em curso. “Consideramos em nossas projeções todos os cenários possíveis. Os clientes aguardam as eleições, há ainda a dúvida sobre as taxas de financiamento do Finame no ano que vem, não divulgadas. É difícil projetar nesse momento, mas pensamos no longo prazo.”

Segundo Alm, a empresa tem ambições de sobra: “Espaço no mercado a gente tem de criar. Conseguimos isso nos últimos anos. Mesmo em períodos de baixa a nossa participação avançou. Em 2008 tínhamos 12,6% e até agosto deste ano alcançamos fatia de 21,3% no segmento em que concorremos. E isso se deve a uma base muito bem estruturada. Trabalho de equipe mesmo, com foco nos clientes”.

Dentre os principais pontos considerados pela Volvo está o agronegócio: “É sempre uma boa oportunidade, mas depende da economia mundial, principalmente da China, um dos principais destinos das exportações de grãos”.

Os mercados da América Latina,

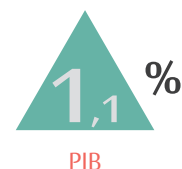
destino das exportações de veículos Volvo, também atravessam fase conturbada de acordo com Alm: “A Argentina passa por um momento político difícil, há muitos pontos a se resolver. O mesmo ocorre na Venezuela. O Chile enfrenta também a queda de suas exportações para a China, o que pode afetar todo o mercado”.

NOVAS INSTALAÇÕES — A Volvo adentrará 2015 com pelo menos duas novidades: um centro de atendimento ao cliente na área que abriga sua fábrica, em Curitiba, PR, destinado a entregar técnicas de produtos, e a mudança do centro de peças e logística, que deixará o prédio ao lado daquele que abriga as linhas produtivas rumo a um prédio maior e mais próximo ao aeroporto internacional da cidade.

Segundo Alm, por ora a antiga instalação “ficará à espera de sua nova finalidade”, o que pode dar pistas sobre a nova marca que o grupo estuda operar no País. Dentre as possibilidades estão Mack, Renault e UD, já presentes em outros países da América Latina.

“Todos os estudos a respeito continuam”, desconversa Alm, sem negar a possibilidade de os novos veículos serem produzidos nas instalações curitibanas da Volvo e vendidos, ao menos em princípio, na mesma rede. “É preciso pensar na nova estrutura como um todo, produção, fornecedores, distribuição e investimento da rede. O que posso dizer é que temos possibilidades de produtos dentro do grupo. Já somos fortes e podemos nos tornar ainda mais fortes com a diversificação.” **AD**

Projeções



Crescimento qualitativo

Ampliar volumes de vendas com produtos que oferecem mais tecnologia faz parte dos esforços da Volkswagen para o mercado brasileiro nos próximos anos

André Barros | andreb@autodata.com.br

Mais do que ampliar os volumes de vendas no Brasil a Volkswagen busca aumentar a qualidade dessas vendas. A estratégia adotada desde o lançamento do up! contempla modelos mais equipados, dotados de maior conteúdo tecnológico e preocupação com a segurança dos ocupantes. Segundo o presidente Thomas Schmall o objetivo é se aproximar cada vez mais dos mercados maduros.

“Aquela estratégia de fazer carros simples sem ABS, air bag ou outros itens acabou. As exigências de níveis de segurança subiram e nós entendemos o recado. Lançamos o up!, o modelo mais seguro do Brasil [segundo testes do Latin NCap], que é do segmento de entrada. Estamos trazendo o Golf, da mesma geração produzida na Alemanha, e vamos produzir o Jetta na Anchieta. O Brasil deixou de ser tratado como terceiro mundo, as plataformas globais nos colocam ao lado de outros mercados.”

A plataforma global do Jetta, atualmente importada do México, começará a ser produzida em São Bernardo do Campo, SP, a partir do primeiro semestre do ano que vem. A linha terá capacidade para cerca de 18 mil unidades por ano, suficiente para suprir a demanda local – de janeiro a agosto foram licenciadas cerca de 5,4 mil unidades.

Schmall prometeu também o lançamento de tecnologia global inédita no País em 2015, antes de qualquer outro mercado. Sem dar pormenores ele limitou-se a dizer que tem relação com a área de motores e poderá ser adotada em todo o portfólio da VW no Brasil:

“A engenharia da Volkswagen brasileira, com mais de 1 mil engenheiros, ajudou no desenvolvimento dessa tecnologia. Vamos lançar primeiro aqui”.

Todas essas mudanças tecnológicas fazem parte do pacote de R\$ 10 bilhões de investimento aplicado pela Volkswagen até 2018. O presidente

disse que a empresa acredita no mercado local, mesmo com a derrapada dos últimos dois anos – quando a companhia apresentou desempenho abaixo da média do mercado, que já era de queda.

NOVAS ALTERNATIVAS – Schmall estima que o mercado brasileiro cairá de 7% a 10% neste ano, para pouco mais de 3 milhões 340 mil automóveis e comerciais leves: “Depende um pouco do desempenho do último trimestre. O pior cenário, no entanto, é de queda de 10%”.

O executivo afirmou que a indústria foi duplamente prejudicada em 2014: pela retração do mercado doméstico e pela situação na Argentina, o que prejudicou sobremaneira a Volkswagen, maior exportador do setor automotivo nacional.

“Precisamos buscar novas alternativas de exportação, embora a competitividade brasileira não seja das maiores. Hoje a China e a Coreia do Sul

abastecem a Colômbia e o Chile, por exemplo. Mas agora temos produtos novos, globais, e correremos atrás de novos mercados para diversificar nossos destinos de exportação.”

Para o ano que vem a expectativa é de manutenção dos volumes deste ano no mercado doméstico: “Não há estímulo forte para se pensar em um bom crescimento”.

O presidente da VW sugere - e conversa com o governo a respeito - a criação de um programa de renovação da frota dos automóveis. Seria uma alternativa para resolver problemas de emissões, de infraestrutura e para aumentar as vendas da indústria automotiva nacional.

“A frota brasileira de automóveis é formada por 40% de veículos com até cinco anos de uso, 30% com carros de cinco a dez anos e 15% de modelos com onze a quinze anos. Precisamos renovar essa frota, trazer veículos mais seguros, com menos emissões. Existem muitos veículos antigos em circulação, que demandam muita manutenção.”

Com relação à Volkswagen o presidente tem perspectivas otimistas. Ele minimiza a queda de dois dígitos registrada esse ano e acredita em recuperação das vendas da marca até o fim do ano.

“Ainda lançaremos mais uma versão do up! no mercado, o Novo Fox começou a ser vendido agora, assim como a Saveiro Cabine Dupla. Perdemos o Gol G3 e a Kombi, dois modelos de forte volume, mas agora o up! começou a cumprir a missão que dele esperáva-

mos. Nosso desempenho está dentro do planejado e deverá ser crescente de agora em diante.”

Passado o ano que vem a expectativa do presidente é de nova decolada do mercado nacional: “O Brasil precisa fazer a tarefa de casa, cuidar da inflação, da competitividade, da qualificação da mão de obra. Mas a confiança do consumidor voltará, não há preocupação com o futuro. É um País muito rico e o retorno do crescimento é questão de tempo”.

AD

A produção de plataformas globais no Brasil contribui para buscar novos negócios no comércio exterior



Thomas Schmall

Divulgação/VW

WORKSHOPS SETORIAIS

CAMINHÕES

MÁQUINAS
AGRÍCOLAS

AUTOMÓVEIS

ÔNIBUS

PARA ENTENDER E DEBATER AS ALTERNATIVAS DO SETOR AUTOMOTIVO EM 2015!

Dentro do princípio de que a informação será importante instrumento de trabalho e tomada de decisões em 2015, **AutoData** promoverá ao longo do primeiro semestre uma série de 4 workshops setoriais, um sobre cada segmento do setor automotivo (**Máquinas Agrícolas e de Construção, Caminhões, Ônibus e Automóveis e Comerciais Leves**), com o objetivo de debater as perspectivas de curto prazo para a produção e vendas de cada um destes segmentos no Brasil em 2015.

Serão eventos de meio período com a presença das principais montadoras instaladas no Brasil em cada uma destas áreas, **constituindo importante oportunidade para todos os elos da cadeia automotiva conhecerem e atualizarem seus planos e perspectivas específicas para o ano de 2015** frente aos conceitos e direcionamentos que serão apresentados pelo novo governo a partir do início do próximo ano.

AUTODATA



CALENDÁRIO

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS MÁQUINAS AGRÍCOLAS

25
de fevereiro

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS CAMINHÕES

27
de abril

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES

25
de maio

WORKSHOP TENDÊNCIA SETORIAIS ÔNIBUS

29
de junho

LOCAL: MILENIUM CENTRO DE CONVENÇÕES, EM SÃO PAULO.

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ANTECIPADAS PELO TELEFONE

5511 5189-8938/8940 OU PELO E-MAIL SEMINÁRIOS@AUTODATA.COM.BR

AUTODATA

Seminários
AUTODATA

Foco em custos e rentabilidade

Consultor com atuação no agronegócio estima que desempenho no ano que vem seja até 10% superior ao de 2014

Roberto Hunoff, de Caxias do Sul, RS | roberto@autodata.com.br

Mesmo em queda no mercado mundial os preços dos alimentos continuam em torno de 40% acima da média histórica. Além disso a tendência é de aumento do consumo, especialmente de grãos para atender à crescente expansão de produtos como farelos para alimentação animal. Para manter-se como protagonista neste mercado, o agronegócio brasileiro tem expandido as áreas de produção e investido em tecnologias, situação que se reflete de forma direta e positiva no segmento de máquinas e equipamentos agrícolas.

Com base nesses dados o consultor Carlos Cogo estima já para 2015 recuperação próxima a 10% nas vendas internas do segmento. Participante do 6º Simpósio SAE Brasil de Máquinas Agrícolas, realizado em Porto Alegre, RS, em setembro, projeta a venda de 60 mil tratores e 7,1 mil colheitadeiras, altas respectivas de 9% e 11% sobre os resultados esperados para este ano.

Outro fator decisivo para a visão



Divulgação/CNH

otimista do consultor é a disponibilidade de recursos para o financiamento da compra de máquinas agrícolas e para irrigação. O governo federal liberou perto de R\$ 12 bilhões para a safra 2013-2014, valor quase 200% superior ao inicialmente programado e equivalente a 33% do total do crédito rural. Para a próxima safra a projeção de recursos é de R\$ 9,5 bilhões.

Cogo alerta, porém, para duas questões que podem comprometer safras futuras: “Há uma encrência logística para o transporte da produção. A Região Centro-Oeste concentra 64% dos volumes”. Outro problema é com a armazenagem dos grãos. Segundo ele a capacidade estimada para 2019 não suporta sequer a safra do ano que vem.

Também representantes da indústria de máquinas agrícolas acreditam

em estabilidade em 2015 e que o resultado de 2013, acima de 73 mil unidades, foi atípico. Para Bernhard Leisler Kiep, vice-presidente de marketing, pós-vendas, gestão de produtos e desenvolvimento de concessionárias para a América do Sul da Agco, dificuldade adicional para uma projeção mais clara é a eleição de outubro: “Deveremos ter um ano bastante flexível”.

Mesmo concordando com a visão de que o ano passado foi atípico, Luiz Feijó, diretor comercial da New Holland Agrícola no Brasil, entende que o resultado recorde provou ser possível elevar a média de venda anual de máquinas agrícolas no País. Acredita que 2015 será complicado e exigirá do setor dedicação maior à capilaridade do mercado.

Rafael Miotto, diretor de marketing

da Case IH para a América Latina disse que as bases para o crescimento nos próximos anos estão bem estabelecidas. No entanto, acredita que 2015 poderá apresentar resultados inferiores aos deste ano: “O foco terá de ser em custos e rentabilidade”.

Rodrigo Junqueira, diretor de vendas da John Deere, manifesta otimismo cauteloso. Acredita que a indústria precisa estar mais próxima dos clientes para entender as suas demandas. E Sílvia Rigoni, gerente de vendas de tratores da Agrale, alertou para eventuais problemas em função da lei das emissões, que deverá vigorar em 2017. Para ele a medida deverá agregar custos desnecessários em um momento difícil: “As máquinas agrícolas não representam 1% da frota total de veículos em circulação no Brasil”. **AD**

Frota envelhecida

Com base em dados da Anfavea e do Censo Agropecuário do IBGE, o consultor Carlos Cogo defende a necessidade de renovação imediata de 50% da frota nacional de tratores, composta por 1 milhão 138 mil unidades, e de 55% das colheitadeiras, integrada por 151,4 mil veículos. Os percentuais representam o equivalente a 651 mil máquinas com mais de 16 anos de uso, sendo que 82% em estado de sucateamento. Na área de tratores, 361 mil unidades têm mais de 26 anos de uso. Há, ainda, 142,8 mil máquinas com onze a quinze anos de uso, com recomendação para reposição.

Outra observação feita pelo consultor é com relação à queda nos indicadores de mecanização agrícola no Brasil — o cálculo considera apenas máquinas com até 20 anos de uso. Parte do recuo, segundo ele, deve-se ao aumento na potência dos tratores e colheitadeiras. Em 1995, a proporção era de um trator para 104 hectares. Passadas duas décadas, período em que a frota cresceu 40%, a relação é de 1 para 118 hectares. Em colheitadeiras o índice de mecanização, que era de uma máquina para 481 hectares, agora chega a 721. A frota atual soma 78,5 mil unidades.

Cogo estima que as áreas destinadas ao cultivo agrícola tenham expansão de 18,8 milhões de hectares na próxima década, somando total de 88 milhões. O incremento virá com as lavouras de soja, milho, trigo e cana-de-açúcar. Também indica expansão de produtividade superior às áreas novas, aumento do valor e custo da terra, maximização do uso da propriedade por meio de sistemas contínuos de plantio, melhorias na infraestrutura de logística e escoamento, e aceleração da mecanização em todas as etapas da produção, desde o preparo até o plantio.

Até agosto as baixas no segmento de máquinas agrícolas acumulavam 19% nas vendas internas, 45,8 mil unidades contra 56,5 mil vendidas no mesmo período do ano passado, e 15% na produção, 57,2 mil máquinas produzidas nos oito primeiros meses do ano frente as 67 mil que saíram das fábricas um ano antes. De maneira pontual os índices certamente não são exatamente animadores, mas estão longe de tirar o sono de quem está perto do negócio.

“O Brasil tem uma capacidade de produção agrícola e de commodities sem igual em qualquer outro lugar do mundo”, destaca Valentino Rizzioli, presidente da Case New Holland do Brasil. “As compras são inevitáveis pois o cliente precisa de máquinas porque as safras crescem a cada ano.”

Rizzioli entende que o recuo momentâneo foi consequência de alguns fatores. Um deles foi a resultado recorde de 2013, com mais de 100 mil máquinas produzidas e 83 mil vendidas no mercado doméstico. Ou seja, o ano começou com o campo alavancado. Depois, o produtor optou por buscar recursos no PSI Finame em vez do tradicional Moderfrota, ambos do BNDES. Entretanto, os conhecidos desencontros ocorridos na virada do ano coincidiram com época de compras. O atraso no balcão do banco contribuiu para o adiamento do investimento.

“Os fatores frearam o mercado. Percebe-se uma reação daqui para o fim do ano, pois no último trimestre ocorre maior demanda para a safra de verão. Ainda temos um efeito político devido



Divulgação/CNHi

A perder de vista

Os índices negativos de produção e venda de máquinas agrícolas não tira o sono do segmento: afinal, os números do campo não param de crescer.

Décio Costa | decio@autodata.com.br

às eleições, mas em outubro tudo deve voltar ao normal.”

O ano não será espetacular. A expectativa de Rizzioli é de que 2014 termine com 87 mil máquinas produzidas, das quais 73 mil vendidas no mercado nacional. No ano que vem, mantendo-se boas condições dos planos de financiamento, o período deve ser estável: “É essencial ter linhas de crédito vantajosas, caso contrário o governo estará jogando fora a competitividade do produtor brasileiro. Agricultores de fora compram máquinas com taxas de 2%, 2.5%.”

MIOPIA — Olhar para o setor de máquinas agrícolas somente no curto prazo, porém, é o mesmo que ser míope e não usar óculos. O campo passa por uma revolução nos últimos quinze anos. O setor já representa 30% do PIB e no ritmo que vai a fátia só tende a aumentar. Em dez anos a produção de grãos quase dobrou de tamanho, de 120 milhões de toneladas para as 194 milhões de toneladas esperadas na safra 2013/214. Depois, as pastagens que antes eram extensivas, passaram a ser intensivas, reduzindo, portanto, a área necessária para criação de gado:

“A produção agrícola brasileira, com a tecnologia disponível de hoje, pode crescer 50% sem derrubar uma única árvore”, conta o presidente da Case New Holland do Brasil. “Até 2050, com o aumento da demanda por alimentos resultante do crescimento populacional, estimado para 9 bilhões de pessoas, a produção agrícola deverá crescer 60% a 90%. O Brasil certamente será

A produção agrícola brasileira, com a tecnologia disponível hoje, pode crescer 50% sem derrubar uma única árvore

um dos maiores fornecedores neste cenário.”

Continuidade da renovação das máquinas no campo é outra característica intrínseca do setor. De acordo com Rizzioli, cada nova geração de máquinas traz inovações que contribuem diretamente em perder menos colheita.

O executivo compara, por exemplo, a capacidade de um equipamento de dez anos atrás com um modelo atual. Com o mais antigo a produção teria perdas de 5% a 6%, o que representaria 10 milhões de toneladas de grãos, “o que produz a minha Itália por ano”. Com a máquina moderna o desperdício é inferior a 0,7%.

Garantir a competitividade do agricultor brasileiro não é somente porque representa o protagonista que faz do País um dos mais importantes celeiros do mundo. O Brasil também reúne condições únicas para desenvolver os mais avançados produtos. Aqui algumas regiões produzem até três safras anuais, enquanto a maior parte do mundo colhe apenas uma. Uma colheitadeira no campo brasileiro trabalha de 4 mil a 4,5 mil horas/ano, nos Estados Unidos ou Europa, chega a 700 horas/ano.

“A tecnologia embarcada é a mesma encontrada em qualquer outro lugar do globo, mas para o solo brasileiro temos mais de 1 mil engenheiros que trabalham junto ao produtor, à Embrapa e a outras instituições para desenvolver e oferecer a máquina ideal para o agricultor brasileiro. É isso que também faz dele um dos mais eficientes e competentes do mundo.” **AD**

Sentados em mina de ouro

Retração do mercado de máquinas de construção é transitório, pois não há dúvida das oportunidades de crescimento que o País oferece

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Nos últimos oito anos o segmento de máquinas de construção viveu um crescimento que se pode definir como exuberante sem medo de cometer exageros. Em 2006 o mercado brasileiro era de cerca de 7 mil unidades e, no ano passado, fechou com cerca de 30 mil. Não estaria fora de ordem, portanto, criar expectativas excessivas e, assim, pegar o caminho mais curto para a frustração diante de condições adversas, ainda que encaradas como passageiras. Este ano o mercado de máquinas de construção deve somar de 24,5 mil a 25 mil unidades, aproximadamente 5% menor do que o do ano passado. Vale lembrar que na conta estão incluídas as encomendas para o MDA, Ministério do Desenvolvimento Agrário, em licitação ocorrida em 2012.

Apesar do recuo este ano não foi ruim, uma avaliação unânime dos atores do segmento. O que doeu foi a festa montada em torno de possibilidade de crescimento que não veio como esperado.



Nicola D'Arpino

Divulgação/CNHi

“Vivemos uma evolução de 10%, 15% ao ano até bem pouco tempo”, revela Nicola D'Arpino, vice-presidente da New Holland Construction para a América Latina. “Esperava-se uma continuidade neste ritmo de crescimento para os próximos dez anos.”

O mesmo sentimento de D'Arpino tem o seu colega Roque Reis, diretor geral da Case Construction para a América Latina:

“O patamar de 20 mil unidades ainda é muito interessante para o setor. Mas sem dúvida esperava-se um crescimento mais sustentável”.

Ambos, no entanto, têm certeza do inevitável crescimento dos próximos anos. Os executivos se baseiam no potencial e nas oportunidades que o País proporciona e, neste caso, circunstâncias que não permitem esquivas se o plano é crescer:

“O setor de máquinas é muito ligado às obras de infraestrutura e, no Brasil, como se sabe, há muito a fazer”, lembra Reis. “Estamos sentados numa mina de ouro”.

Uma parceria que dá certo.

Toyota do Brasil: Indicada em 3 categorias do Prêmio AutoData 2014.



-  **Automóvel: Toyota Corolla**
-  **Produtor de Motores: Futura fábrica de Porto Feliz**
-  **Personalidade do Ano: Steve St. Angelo**



A Toyota do Brasil agradece a indicação do Prêmio AutoData 2014 nas categorias Automóvel, Produtor de Motores e Personalidade do Ano. Sem o comprometimento e dedicação dos nossos fornecedores, colaboradores, distribuidores e demais parceiros, isso não seria possível. As parcerias bem-sucedidas são a razão do sucesso das nossas atividades.

Para mais informações, acesse: www.toyota.com.br



TOYOTA
Pensando mais longe



No trânsito, somos todos pedestres.

É indiscutível o arsenal de oportunidades, mas os executivos também lembram que o crescimento do mercado e os ensejos favoráveis atraíram diversos fabricantes para o País.

Há oito anos, quando começou a se verificar volumes de máquinas mais robustos, o mercado brasileiro era disputado por dez empresas – hoje são mais de trinta:

“É verdade que alguns foram meros aventureiros, mas também outros aportaram por aqui com planos de fábrica”, conta D’Arpino. “O risco é o setor ficar com capacidade ociosa e, com isso, provocar guerra de preço”, completa Reis, da Case.

AJUSTES – Falta de necessidade de máquinas, porém, é uma realidade pouco provável no País e na América Latina em geral. A aposta é de crescimento do Brasil ao longo dos próximos anos, ainda que no ano que vem não se saiba exatamente o que acontecerá, especialmente em virtude das decisões a serem tomadas pelo próximo governo eleito.

Tanto Reis quanto D’Arpino acreditam em estabilidade diante de 2014. Os dois executivos concordam com certa



lentidão nos primeiros meses, período que certamente será de anúncios de ajustes, como observa Reis: “O importante é a velocidade das correções para destravar de vez os investimentos”.

A esperança dos executivos também reside em nova licitação do Ministério do Desenvolvimento Agrário, programa que em 2013 chegou a representar 20% das vendas de máquinas de construção no País.

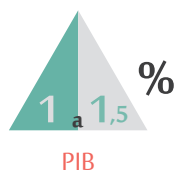
De acordo com D’Arpino, a medida se mostrou eficaz tanto para o setor de máquinas quanto para alavancar o desenvolvimento de pequenos municípios do Brasil: “E funciona”.

Case Construction e New Holland Construction, empresas da CNH Industrial, produzem suas máquinas nas linhas da mesma fábrica, em Contagem, MG.

A capacidade de produção está em torno de 8,5 mil unidades anuais e cada uma das companhias possui, em média, 16% do mercado.

Dentre a extensa linha de produtos, como escavadeiras, tratores de esteira e retroescavadeiras, a motoniveladora de ambas as marcas é feita exclusivamente aqui para abastecer mercados do mundo todo. **AD**

Projeções



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

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA

fgv.br/mba-sp

Longe da paralisia

Difícilmente o segmento de máquinas de construção crescerá no ano que vem, mas deverá se manter no bom patamar de 20 mil unidades

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Afrânio Chueire



Divulgação/Volvo

Como ocorre em todos os segmentos do setor automotivo, também no mercado de equipamentos e máquinas de construção não há razões para acreditar em crescimento tanto este ano quanto no próximo. No entanto, há de se considerar que nos últimos três anos as licitações do MDA, Ministério do Desenvolvimento Agrário, reforçaram

sobremaneira os volumes, chegando a representar 20% do mercado em 2013, coisa de quase 7 mil máquinas. Se no ano passado o segmento fechou em torno de 30 mil unidades, 2014 deve encerrar com cerca de 25 mil, das quais pouco mais de 3 mil para cumprir o contrato com o ministério.

De acordo com Afrânio Chueire, presidente da Volvo CE, faz mais sen-

tido pensar em um mercado puro para uma análise mais pé no chão: "Se tirarmos da conta as máquinas para o MDA o mercado do ano passado encerrou com 23 mil unidades e esse ano deve fechar com 22 mil. A queda do mercado, portanto, não será tão significativa, mesmo com o PIB em queda".

O presidente da Volvo CE não descarta suas preocupações com relação

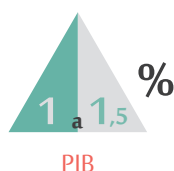
ao câmbio, às metas de inflação, ao aumento da dívida pública e aos juros, mas não acredita em crise profunda nos fundamentos econômicos, ao contrário das reconhecidas instabilidades do País no passado: “Existe, claro, necessidade de ajuste e até o governo atual admite. Não consigo enxergar o Brasil tão vulnerável, com risco de paralisia, mesmo porque muita coisa está acontecendo, somente não está na velocidade que gostaríamos, como as concessões rodoviárias”.

Os tais ajustes para ter o País novamente na rota do crescimento coloca o início do ano que vem em compasso de espera por definições. O cenário, portanto, não indica um período de crescimento. No segmento de equipamento e máquinas de construção Chueire projeta um mercado ligeiramente menor do que 2014, mais ainda no patamar de 20 mil unidades.

“O ano começa com algumas indefinições. Qualquer que seja o candidato a vencer as eleições presidenciais certamente fará alterações em posições importantes do governo, no comando das estatais, por exemplo. Até que isso se estabeleça por completo um trimestre se foi. Não existe, porém, um panorama de queda muito grande na atividade econômica.”

CONCESSÕES — Pela análise do presidente da Volvo CE, o PAC não se cumpriu totalmente e a expectativa é de que as concessões, sejam de rodovias, aeroportos, portos ou ferrovias, continuem a ocorrer: “Infraestrutura faz parte dos planos de qualquer go-

Projeções



verno. Os motivos de algumas obras terem sido adiadas ou não realizadas não eliminam a necessidade delas não acontecerem. Elas virão”.

Chueire revela que independentemente do quadro econômico muitos grupos empresariais importantes confirmam investimentos em 2015, como também outros esperam o que acontecerá: “Hoje, em virtude da economia e das dúvidas com relação ao próximo governo, há muitas razões para se adotar posições conservadoras com relação às decisões a tomar. O fato, entretanto, é que tem muita coisa a ser feita e o País não vai parar. O crescimento do PIB é baixo, mas o PIB é alto”.

O executivo, no caso, prefere ter os pés no chão e enfrentar a situação atual do País de maneira “consciente”, como prefere definir, “para ver se as expectativas estão sendo cumpridas sob um olhar realista. Melhor assim do que ter de agir com temor ou receio. Todos nós queríamos um cenário econômico mais favorável, mas neste momento a indústria tem de se adaptar”.

Chueire, contudo, lembra que apesar do atual arrefecimento na atividade econômica não é justo deixar de incluir no cenário a ascensão social ocorrida no Brasil nos últimos anos e, com ela, a economia em geral:

“Aquele pequeno empresário individual também cresceu. Antes era um prestador de serviço como operador, hoje possui mais máquinas e contratou outros operadores. O investimento também vem dos microempresários que se tornaram pequenos e dos pequenos que se tornaram médios”. **AD**



Divulgação/PSA

Chegou meia-noite para Cinderela

A escassez de dólares e a desaceleração da economia marcam o ritmo da Argentina em 2014. Para 2015 as projeções indicam comportamento similar ao deste ano.

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

A indústria automotiva argentina costumava ser a filha mimada, um bastião no governo Kirchner. Mas no início de 2014, com a avalanche de medidas para reverter os efeitos dos primeiros sinais de seu esgotamento, formou-se uma cortina de fumaça no crescimento do passado. Assim, como na história da Cinderela, a meia-noite está prestes a chegar.

Argentina é um país oscilante e, por isso, imprevisível. Não há tempo para comemorações prolongadas, porque a realidade impõe novos desafios rapidamente. A indústria automotiva é exemplo deste atributo tão latino. Mal se festejou o recorde de vendas de 2013 para iniciar 2014 repleto de incertezas. Um sentimento que somente se acentuou com o passar dos meses.

Foram vários os motivos da decepção, o que inclui o menor crescimento do Brasil e a alta acentuada da inflação argentina. Dois fatos, no entanto, tiraram o sono do setor automotivo: imposto mais altos para carros de maior valor e a obrigação de cortar em 20%, em média, as importações de veículos zero quilômetro.

As ações, porém, tornaram mais claro que o maior problema era, é e será a escassez de dólar. Foram as medidas para proteger cada dólar que agravou a crise e contaminou todos os outros setores da economia. A relação idílica que prevalecia entre o governo e as fabricantes de veículos durante a tão afamada década ganha, tornou-se um enfrentamento. Sem falar nos aportes da indústria automotiva de US\$ 7,2 milhões para amenizar o déficit energético. Sem produção local, a soma no mínimo dobraria, mas isso pouco importa ao governo.

Especialização e complementação foram as direções tomadas na evolução da indústria nos últimos anos. A produção destina para o mercado externo ao redor de 60%, conforme as estatísticas da Adefa, a associação que reúne os fabricantes de veículos locais. “Nos atuais níveis da atividade produtiva e das vendas domésticas, a indústria automotiva demanda divisas adicionais geradas pelas exportações tanto para componentes para a produção de veículos quanto para importar os modelos que complementam a oferta do mercado local”, avalia Enrique Alemañy, presidente da Adefa. “Nos últimos meses o acesso ao

Apesar dos
problemas do
mercado argentino
as montadoras
mantêm
inalterados seus
programas de
investimento

dinheiro ficou cada vez mais difícil até alcançar níveis que dificultam sustentar o negócio.”

O panorama afeta sobremaneira empresas que levam adiante investimentos para novos produtos em 2015, como a Toyota, que aplica US\$ 800 milhões, a General Motors, que aporta US\$ 720 milhões e a Mercedes-Benz, que desembolsa US\$ 170 milhões.

Com as ações para evitar a sangria das reservas, a falta de liquidez afetou a produção e a confiança para comprar. A dívida do Banco Central da Argentina com as importações aumentaram e o que ficou conhecido como restrição externa, tornou-se um problema tangível desde que a Argentina entrou em default. Desta maneira, as dívidas das fabricantes instaladas na Argentina com suas matrizes passou de US\$ 1,9 milhão no fim de 2013 para US\$ 2,5 milhões nove meses mais tarde.

TORNIQUETE — Já em 2013 os modelos de luxo se tornaram uma espécie de reserva de valor a fim de proteger a moeda local da desvalorização. Atento à escassez do dólar, no entanto, o governo colocou um torniquete nesta alternativa, modificando o denominado imposto interno aos bens de luxo. Inicialmente, a medida afetou somente um modelo de produção nacional, o Toyota SW4. Porém, a decisão, combinada com desvalorização cambial de 20% em janeiro, golpeou fortemente o setor, fazendo a demanda por veículos desaparecer.

“Não foi uma boa medida. Havia outras maneiras de fazer o mesmo

“A Acara, associação que reúne os distribuidores, estima para 2015 vendas em torno de 550 mil a 580 mil unidades

ajuste sem distorcer tanto”, diz Daniel Herrero, presidente da Toyota Argentina. “Entendo o problema de fundo, de balança comercial, e é racional que o governo decida como quer controlar a indústria. Mas o imposto fez desaparecer o mercado de luxo, subiu os custos e gerou incertezas que deixaram parados por dois ou três meses a visita do consumidor ao concessionário.”

A barreira psicológica provocada pelo novo imposto, a falta de confiança e as quedas nas demandas externas levaram o mercado ao colapso. As projeções não se reverteram e as mais recentes estimativas para o restante do ano não representam nenhuma novidade no horizonte: a indústria segue sem levantar a cabeça.

PIOR QUE O PROJETADO — Ainda no início de 2014 o cenário não se apresentava fácil. Os mais otimistas projetavam um mercado de 860 mil unidades vendidas, em torno de 10% menor em relação ao ano passado. Os mais pessimistas enxergavam vendas em torno de 750 mil, queda de 26% na mesma base de comparação. Mas tudo pode ser pior. Faltando ainda um trimestre para acabar o ano, as projeções da Adefa indicam encerrar 2014 com 650 unidades produzidas, 370 mil exportadas e vendas de 680 mil unidades.

A queda do mercado “tem correlação na produção, que terminaria o ano em torno das 620 mil unidades produzidas, cerca de 21% menor do que o ano passado”, aponta Dante Sica, economista e diretor da empresa de

consultoria Abeceb.com. “É uma desaceleração importante e rompe completamente o ritmo do crescimento que foi visto no ano passado.”

A acentuada queda do mercado, os problemas de divisas e as demoras nas aprovações das Declarações Juramentadas nos trâmites da alfândega há mais de um ano fizeram com que muitas fábricas e empresas de autopeças ajustassem seus planos de produção, afastando pessoal no primeiro semestre. Em alguns casos, os ajustes, sobretudo no elo de fornecedores de autopeças, se traduziram em demissões.

No âmbito comercial também se abateu um drama. O imposto interno e a desvalorização cambial provocaram quedas nas vendas superiores a 80%, especialmente nas marcas Premium. O aumento de preços dos modelos em geral e o clima de incertezas terminaram por impactar o setor como um todo. “Alguns grupos fecharam filiais, outros mudaram para casas menores”, revela Abel Bomrad, presidente da Acara, associação que reúne as distribuidoras de veículos. “Em resumo, todos os gastos com estrutura para nos preparar para um mercado de 1 milhão de unidades foram em vão.”

Com quedas em torno de 25% em todos os canais da indústria — produção, exportação e vendas — a menor demanda brasileira e seu baixo crescimento são explicações suficientes para a queda na produção de veículo. Frente a esse cenário, o governo criou o chamado ProCreAuto, um plano de financiamento para incentivar vendas de veículos novos de produção local,

15º ano do Prêmio AutoData.
Não deixe de votar no seu candidato.



AUTODATA

além de preservar os postos de trabalho na indústria. O plano atraiu em torno de 28 mil pedidos, dos quais 22 mil foram concretizados. Esperava-se, no entanto, 40 mil.

Com esse ambiente sobrou ao governo reconhecer o arrefecimento da economia e aprontar projeto de lei denominado Proposta Nacional para 2015. O titular do Ministério da Fazenda admitiu que o crescimento será

três oficiais, a associação das concessionárias projeta para 2015 um mercado de 550 mil a 580 mil unidades. “O comportamento do mercado dependerá em grande medida do acesso ao dólar e do PIB”, diz Bomrad, da Acara. Consultores econômicos contratados por empresários locais, no entanto, estimam 450 mil unidades negociadas, produção de 620 mil veículos e exportação ao redor de 370 mil unidades.



apenas de 0,5% em 2014, longe dos 6,2% projetados anteriormente, justificando a queda pelo contágio da crise financeira internacional que impactou todos os países emergentes.

De acordo com o que consta no projeto, o governo argentino indica que a economia pode crescer 2,8%, a inflação se estabilizar na casa de 15,6% e o dólar oficial ser cotado a 9,45 pesos no próximo ano. A partir destes parâme-

Neste cenário de futurologia e longe de cumprir a regra local que acredita que em ano eleitoral as vendas não caem, todos os elos da cadeia automotiva argentina contra-argumentam que as eleições trazem mesmo são incertezas.

O dilema está em saber se a mudança de governo e de expectativas poderão levar a Cinderela de volta ao seu conto de fadas em 2016. **AD**

Mercosul: negociação perpétua.

Em junho de 2013 venceu a cláusula que regulamentava o intercâmbio de compensação entre os principais parceiros do Mercosul e por um prazo de doze meses prevaleceu o livre comércio na região. Em junho deste ano finalmente os governos da Argentina e do Brasil chegaram a um acordo e retomaram o regime de compensação existente anteriormente.

O novo acordo Brasil-Argentina vai durar até março de 2015 e foi alcançado após diversas reuniões realizadas em meados de junho envolvendo autoridades das áreas econômica e industrial dos dois países. Participaram dos encontros os ministros argentinos da Economia, Axel Kicillof, e da Indústria, Débora Giorgi, e o ministro brasileiro da Indústria, Desenvolvimento e Comércio Exterior, Mauro Borges.

O presidente da Adefa, a associação que reúne os fabricantes de veículos da Argentina, Enrique Alemany, lembra que o setor automotivo no Mercosul alcançou um alto grau de integração e complementação produtiva ao longo dos anos e diz ser importante manter e até intensificar as atuais parcerias:

“A Argentina destina cerca de 50% de sua produção para abastecer o mercado brasileiro. Por esta razão, é importante termos firmado este acordo transitório de doze meses que garante a continuação dos fluxos comerciais dos dois países”.

O presidente da Adefa se comprometeu a continuar trabalhando no de-

envolvimento de um novo acordo de longo prazo para promover uma maior integração industrial e comercial. Na sua avaliação, é preciso melhorar a competitividade da indústria argentina e também da brasileira para garantir o crescimento da cadeia de valor regional de forma sustentável.

Para o ministro da Fazenda da Argentina, Axel Kicillof, a extensão do acordo dá sinais claros do que significa a indústria automotiva para as políticas públicas e abre uma nova etapa de aprofundamento na relação bilateral com o Brasil.

No período de um ano até 30 de junho de 2015, a indústria argentina exporta US\$ 1,5 para cada US\$ 1 importado do Brasil. Os dois governos concordaram em iniciar negociações antes de março do ano que vem para desenvolver um novo acordo para o setor automotivo que entraria em vigor em 1º de julho de 2015 com validade até 2020.

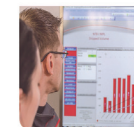
Débora Giorgi, do Ministério da Indústria, comentou que a Argentina voltará a participar com 11% no mercado brasileiro e poderá exportar 130 mil unidades nos próximos doze meses.

O futuro entendimento deverá incluir, dentre outras propostas, a modificação da regra de origem, visando aumentar conteúdo e a participação de autopeças regionais nos veículos produzidos nos dois países, além de definir uma política industrial comum na base fornecedora.

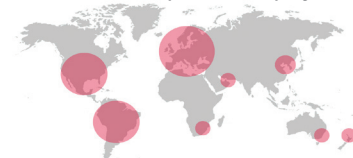


www.syncreon.com

- Presença Global
- Mais de 100 unidades espalhadas pelo mundo em mais de 20 países.
- 12.000 colaboradores
- Gestão da cadeia de abastecimento de clientes para + de 100 países
- Mais de US\$40 bilhões em produtos de clientes gerenciados anualmente
- Especializada nos segmentos Automotivo e de Tecnologia.



- Logística Inbound e Outbound
- Consolidação
- Desconsolidação
- Cross docking
- JIT/JIS
- Armazenamento e Manuseio
- Gestão do Supply Chain
- Configuração de pedido
- Formação de kits
- Sub montagem, Montagem,
- Embalagem para Exportação SKD/CKD
- Sequenciamento
- Line feeding
- Logística Reversa, Reparos e Inspeção Técnica



“Nós gostamos de trabalhar com clientes que são exigentes, cuja cadeia de suprimentos evolui rapidamente. Isso se reflete em nossa base de clientes. Nós adaptamos e evoluímos nossas soluções em linha com os requisitos dos nossos clientes.”

Brian Enright,

Diretor Executivo e Presidente da syncreon

De motorista a gerente de transporte



Décio Costa, de Hannover, Alemanha | decio@autodata.com.br

Na Europa, a safra de novidades que dão solução aos limites de emissão de poluentes exigidos pela legislação ambiental da Euro 6 parece ter ficado no passado. A lei entra em vigor em janeiro próximo e o que tinha de ficar pronto já está nas prateleiras das fabricantes. A direção que toma o setor de transporte de carga e passageiro ganha agora outros contornos. Ainda tem no escopo a busca por mais economia de combustível e menos gases tóxicos, porém, também inclui soluções logísticas para cidades cada vez mais populosas e, por consequência, discute o papel do motorista em futuro próximo.

Pelo menos dois exemplos apresentados no 65º Salão Internacional

de Veículos Comerciais, em Hannover, Alemanha, ocorrido de 25 de setembro a 2 de outubro, mostraram por onde a indústria deve pisar daqui para frente. O primeiro vem da Mercedes-Benz em estudo denominado Future Truck 2025. Na verdade, os primeiros passos na via da direção autônoma que já proporciona resultados práticos.

DEZ ANOS — Avaliação feitas em rodovia alemã se revelaram animadoras. “Tudo ainda é protótipo. Milhões de quilômetros de testes ainda precisam ser realizados, como também há questões de infraestrutura, de logística e exigências legais a serem solucionadas”, lembra Martin Zeilinger, diretor de engenharia avançada caminhões da

Feira de veículos comerciais indica a direção autônoma como solução, traçando um novo perfil do condutor



Divulgação/MBB/ZF

Mercedes-Benz. “Mas acredito que em dez anos tudo isso seja uma realidade bastante possível. Temos de lembrar que até bem pouco tempo o motorista tinha de fazer tudo. Hoje, tecnologias como o câmbio automatizado e freios de emergências já permitem que ele se concentre mais na pista.”

O projeto resume a proposta de criar novos padrões no transporte de carga e deve mudar o perfil da profissão de motorista. O modelo foi dotado de um sistema que a empresa chamou de Highway Pilot, um conjunto de sensores que interage com a rodovia e os outros veículos na pista. Nas condições adequadas, informadas pelo caminhão, o motorista ativa o sistema, fazendo com que seu assento se des-

loque a 45° do volante. Daí em diante, o veículo segue sozinho seu caminho até 80 km/h.

“Não queremos deixar o condutor de fora do processo, é ele ainda quem manda na cabine”, destaca Zeilinger. “Queremos apenas ajudá-lo no papel da liderança. Quando não estiver propriamente ao volante, tem tempo para organizar outros itens do processo logístico, como a agendas das entregas. No futuro a profissão pode se tornar mais atraente, com mais responsabilidade, o que poderíamos chamar de um gerente de transporte.”

A direção autônoma do Future Truck 2025 também só é possível porque o caminhão traz câmeras e radares que escaneiam o que vem pela frente. Suas



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 internacionais 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

Volta pelo salão



MAN Latin America fez presença importante em Hannover. Além do presidente Roberto Cortes falar ao mundo a respeito do desempenho da operação que comanda, foi a única companhia a mostrar produtos brasileiro da feira: os Constellation 24.280 e 24.420 e o Volksbus 18.280.

O Volksbus da MAN Latin America, encarregado pela Marcopolo, tinha motor movido a diesel de cana. “Combustível limpo também é realidade no Brasil”, ressaltou o presidente Roberto Cortes na coletiva de imprensa.



Não falou em data, mas Wolfgang Bernhard, responsável mundial pelo negócio de veículos comerciais do Grupo Daimler, deixou claro que tem intenção de produzir na Argentina o Vito. Menor que a Sprinter tem ampla gama de aplicações tanto para carga quanto para passageiros.

Os representantes das multinacionais que operam no Brasil não deixaram de observar suas decepções com os declínios do mercado e da produção de veículos comerciais no Brasil. Exceção feita ao negócio de ônibus da Mercedes-Benz, Hartmut Shick, chefe mundial de ônibus do Grupo Daimler, disse estar “difícil, mas não dá para falar em crise”.

funções são identificar pedestres, tipo de pista, objetos parados ou em movimento, além de eliminar os pontos cegos do caminhão. “A interação de diversos sistemas de maneira tanto do caminhão quanto da infraestrutura possibilita ter informações de quilômetros à frente, dando tempo para intervenção humana.”

Outro projeto que pavimentará caminho para a direção autônoma foi mostrado pela ZF e, diferentemente do Future Truck 2025, deve estar disponível em torno de dois anos, como estimam representantes da empresa. A combinação dos sistemas de transmissão e direção com a telemática permitiu à empresa desenvolver uma solução na qual é possível manobrar composições

longas com precisão e zero de emissão de poluentes por meio de um tablet.

No que chamou de Innovation Truck, um caminhão com 25 m de comprimento dotado de semirreboque e reboque, a companhia integrou a tecnologia da transmissão automatizada TraXon Hybrid — lançamento no salão —, do sistema de direção ZF Servotwin com motor elétrico e a telemática do Openmatics, o cérebro do conjunto, com sensores que coletam e enviam informações. A atuação dos três elementos permite ao motorista comandar o caminhão de maneira remota, pela ponta dos dedos na tela de um tablet, via conexão sem fio. O veículo se movimenta desligado, acionado somente de maneira elétrica.

“Isso pode ser um dos primeiros passos para a direção autônoma”, diz Wilson Brício, presidente da ZF para a América Latina. “O sistema, porém, é especialmente interessante para as operações de pátio, em entregas ou embarques de carga, pois torna mais rápido e seguro o processo. Mesmo para motoristas experientados é difícil manobrar veículos muito longos.”

A se ver as ideias trazidas para o Salão de Hannover não fica difícil imaginar os passos que poderão dar à indústria de transporte de carga e passageiros. A combinação de tecnologia não só torna o veículo mais limpo, econômico e seguro, mas também a evolução para um novo cenário no papel do motorista.

AD



PARTICIPE DA 1ª TURMA DE MBA EM GESTÃO DE ATIVOS DO BRASIL

A Comau, reforçando seu pioneirismo com a evolução do mercado e a aplicação das mais modernas tecnologias aos clientes, está viabilizando a realização da 1ª turma de MBA em Gestão de Ativos do Brasil e você tem a oportunidade de fazer parte desse grupo.

Uma parceria entre a **ABRAMAN** e a **Fundação Gorceix** - instituição de ensino e pesquisa vinculada à Universidade Federal de Ouro Preto, com apoio da **Comau** (empresa referência em Manutenção Industrial na América Latina), trás para o país o único curso de MBA autorizado no Brasil sobre Gestão de Ativos, com selo do GFMAN - Global Forum on Maintenance & Asset Management.

ÚLTIMAS VAGAS • INSCREVA-SE JÁ! TURMAS EM BELO HORIZONTE E SÃO PAULO

Início das aulas BH | Novembro de 2014

Início das aulas SP | Janeiro de 2015

INFORMAÇÕES

31 3551-3886
luiza@gorceix.org.br

REALIZAÇÃO:



APOIO:



Filosa

O italiano Antonio Filosa assume a diretoria de compras da FCA, a Fiat Chrysler Automobiles. O executivo sucede Osias Galantine, que agora ocupa o mesmo posto na CNH Industrial, que reúne todas as empresas do segmento de transporte dentro do grupo, como a Iveco, a FPT e a própria CNH.

Divulgação/PSA



Blaise

Bertrand Blaise é nomeado diretor mundial de comunicação da PSA Peugeot Citroën. Ele assumirá a função a partir de 1º de novembro, substituindo Jonathan Goodman.

Neto

Pietro Nistico Neto é o novo gerente de vendas de peças e serviços da Scania do Brasil. O executivo substitui Silvio Renan Souza, transferido para a Scania do México.

Mirela



A Eaton nomeou Mirela Scarazzatti como nova gerente de processos de materiais & inventário para o Grupo Veículos da Eaton na América do Sul.

Farinha

A Mann+Hummel anuncia a chegada do novo gerente de marketing e produtos, Carlos Eduardo Fernandes Farinha, que vem respaldado pela experiência em grandes multinacionais como Bosch, Wurth e Cooper Bussmann.

Itália

A Fiat lança série especial Itália para o Punto, que tem como base a versão Attractive e possui acabamento exclusivo. R\$ 45,4 mil.

Novo Soul

A nova versão do Kia Soul chega ao Brasil custando de R\$ 88,9 mil a R\$ 92,9 mil.

10 toneladas

A Foton lança caminhão de 10 toneladas equipado com motor Cummins de 160 cv. Empresa investiu R\$ 2 milhões em engenharia e homologação e espera comercializar trezentas unidades até o fim do ano.

Tracker

A General Motors lança a linha 2015 do SUV Chevrolet Tracker: rodas aro 18 redesenhadas e nova opção de cor metálica, Champagne, como novidades.



Divulgação/Audi

Cabriolet

Chega ao mercado brasileiro o novo Audi A3 Cabriolet, conversível compacto de quatro lugares com motor 1.8 Turbo FSI e câmbio S tronic de sete marchas. O modelo pesa 1 430 quilos – cerca de 50 kg a menos do que a versão anterior – ao mesmo tempo que ampliou comprimento, de 4m24 para 4m42, oferecendo maior espaço e conforto interno. Preço: R\$ 159,8 mil.

Charpentier



A Nissan do Brasil anuncia Arnaud Charpentier como novo diretor de marketing. O executivo cuidava da área de qualidade e desenvolvimento de rede da empresa no País desde janeiro.

Aguiar

Marcus Vinicius Aguiar é o novo diretor de relações institucionais e governamentais da Renault do Brasil. Há 22 anos atuando na área automotiva o executivo assume o posto com a missão de fortalecer o relacionamento da empresa com a sociedade, governos e instituições.

Clark

O executivo Kevin P. Clark assumirá como CEO e presidente da Delphi Automotive no lugar de Rodney O'Neal, que irá se aposentar em 1º de março do ano que vem.

Sarquez

Reinaldo Sarquez, supervisor de certificações e homologações de motores e veículos da Navistar Mercosul, é o novo presidente da Câmara Setorial de Motores e Grupos Geradores da Abimaq. Para mandato até 2016.

Russel



Novidades no primeiro escalão também dentro da General Motors do Brasil: Samuel Russell assume novamente o posto de diretor de marketing, que ocupara no fim da década passada.

Versão especial

A Renault apresenta a série especial Outdoor para o Duster, baseada na versão Expression equipada com motor 1,6 litro: faróis com máscara negra, rodas de liga leve e outros itens de acabamento diferenciados, com preço a partir de R\$ 60 mil.

For You

A Hyundai lança série especial For You para a linha HB20, com bancos de couro e rodas aro 15, dentre outros itens. Só com motor 1.0: R\$ 40 mil o hatch e R\$ 43,4 mil o sedã.

Em uma hora

A Audi lança no País o Audi Service Express: três primeiras revisões de qualquer modelo executadas em até uma hora. A partir deste mês em três casas de São Paulo e até o fim do ano em Belo Horizonte, MG, Rio de Janeiro, RJ, e Curitiba, PR.

Pneu

A Continental lança o pneu ContiHybrid LA3 para o uso em ônibus e caminhões leves. Modelo atende às demandas do transporte de passageiros e de cargas nas longas distâncias e em pequenos trechos urbanos.

GPS integrado

A Pioneer do Brasil apresenta sua nova central multimídia com navegador GPS integrado, a AVIC-F960BT. O equipamento possui tela de 6,1" multi-touch com alta resolução e conta com tecnologias de ponta como bluetooth e exclusividades Pioneer como o MIXTRAX e MirrorLink, garantindo qualidade e excelência de áudio, não encontrada em produtos similares do mercado.

Instagram

A Troller lança página oficial no Instagram, onde os fãs poderão acessar imagens do utilitário T4 em ação. Companhia já tem 175 mil seguidores no Facebook.

Em Belém

A DAF inaugura sua primeira concessionária no Norte: a Avanthy, do Grupo Disbrava, na região metropolitana de Belém, PA.

Nova revolução tecnológica

A indústria mundial como um todo, em seus diversos segmentos, está diante de uma grande mudança, que alguns especialistas chamam de uma nova revolução industrial, norteadada cada vez mais pela tecnologia e pela automação aplicada aos processos produtivos.

Este fato está relacionado à obtenção de maiores ganhos de produtividade, aumento da capacidade produtiva, melhoria da qualidade, redução dos custos operacionais e melhoria da segurança, dentre outras necessidades.

Enquanto os Estados Unidos e alguns países da Europa e também da Ásia se preparam para esta nova fase de competitividade, que demanda profunda mudança na manufatura, o Brasil ainda precisa lidar com uma série de entraves na corrida pela automação. Um dos obstáculos é a defasagem tecnológica, que contribui para piorar os indicadores de produtividade do Brasil em relação a outros países, desenvolvidos ou em desenvolvimento.

Exemplo do cenário é a quantidade de robôs que o Brasil adquiriu em 2013: menos de 1,3 mil unidades. Enquanto isso países como Coreia do Sul

e China adquiriram, respectivamente, 21 mil e 37 mil unidades.

A idade média do parque fabril aqui é outro dado que reforça essa defasagem, pois gira em torno de dezessete anos. 30% desses equipamentos possuem seguramente mais de vinte anos. É muito tempo.

Um dos caminhos para a superação da defasagem tecnológica é a maior inserção da indústria nacional nos mercados globais para que sejam identificadas as melhores práticas ligadas à automação.

Percebemos que as companhias brasileiras estão pouco expostas à competição internacional porque o mercado nacional ainda consome principalmente o que o Brasil produz. Mas, se o nosso mercado vier a estagnar e as empresas precisarem sair, será complicado para as empresas lidarem com essa concorrência globalizada.

O elevado custo para a aquisição de equipamentos e máquinas é outro fator que dificulta o investimento em tecnologia no Brasil, que paga até 37% mais do que os Estados Unidos pelo mesmo maquinário.

Além do investimento em tecnolo-

gia demandar altos gastos no Brasil, as indústrias instaladas aqui ainda recebem poucos incentivos para a modernização dos seus parques fabris, embora o governo, junto com a Abimaq, estude a criação de um programa de incentivos fiscais, tributário e de financiamento para garantir o aumento da competitividade e da produtividade, com um choque de renovação no parque de máquinas brasileiro, além de socorro aos fabricantes nacionais, priorizando os bens de capital produzidos aqui.

É esperar para ver.

No Brasil, assim como em todo o mundo, a indústria automobilística é a que está na ponta das mais robotizadas, com índices mais elevados de automação e tecnologia aplicada aos processos produtivos, até por causa da necessidade de grandes capacidades produtivas. Pela importância do tema a SAE Brasil dedicou o 6º Simpósio de Manufatura, realizado em setembro em Caxias do Sul, RS, para o debate dos desafios da competitividade. Que venham medidas concretas que permitam uma verdadeira revolução tecnológica na indústria brasileira! **AD**

Saimon Debastiani | [Chairperson do 6º Simpósio SAE Brasil de Manufatura, em Caxias do Sul, RS](#)



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



TECNOLOGIAS INOVADORAS DA ZF FAZEM O MUNDO GIRAR COM MAIS EFICIÊNCIA

Pessoas viajam em busca de seus objetivos. Seja indo para a casa, o trabalho, a escola ou o clube, diversos destinos são alcançados por diferentes meios de transporte. A ZF não se limita a enxergar a conservação dos recursos naturais, o aumento da segurança e a conveniência como requisitos fundamentais para quem viaja. Mas também os vê como uma oportunidade de criar soluções inovadoras e sustentáveis. Como uma das principais fornecedoras mundiais de sistemas de transmissão e tecnologia de chassis, a ZF faz parte – e é isto que nos impulsiona – deste desenvolvimento. Nosso objetivo é muito mais que criar produtos inovadores e eficientes. É melhorar a qualidade de vida e ajudar a moldar o futuro de forma sustentável.



MOTION AND MOBILITY

