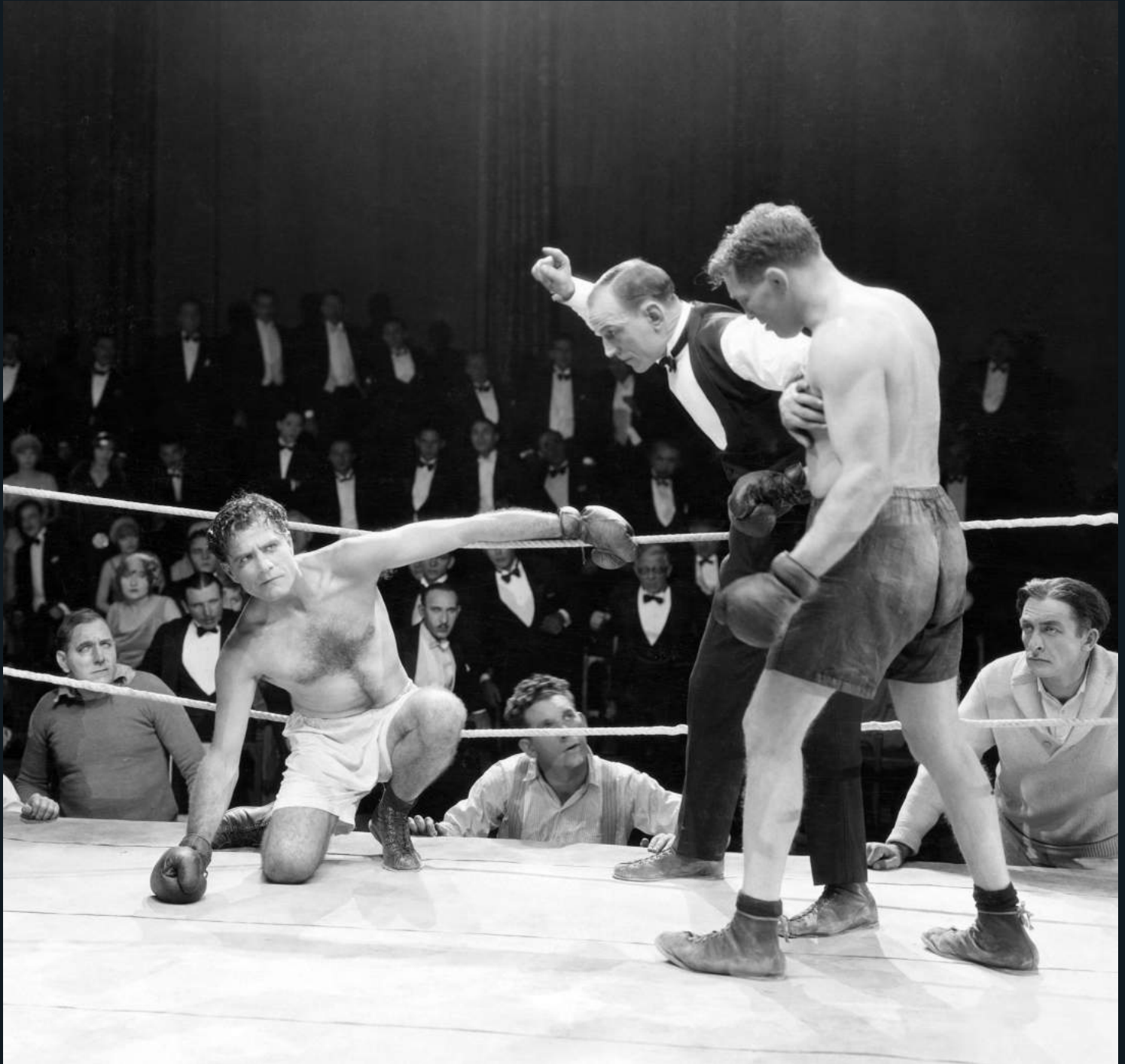


AUTO DATA



From the Top
Pablo Di Si, presidente
da Volkswagen



Nessa edição
revelamos os
bastidores da luta
para o novo regime
automotivo não se
tornar uma

DERROTA 2030

O MELHOR DA
SAÚDE É O
REENCONTRO.



A **Albarus** está de volta. Quem conheceu poderá matar a saudade. Quem não conhece, prepare-se para uma relação de confiança que nem o tempo pode apagar. Qualidade que marcou época e conquistou o coração do Brasil. **Albarus. Qualidade que transmite segurança.**

albarus.com.br



facebook.com/albarusoficial

youtube.com/albarus.oficial

sac@albarus.com.br

0800-727-7012



**ESPECIAL
ROTA 2030****20**

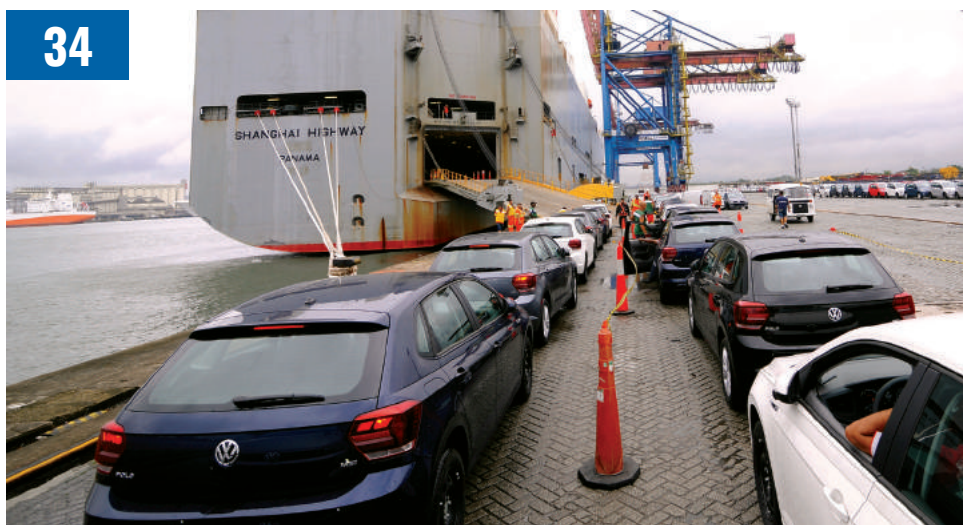
Duras negociações sobre a nova política automotiva brasileira transformaram os corredores da Esplanada dos Ministérios e do Palácio do Planalto em verdadeiros ringues de boxe. E a luta se aproxima do derradeiro round

**RESUMO
MERCADO INTERNO 2017****30**

A batalha pela liderança em segmentos estratégicos de mercado foi acirrada no ano passado e se tornará ferrenha em 2018

EXPORTAÇÕES

Batemos recorde no envio de veículos a outros países em 2017, mas nossa dependência do mercado argentino pode segurar o ímpeto dos embarques neste ano

34

Divulgação/VW

**LANÇAMENTO
VW VIRTUS****40**

Novo sedã médio, intermediário de Voyage e Jetta, é cheio de virtudes e apenas o segundo em uma lista de vinte lançamentos Volkswagen no País

**ANIVERSÁRIO
TOYOTA 60 ANOS****46**

A primeira operação da Toyota fora do Japão comemora seis décadas de Brasil cheia de planos para dar novo salto em volumes e desenvolvimento tecnológico

**CONSULTORIA
ESTUDO ANUAL KPMG****50**

Pesquisa global com novecentos executivos da indústria automotiva mostra novas prioridades em ultrapassar fronteiras nos serviços a bordo e desenvolver a célula de combustível

**EVENTO
SALÃO DETROIT****54**

O Auto Show estadunidense se esforça para recuperar brilho e relevância, refletindo perfeitamente sua indústria. E para isso ícones do passado sempre ajudam bastante

8**LENTES**

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

12**FROM THE TOP**

Pablo Di Si, zagueiro na adolescência e presidente da VW há três meses, revela suas táticas

56**GENTE & NEGÓCIOS**

Movimentações e novidades relevantes da indústria automotiva brasileira

58**FIM DE PAPO**

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

Nova AutoData #Fase2

Por Leandro Alves, diretor adjunto de redação

Imprevisível! No momento em que escrevo para você este é o panorama do Rota 2030. Porém, até esta revista chegar às suas mãos, talvez os pormenores sobre um novo regime automotivo no Brasil já tenham sido apresentados pelo governo. Por via das dúvidas e obrigação de **AutoData**, esta edição esclarece o que pode e o que não deve acontecer com ou sem o Rota.

Este trabalho inédito coincide com um novo projeto editorial da nossa revista, a segunda fase de uma reformulação que começou com o site e a agência de notícias que também, em breve, receberão o tratamento visual desta edição.

Procuramos atender aos requisitos dos tempos atuais em que a informação continua valiosa, mas é entregue de forma mais apetitosa ao nobre leitor: fotos e gráficos expandidos que apoiam o conteúdo analítico, transformando as páginas de **AutoData** em um compêndio moderno e atraente aos olhos. Transformar informação em conhecimento também requer um toque artístico.

Essa reforma teve a liderança de Romeu Bassi Neto, nosso chefe de arte e funcionário mais antigo, que conhece bem o espírito de **AutoData** e que transformou o formato editorial nessa beleza – esperamos que esta também seja a sua impressão. Com destaque para o novo logotipo, trazendo para o presente o pioneirismo da nossa marca, sem deixar de lado as características originais da identidade de AutoData criada por Tide Hellmeister.

Na condução do conteúdo também há novidades. O jornalista Marcos Rozen volta à casa para conduzir a revista nesta nova fase. Experiente observador da indústria, apaixonado pelos automóveis e pela história do jornalismo automotivo – é o feliz CEO do MIAU, Museu da Imprensa Automotiva –, Rozen é o editor-chefe e escriba-mor da reportagem de capa.

Não podemos nos esquecer de Henrique Skujis, jornalista que esteve conosco nos últimos doze meses à frente da revista, contribuindo, e muito, para este novo projeto editorial. Ele segue colaborando com **AutoData** e assina importante reportagem sobre as exportações brasileiras, talvez o principal negócio da indústria automotiva no ano passado e daqui em diante.

Ainda no campo exclusividade tivemos acesso em primeira mão a estudo da KPMG que analisa as tendências para o setor nos próximos sete anos. Prepare-se: tudo o que você sabe sobre essa indústria pode estar defasado.

O futuro está em suas mãos!



www.autodata.com.br



[AutoDataEditora](#)



[autodata-editora](#)



[@autodataeditora](#)

AUTODATA

Diretoria Márcio Stéfani, publisher **Conselho Editorial** Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Leandro Alves, diretor adjunto de redação e novos negócios, Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** Bruno de Oliveira, Caio Bednarski, Henrique Skujis **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Foto Capa** Everett Collection/Shutterstock.com

Mídias sociais Alex Chies **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 5189 8900: André Martins, Érika Coleta, Luiz Gidas **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira **Distribuição** Correios **Pré-impressão e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900 **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora Ltda., rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Márcio Stéfani, MTB 16 644



Imagens meramente ilustrativas.

Minha escolha faz a diferença no trânsito.

**Chegou a nova família Delivery.
Sob medida para os dias de hoje.**

Acesse: NovoDelivery.com.br



**Mudamos para
você servir melhor.**

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

Totalmente renovado

- Novo design moderno e robusto
- Novo câmbio de 6 marchas
- Novo chassi modular
- Novos retrovisores modernos e funcionais
- Nova coluna de direção ajustável
- Novo painel com computador de bordo



**Caminhões
Ônibus**



Divulgação/Assobrav

GALARDÃO PARA REZE

Importante voz na Câmara Setorial Automotiva, Sérgio Reze foi homenageado nos 25 anos de AutoData representando todos os executivos que participaram daquele histórico momento da indústria automotiva – que coincidiu com o surgimento da nossa editora. À época presidente da Fenabreve, Reze, ao longo destes 25 anos, em todas as posições que assumiu, contribuiu com sua liderança para a evolução do varejo automotivo. Deixamos aqui o registro da homenagem ao atual integrante do conselho de ex-presidentes da Assobrav.

CAIXA PRETA

O pessoal da indústria de veículos foi mais esperto e, já no início dos anos 80 do século passado, em gestão do estimadíssimo Newton Chiaparrini, representante da Ford, a Anfavea promovia encontros mensais com jornalistas para divulgar seus números. Esses encontros tornaram-se geradores de indicadores econômicos aferidores da saúde da economia do País e vigem até hoje. Outra entidade, a Fenabreve, ligada à distribuição de veículos, seguiu o mesmo caminho ali pelo fim daqueles mesmos anos, na primeira gestão Alencar Burti, mas recuou rapidinho: ao contrário dos números e índices da Anfavea os seus careciam de credibilidade – foi mais fácil contratar os serviços do Renavam.

CAIXA PRETA 2

O Sindipeças, pelas características de suas empresas associadas, há décadas divulga sem contestações seus indicadores e suas tendências uma vez por ano.

Já a Abac, Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, chega quase aos primeiros vinte anos deste século como antigamente, pilotando sua caixa preta – e no melhor estilo de Aírton Egídio Módolo, um de seus presidentes ainda em tempos pioneiros: como bom soldado justificava o injustificável, compreendia o incompreensível. A entidade seria, em tese e desde aquela época, a responsável pela transparência privada do sistema: poderia centralizar as informações de suas associadas e ser tão reconhecida como a Anfavea na hora de sua divulgação.

CAIXA PRETA 3

Mas ninguém sabe, realmente e de verdade, o que significa o sistema de consórcios: confusos, com filtros aqui e sem filtros ali. É por esta razão que pouco se ouve falar em Abac, normalmente ignorada como fonte confiável de informação e análise econômica.

AH, O ROTA 2030

Em reunião no início do ano em Brasília, DF, ficou definido que haverá incentivo para a importação de veículos híbridos e elétricos. Esses modelos, independente de motorização, recolherão 7% de IPI – o mesmo dos veículos 1.0. Este era um dos temas de acalorado debate durante as reuniões para finalizar o projeto Rota 2030. Com a indefinição do anúncio do novo programa o incentivo para veículos de baixa emissão será feito por decreto.

AH, O ROTA 2030 2

Mas a polêmica que atravessou as festas de fim de ano é outra: há quem aposte todas as fichas da mesa que o programa não irá para o ar, mesmo com os porta-vozes de MDIC e Fazenda jurando, de pé junto, que o programa é prioridade – depois de aprovada a reforma da Previdência, claro. Independente disso a Anfavea já elegeu a próxima prioridade da gestão de Antônio Megale: a unificação de normas e exigências técnicas dos veículos vendidos no Brasil e na Argentina. O próprio Megale se empenhará para que esse alinhamento aconteça, pois acredita que os outros países da região seguirão os mesmos passos.

DESIMPORTÂNCIA

Não é que a indústria simplesmente acabará, fechará suas portas, mas há quem preveja dias muito menos excitantes para o setor. Dois anos atrás surgiram na imprensa as primeiras manifestações sobre o processo de desindustrialização do País, marcada pela baixa nos investimentos, pela retração na participação dos empregos e do valor adicionado. Hoje há quem acredite, por exemplo, que a crise do Rota 2030 tem, como pano de fundo, uma discussão rigorosamente teórica: que País os burocratas do

MDIC e do Ministério da Fazenda pretendem para os cidadãos? A discussão envolveria técnicos liberais e neoliberais e o tamanho da intervenção do Estado na atividade econômica.

DESIMPORTÂNCIA 2

O que falta, mesmo, são políticas duradouras de Estado para incentivar atividades econômicas. O que falta, mesmo, são lideranças setoriais que compreendam seus negócios e que sejam comprometidas com o futuro. É assim que se começa a compreender a atual e crescente desimportância da Fiesp e da CNI.

ENTUSIASMO FORD

Vice-presidente da Ford para pesquisa e engenharia avançada Ken Washington tem angariado simpatias e apoios na companhia, e obtido espaços na pesquisa sobre o futuro da mobilidade, o que, quase sempre, remete a veículos autônomos. A concorrência o respeita. Ele adotou um mantra, que lembra marketing antigo à primeira olhada: ouvir as necessidades dos clientes. Mas essa sua obsessão não tem nada de mercadológica: segundo ele as necessidades dos clientes refletem basicamente as mudanças e as oportunidades que estas criam visando a produtos novos – principalmente serviços focados nas pessoas.

ENTUSIASMO FORD 2

"A questão, desafiante, é descobrir, e entender, como as pessoas utilizarão a mobilidade", ele diz. O caminho do futuro passa, então, por compreender as sociedades e as suas relações, diferentes em cada país – aprender a apreender as diferenças e conhecimentos acumulados. Ken Washington está entusiasmado com as "grandes oportunidades" que a humanidade tem à frente.

"Quando o governo central é fraco, sem programa de governabilidade, ficamos à mercê de decisões políticas que não necessariamente são positivas para o País".

De importante executivo do setor automotivo e observador privilegiado



Por Vicente Alessi, filho

vi@autodata.com.br

05/03

08h30 • 17h30

Hotel Transamérica



Seminário AutoData

MEGATENDÊNCIAS DO SETOR AUTOMOTIVO OS DESAFIOS DE 2018 COM OU SEM O ROTA 2030

Com o ano que se inicia, vários novos desafios para o setor automotivo estão surgindo. O primeiro deles trata do fato de que o Inovar-Auto acabou, o Rota 2030 ainda não foi anunciado e, pior, talvez possa nem acontecer mais neste ano. Partindo deste raciocínio, a continuidade do processo de modernização das linhas de produção, a renovação do portfólio de produtos com a chegada de novas tecnologias globais, a produção local de veículos Premium, a revitalização do mercado interno brasileiro, a consolidação das exportações e a viabilização dos fornecedores nível 2 e 3 da cadeia nacional de autopeças, são somente alguns dos novos desafios que serão enfrentados com ou sem uma nova política automotiva. Mostrar quais os principais obstáculos deste caminho e como poderão ser ultrapassados será o tema central deste seminário de AutoData.

NÃO PERCA!

VALOR DA INSCRIÇÃO: R\$ 1.750,00

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

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

PALESTRANTES E PANEILISTAS CONVIDADOS (*)



ANTONIO MEGALE
Presidente da Anfavea



MARGARETE GANDINI (*)
Diretora do MDIC



DAN IOSCHPE
Presidente do Sindipeças



JOSÉ LUIZ GANDINI
Presidente da Kia Motors
e da ABEIFA



RICARDO BACELLAR
Diretor da KPMG



BESALIEL BOTELHO
Presidente da Bosch



MARCO SILVA
Presidente da Nissan



MAURO CORREIA
Presidente da SAE



ELIZABETH FARINA (*)
Presidente da Única



ANTONIO FILOSA
Diretor da FCA

Fotos: Margarete Gandini - Site Governo do Brasil | Marco Silva - Site G1
Elizabeth Farina - Site Universo Agro | Antonio Filosa - Site Mecânica Online

(*) Palestrantes ainda sujeitos a confirmação.

Patrocínio



BOSCH
Tecnologia para a vida

FREUDENBERG-NOK
INNOVATING TOGETHER

**MAGNETI
MARELLI**

MWM
A NAVISTAR COMPANY

**NEO
RODAS**

PSA
GROUPE

Apoio



ARTEB **BorgWarner**



AutoData
Seminários

Organização

IZZO GROUP

O jogo não é amistoso

Quem conversar um pouco com Pablo Di Si, há três meses presidente e CEO da Volkswagen Região SAM, que compreende América do Sul, América Central e Caribe, e presidente e CEO da Volkswagen do Brasil, certamente notará as associações que o executivo comumente faz do mundo corporativo com o do esporte, em particular o futebol. E se aprofundando na conversa descobrirá que isso não

acontece à toa: em sua juventude ele vestiu a camisa da categoria semi-profissional do argentino Huracán, ainda que seu coração seja River Plate.

Quis o destino que o futebol o levasse à universidade nos Estados Unidos e de lá fizesse carreira não mais nos estádios e sim nos escritórios de finanças de empresas como Monsanto e Kimberly-Clark e, em 2006, chegasse à Fiat e de lá à VW, em 2014.

Quem se criou nos gramados não se esquece do que é fazer parte de um time: "Não jogávamos muita bola mas éramos unidos e, por isso, ganhamos de times muito melhores do que o nosso e fomos campeões por vários anos. Muito do meu aprendizado vem daí".

Nesta entrevista ele conta como pretende fazer do time VW novamente um campeão, agora na condição de técnico e não mais de zagueiro, como era em campo.

O Sr. hoje está à frente de um processo de transformação. Como essa chamada 'nova VW' é internamente?

Bons resultados saem de um trabalho em time, olhando o negócio, sendo ágil, com as pessoas se divertindo, com bom humor. Nos primeiros meses estou trabalhando muito mais a parte humana, de gestão, dos que os lançamentos. Quero que as pessoas se sintam confortáveis, quero criar esse espírito de time. Internamente precisamos deixar de olhar a VW como meta: o objetivo é o cliente. É aí que começa a mudança. Tudo o que foi feito nos dois últimos anos pelo David Powels foi muito bom, e agora temos que construir acima disso. Estamos mais ágeis do que algum tempo atrás mas ainda longe do *state of the art*. Acho que vamos chegar lá, ser uma empresa mais leve, mais solta.

Essas mudanças na VW também acontecem em outros mercados e mesmo no próprio board, na Alemanha. Houve um momento específico onde se percebeu essa necessidade?

Um evento representativo para a VW foi o Dieseldgate, que do ponto de vista especificamente de gestão foi positivo. Não estou dizendo que foi bom para a empresa, é claro, foi muito ruim. Mas a decisão de mudar, de querer ser a número um em mobilidade sustentável, de dar maior autonomia a cada região, tudo aconteceu depois do Dieseldgate.

Muita coisa mudou desde então?

Sim, e fico feliz de algumas coisas estarem acontecendo, é simbólico. Vou contar um caso real: em novembro eu estava em viagem a Wolfsburg e por acaso cruzei com o presidente nos corredores. Ele olhou pra mim e falou: 'O que você está fazendo aqui?'. Eu achei essa uma mensagem ótima! Ele estava me dizendo 'Você tem que trabalhar lá, não aqui, o seu negócio é lá, na sua região'. Antigamente isso não acontecia, era o oposto: quanto mais você ia para a matriz melhor era. Agora não. Nós temos muito mais autonomia, o que não quer dizer que não temos relatórios, telefonemas, vídeo conferências etc. Claro





que temos, mas a mensagem principal é fazer o *turn around* desta empresa, colocá-la onde ela merece estar.

Como é a estratégia de crescimento da VW no mercado brasileiro?

Aqui no Brasil há alguns anos os SUVs tinham números pouco expressivos, como 8% a 9% do mercado. Achemos que este índice chegará em breve a 30%. Neste início de ano a VW do Brasil conseguiu 15,4% de participação de mercado mesmo sem nenhum produto nesse segmento. Teremos cinco novos SUVs aqui, o primeiro já a partir de abril, além de novidades nas linhas de picape, hatch e sedã. O que posso antecipar é que nos hatches teremos fortes novidades em 2019, ajustadas com o desejo do consumidor brasileiro.

A rede VW está diminuindo e hoje está em 520 concessionárias. Esse processo já terminou?

Desde que assumi já me reuni diversas vezes com o Dado Guião, presidente da Assobrav. Em muitos encontros tivemos decisões rápidas, claro que nem sempre concordamos com tudo mas falamos abertamente: precisamos continuar enxugando um pouco o tamanho da rede, para melhorar a rentabilidade

das próprias concessionárias. Aquele concessionário que não mudar o jeito de trabalhar não vai sobreviver, mesmo que hoje ele seja bom. Não temos uma capilaridade grande em serviços de pós-vendas aqui no Brasil, por vários motivos, e por isso temos muitos planos nesse sentido, que vão desde tecnologia mais amigável para o cliente a remunerar mais merecidamente o concessionário por boas práticas. Vai custar mais para a VW? Vai, mas é a forma certa de começar a virar o jogo.

No que diz respeito à rede, há muita discussão sobre as vendas diretas...

Temos que estimular as vendas nas concessionárias. Como não tivemos produtos novos nos últimos tempos, empurramos muito nas vendas diretas. O caso com esse segmento é que há muito sobe-e-desce. Vendas diretas servem para dar estabilidade à empresa, não podem ser 15% em um ano, 20% no outro, 38% no seguinte... me reuni pessoalmente com todos os presidentes das principais locadoras e fizemos um plano bianual: reduzimos a gama, simplificamos a oferta de produtos e fechamos um acordo de médio prazo. Isso resolvido, temos agora que aumentar as vendas nas concessionárias, pela bem da renta-



AXALTA

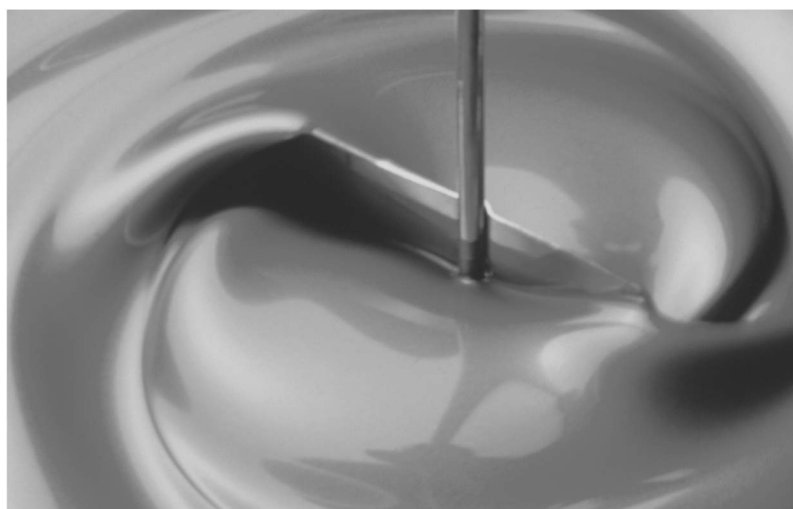
DESENVOLVENDO TECNOLOGIA EM CORES

A Axalta é parceira da Volkswagen do Brasil desde o início das operações atendendo aos requisitos técnicos e de desempenho exigidos globalmente.

É uma honra fazer parte do mais novo lançamento, o Virtus, com a sua cor especial Cinza Platinum.

Para os mais exigentes compradores, a cor e os efeitos visuais proporcionados pelas tintas sofisticadas de hoje podem ser fatores decisivos na escolha de um automóvel novo. Além do acabamento colorido, nossos revestimentos protegem a carroceria do veículo aumentando sua vida útil.

SEU NEGÓCIO PRECISA, NÓS INOVAMOS.



bilidade da empresa e da rede, que está num patamar muito baixo. A Assobrav entende isso, estamos de acordo. Temos que eliminar esse sobe-e-desce nas vendas diretas, pois quando você tem estabilidade fica melhor para trabalhar.

Quais são suas projeções para 2018?

Inicialmente, assim que cheguei, estimava crescimento de 10% no mercado interno. Agora já acredito em 15% para a indústria como um todo, sendo que a VW deve ficar acima dessa média, algo como 20%.

O Sr. é também o presidente da VW para a região SAM, que engloba América do Sul, América Central e Caribe. Como essa região se encaixa dentro da estratégia para a nova VW?

Hoje estamos em segundo lugar em vendas na América Latina, com posição forte no Brasil e na Argentina mas fraca nos outros países da região. Nós somos um time grande, não jogamos aqui só para participar, para ser segundo, terceiro lugar. Temos o objetivo de alcançar a liderança de mercado na região em médio prazo, não sei se esse ano ou no próximo, mas quando completarmos o portfólio de produto e arrumarmos as coisas que precisamos arrumar.

De que forma, exatamente?

Temos várias estratégias, como manter a liderança na Argentina e crescer bastante em mercados como Chile, Peru, Colômbia, Uruguai, em índices bem fortes, coisa de 50%, 60%, mas com continuidade. Não podemos fazer como aconteceu em 2009, 2010, quando o mercado interno aqui estava forte e esquecemos destes países. Eu fiz parte desse erro, foi um grande aprendizado. Outra iniciativa é reduzir a complexidade do nosso portfólio. Sairemos de 1,2 mil variáveis para 350 no final desse ano. E há um terceiro ponto, que vamos incorporar esse ano: não podemos subir e descer o preço do carro importado de acordo com a flutuação do dólar. Isso cria um problema

para o cliente, destrói o valor da marca. Dentro do nosso portfólio precisamos ter uma certa estabilidade de preços. Não serão congelados, mas precisam seguir o ritmo natural do mercado.

Como funcionará a lógica produtiva Brasil-Argentina dentro desse conceito regional?

Falando da indústria como um todo, antes havia a prática de duplicar a produção de um mesmo modelo, que para mim é uma estratégia que não funciona, que nunca acreditei... do ponto de vista da indústria foi um desastre. Agora mudou para produtos totalmente alocados, o que requer planejamento mais apurado. Teremos cinco novos produtos:



definimos quais serão produzidos no Brasil e quais na Argentina a partir de uma discussão envolvendo vários itens, como custos gerais, custo de trabalho, materiais, logística, produtividade, absenteísmo... aí você começa a comparar e toma as decisões, que creio que foram as corretas. Alguns produtos serão alocados no Brasil para atender à Argentina e outros mercados, um SUV e um hatch, e outro SUV na Argentina, o Tarek, para Brasil e América Latina. Eles são complementares. O estudo foi aprofundado, neste caso específico incluindo a nacionalização não só na Argentina como também no Brasil, pelo conteúdo regional. Quanto mais negócios a VW gerar entre Brasil e Argentina, melhor.

Como será exatamente essa integração a partir dos fornecedores?

Se faço, por exemplo, os bancos do Gol no Brasil, na empresa X, e dou o banco do Tarek para ela produzir também, estou reforçando este fornecedor. Precisamos aumentar a nacionalização no Brasil e na Argentina, a cadeia de fornecedores aqui é fraca e na Argentina ainda mais.

A VW então pretende concentrar mais pedidos em menos fornecedores?

Só mantendo o exemplo não vamos procurar um novo fornecedor para os bancos do Tarek, mas sim tentar fortalecer o que já existe. Argentina e Brasil tem que ser complementares, eu sempre digo isso. Não podemos fazer uma fábrica de motores na Argentina para concorrer com a fábrica de motores no Brasil, é uma loucura. Faz mais sentido pegar quatro ou cinco peças de motor que a Argentina tenha expertise e

complementar a produção do Brasil. Na Argentina, aliás, serão produzidas quatro novas picapes de algumas marcas em 2018 e 2019. Se o país tem especialização em picapes, ótimo, mas que não queiram produzir hatches econômicos porque isso não vai funcionar, é melhor fazê-los no Brasil.

O Sr. afirmou que a cadeia de fornecedores no Brasil está fraca. Há iniciativas VW para reforçá-la?

Temos esse problema, e essa não é uma questão exclusiva da VW, é da indústria. Temos procurado ajudar. No lançamento do Virtus, por exemplo, aproveitamos toda a estrutura do evento e chamamos o BNDES, para que os fornecedores pudessem conversar com eles, junto às nossas equipes de compras e finanças. Também estamos reforçando o time de compras internamente. Quando um fornecedor tem algum problema antecipamos isso, se precisar que alguém venha da Alemanha para ajudar, trazemos... é um espírito de time, nós precisamos ajudar.

Os fornecedores estão prontos para atender o crescimento que o Sr. estima?

Neste evento conversei com cerca de dez CEOs destas empresas. Perguntei qual a estimativa de cada um para o crescimento em 2018, e as respostas foram, em média, de 4% a 6%. O mais otimista respondeu 8%. E quanto vai crescer a indústria? 15%! E isso foi agora, em janeiro. Como os fornecedores sofreram muito na crise, agora estão conservadores. Estou me antecipando, precisamos resolver isso, esse descompasso. Se não fizermos algo não teremos carro para vender. E isso não é só para VW.

Esse conservadorismo dos fornecedores não se justificaria por experiências anteriores, nas quais eles pagaram a conta de estimativas de crescimento de mercado não concretizadas pela via direta de corte abrupto de pedidos já colocados?

“Precisamos continuar enxugando um pouco a rede para melhorar a rentabilidade da própria rede”

“Como os fornecedores sofreram muito na crise, estão conservadores. Temos que resolver isso: se não fizermos algo agora não teremos carro para vender depois”

Todo pedido geralmente tem de três a quatro meses fixos, dependendo da empresa, mas pode sim acontecer da montadora precisar cortar... às vezes há um plano de vender X carros e, se o cliente não entra na loja, tem que cortar pedidos de peças. O problema é que o fornecedor geralmente não tem o capital de giro que precisa. E a maior parte deles está trabalhando em um turno, ou seja, para aumentar a produção precisaria entrar no segundo turno, o que é mais complexo, um salto grande. Por isso eles estão trabalhando com esses índices conservadores: é o que dá pra crescer no mesmo turno. Precisamos entender o que fazer, temos que identificar os gargalos dos nossos fornecedores e, ao mesmo tempo, vou ser crítico com nosso planejamento. O parque de fornecedores aqui era muito forte e agora, com o crescimento das vendas, essa fase de transição tem que ser conduzida de forma cuidadosa, sem castigá-los.

Em termos de conteúdo tecnológico os fornecedores nacionais conseguem suprir as novas demandas VW?

Aqui os fornecedores têm conteúdo em termos de tecnologia. Neste caso faço um paralelo com a própria Volkswagen: ficamos anos sem fazer um lançamento relevante e, então, havia uma dúvida na matriz, 'puxa, será que o time do Brasil consegue fazer um carro assim, desse jeito?'. E conseguimos. Tivemos, sim, dificuldades com o Polo, mas já no Virtus ocorreu uma melhora significativa. Eu acho que o mesmo vai acontecer com os fornecedores. Eles têm uma altíssi-

ma competência. Passamos por anos difíceis mas o conteúdo existe. A saída será rápida, acredito.

E o Rota 2030, como fica?

Acho que existe um antes e um depois do Inovar-Auto na nossa indústria. O governo teve uma visão de fazer com que os carros evoluíssem em tecnologia, e com isso as empresas começaram a investir. O Brasil ganhou muito. Houve erros, sim, e a correção deles é o que tentamos fazer com o Rota 2030. Para mim é estratégico que isso seja aprovado, para o Brasil. Não estou falando que vou ganhar um real a mais ou um real a menos com isso: é questão de ser algo fundamental, não pelo valor mas pela mensagem que passamos para nossas matrizes. Se me perguntassem em novembro se o Rota 2030 seria aprovado eu diria que sim, mas hoje acho que demos um passinho para trás.

A missão do Virtus é só América Latina?

Não. Temos vários projetos para exportar o Virtus a partir do Brasil para todos os mercados. Ele só vai ser produzido e exportado a partir daqui. Estou trabalhando pessoalmente em desenvolver outros mercados além da América Latina.

A VWB fechou recentemente um contrato com a Alemanha para enviar motores a partir de São Carlos. Qual motor será?

O 1.4 TSI. Vamos multiplicar por seis ou sete vezes a exportação de motores.

Como a VW se prepara para o futuro?

O futuro está muito perto, mais próximo do que imaginamos. O que vai fazer diferença não é o carro elétrico, é o carro autônomo. Nós vamos ter que nos reinventar como empresa. Por exemplo: os carros do futuro não terão transmissão, e temos muita gente competente em várias fábricas de transmissões. Assim, já iniciamos um novo treinamento para algumas dessas pessoas, pois quanto antes você começar mais preparado vai estar. ■

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

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

Faça revisões em seu veículo regularmente.



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

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



ARTEB

Para evitar a derrota do ROTA



Everett Collection/Shutterstock.com

A indefinição para o anúncio do novo regime automotivo causa angústia. E caso seja desconfigurado ante o negociado o resultado poderá ser pior do que a espera.

O setor automotivo vive um início de 2018 em frustração. O tão esperado Rota 2030, que representaria na prática a continuação do Inovar-Auto, simplesmente não foi anunciado até 31 de dezembro, apesar de todas as expectativas neste sentido. O desapontamento foi bastante reforçado por representar não o primeiro mas sim já o quarto adiamento: inicialmente falou-se em lançar o programa em agosto, que passou a setembro – incluindo uma confusa questão de necessidade de noventa –, depois novembro e depois dezembro.

E nada.

E assim chegamos a fevereiro e mais

um nada. Agora estima-se anúncio no final deste mês, mas não são exatamente poucos os executivos do setor automotivo nacional que já consideram seriamente um cenário em que apenas uma parte do Rota 2030 seja efetivada ou, até mesmo, que ele simplesmente não exista.

A Anfavea ainda acredita que a nova política seja efetivamente lançada. Antonio Megale, seu presidente, garante que no final de dezembro o próprio Presidente da República avisou que a decisão sobre o Rota 2030 seria tomada no final de fevereiro. "Vemos este atraso com naturalidade e temos a esperança de que tudo esteja fechado até lá."

O maior imbróglio se concentra nos incentivos em pesquisa e desenvolvimento, o que, para o dirigente, é algo "fundamental para o Brasil continuar a atrair investimentos".

O próprio Megale, entretanto, admite que o adiamento do Rota pode se estender por prazo maior, até para 2019, já em uma nova gestão do governo federal, ainda que reafirme acreditar no prazo atualmente informado pela presidência. E deu seu recado: "Todos os países que têm indústria automotiva forte precisam de uma política setorial".

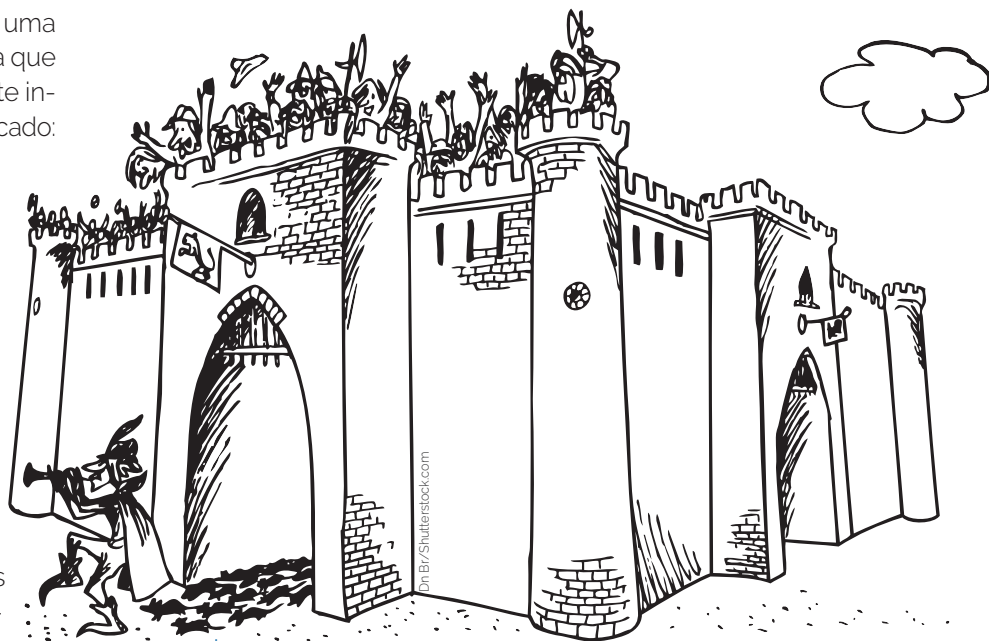
O FLAUTISTA DE HAMELIN

Mas, nos bastidores, o desânimo é grande. Não bastassem os adiamentos o ano começou com o que se costuma de chamar ducha de água fria – no caso, gelada: o ministro Marcos Pereira, principal articulador do Rota 2030 dentro do governo, pediu para sair logo após as celebrações de réveillon. Em sua carta de demissão, ao introduzir lista do que considerou como feitos de seu mandato, afirmou:

"Embora não tenha sido possível entregar ao País, por fatores alheios à nossa vontade, uma política automotiva compatível com a grandeza e a importância desta cadeia produtiva, que emprega 1,6 milhão de pessoas, destaco uma pequena parte das realizações (...)".

Em outro trecho Marcos Pereira escreveu, quase enigmático: "Popularidade não quer dizer absolutamente nada. (...) Há muitos aí que comovem multidões, mas a exemplo do conto [O Flautista de Hamelin](#), encantam e arrastam milhares para o abismo".

A citação de Pereira ao conto de fadas é muito interessante, em particular porque a história original não é exatamente essa. No texto dos Irmãos Grimm o flautista se apresenta em Hamelin, na Alemanha, local em polvorosa devido a uma infestação por ratos. Em troca de promessa de bom pagamento usa sua música para hipnotizar os roedores, que o seguem até um rio além



dos limites da localidade e morrem afogados. Ao voltar, porém, não recebe nada do valor acordado e, como vingança, usa a flauta para hipnotizar todas as crianças da cidade, que o seguem até uma caverna e nunca mais são vistas.

Não saberia o ex-ministro, bispo licenciado da Igreja Universal do Reino de Deus, o conteúdo legítimo do conto? Ou saberia e deixou a cargo de cada um que lesse sua carta – que ele mesmo publicou em sua página no Facebook – decidir por conta própria quem seriam os ratos, os habitantes da cidade e as crianças nessa história?

O certo é que a saída de Pereira deixou transparecer uma batalha interna no governo federal, claramente configurada como a principal responsável pelos constantes adiamentos do Rota 2030: há uma nítida disputa MDIC x Fazenda, e no meio fica o setor automotivo quase que desesperadamente tentando aparar as arestas.

Nas semanas seguintes à saída de

Marcos Pereira simplesmente nada se falou oficialmente sobre a indicação de um substituto.

Em meados do mês passado o interino Marcos Jorge convocou representantes do setor automotivo e sindicatos para reunião sobre o Rota 2030, mas nada de prático saiu do encontro, que serviu mais para reforçar uma posição política do que técnica. E no fim de janeiro, durante evento promovido pela Toyota, Jorge garantiu que a nova política automotiva brasileira será divulgada, mas considerou como prazo para isso “os próximos meses”.

BATE REBATE

Como o desenho do Rota 2030 em si já está pronto, pode-se dizer que hoje a função do MDIC é apenas rebater os argumentos da Fazenda e buscar, de alguma forma, contorná-los da melhor maneira. Mas o ministério que cuida das finanças tem se mostrado bastante inflexível em alguns pontos.

Na política para P&D, por exemplo, a Fazenda bate o pé no entendimento de que não seria necessário um incentivo específico pois já existe a chamada Lei do Bem, criada com este intuito. Como ela abate impostos sobre o lucro, porém, a indústria automotiva alega que em um ano de prejuízo o benefício seria nulo.

Diante de certo impasse e do aviso de que não há espaço no orçamento para renúncia fiscal em 2018, neste caso específico estimada em R\$ 1,5 bilhão, a indústria já cedeu um pouco e sugeriu que investimentos em P&D gerem créditos tributários diversos que seriam concedidos apenas daqui um ano, ou seja, 2019 – forma similar à adotada no Inovar-Auto que, porém, previa créditos aplicáveis no mesmo ano.

Pode até ser que algum tipo de acordo ainda seja costurado nesse ponto. São, porém, as negociações envolvendo as metas de eficiência energética que refletem com pureza cristalina os entendimentos de cada lado nessa dura negociação.

Baseado no Inovar-Auto, o plano original do Rota 2030 previa desconto de até dois pontos percentuais do IPI para as empre-



“Quando não se tem previsibilidade tudo fica mais difícil. Estamos atuando no escuro.” – Gleide Souza, da BMW

sas que superassem as novas metas, já consideradas pela indústria como ‘bastante agressivas’. A Fazenda respondeu que topava desde que a alíquota, antes, fosse elevada em até dois pontos percentuais.

Ou seja: na prática o IPI subiria e as empresas teriam que superar as novas metas de eficiência energética apenas para recolher a mesma alíquota de hoje. Nos bastidores do setor a proposta da Fazenda foi recebida com revolta.

Por essas e algumas outras já há, dentro da indústria automotiva, até mesmo quem prefira que o Rota 2030 nunca saia do papel, uma vez que a situação atual, absolutamente sem regulamentação específica, seria ao menos no curto prazo mais vantajosa do que um Rota 2030 que trouxesse apenas novas determinações à indústria sem nenhuma correlação com benefícios.

“Se o Rota 2030 for desconfigurado e trazer regras sem quaisquer contrapartidas é melhor que nem saia”, opina executivo de alto escalão da indústria automotiva que prefere se manter anônimo.



Divulgação/PR

Outro executivo, que também pede para não se identificar, avalia que "o novo regime automotivo foi desenhado com propostas de longo prazo mesclando obrigações e benefícios. Mas, até agora, apenas a parte das obrigações foi bem recebida por uma parte do governo".

Ambos concordam com Megale e acreditam que no fim das contas algo do Rota 2030 vá, sim, sair. Mas seria algo tanto distinto do que foi desenhado nas salas de reunião do MDIC – seria algo como a mais ou menos a metade do que foi proposto.

Uma destas relações meio-a-meio possivelmente estará nas questões envolvendo as particularidades das montadoras premium/baixo volume: Audi, BMW, Jaguar

Em Brasília, DF, são muitas reuniões para poucas decisões



Divulgação/Agência Brasil

Land Rover e Mercedes-Benz. Oficialmente todas dizem apenas aguardar, mas extra-oficialmente já se dão por vencidas e sabem que não terão os mesmos níveis de benefício que receberam no Inovar-Auto.

Gleide Souza, diretora de assuntos governamentais da BMW, apenas lamenta: "Quando não se tem previsibilidade tudo fica mais difícil. Estamos atuando no escuro".

Frédéric Drouin, presidente da Jaguar Land Rover para América Latina, avalia que "certamente nossa estratégia será impactada pelo Rota 2030. Poderá haver ajuste nos planos, dependendo do que for publicado".

Ninguém, entretanto, fala em fechar sua fábrica, independente do que vier. O presidente da Mercedes-Benz do Brasil, Philipp Schiemer, chegou a tocar neste assunto há cerca de um ano, durante a gestação do Rota 2030. Mas neste janeiro o chefe Dieter Zetsche, presidente mundial da empresa, avisou durante entrevista concedida ao jornal Valor Econômico, no Salão de Detroit, que esta possibilidade sequer foi avaliada.

JÁ TEMOS ALGO

Não resta dúvida de que no caso de uma inexistência do Rota 2030 o maior derrotado seria a própria indústria automotiva nacional, que veria sua capacidade de competição global seriamente ameaçada.

Mas nem tudo parece perdido. Pode-se considerar que ao menos uma parte do Rota 2030 já foi efetivada, ainda que não apresentada desta forma.

Em âmbito mais geral, a reforma trabalhista, um dos temas discutidos no contexto do programa, foi aprovada.

E no foco mais fechado, três resoluções do Contran foram publicadas: a 716, de novembro, determinou a realização da Inspeção Técnica Veicular nacional até o fim de 2019. A 717, também de novembro, estabeleceu cronograma de estudos técnicos e regulamentação de itens de segurança veicular. E a 721, de janeiro, obriga realização de crash-test lateral em todos os modelos vendidos no País até 2023.

É pouco, mas é melhor do que nada.

De qualquer forma outra regulamentação que já parece certa para sair é a que diz



respeito aos híbridos e elétricos. Somada à redução da alíquota do imposto de importação já em vigência, que para os 100% elétricos é zerada, o IPI deste segmento deverá ser reduzido dos atuais 25% para 7% – o nível mais baixo do imposto, equivalente aos populares.

"A Fazenda aceitou essa negociação porque este é um mercado ainda insignificante", relata uma fonte ligada diretamente às negociações. O temor é que esta seja justamente a única concessão no que diz respeito a questões tributárias.

A negociação para o IPI majorado cair de trinta para dez pontos percentuais, que poderiam ser abatidos de dois em dois de acordo com uma planilha de obrigações, tanto para fabricantes locais quanto importadoras, por exemplo, poderá ser deixada de lado. Segundo fontes que participam das negociações, esse assunto "perdeu força", apesar de representar uma lógica central do Rota 2030.

CASA CIVIL

Certo mesmo é que a decisão final caberá ao Presidente da República, que escolherá quem levará a melhor nesta disputa MDIC x Fazenda – ou, ao menos, quais concessões deverão fazer um e outro ministério.

Certamente neste processo haverá uma forte participação da Casa Civil, que normalmente assessora o Presidente nestas ocasiões, avaliando os pedidos e necessidades dos vários ministérios. Cabe lembrança: em diversas oportunidades o ministro da Casa Civil já repetiu o discurso do Ministro da Fazenda, alegando que o Brasil "não pode

gastar mais do que arrecada", por exemplo.

Em novembro houve uma reunião na qual participaram o Presidente da República, os ministros do MDIC, Fazenda e Casa Civil e a Anfavea. Esperava-se que neste encontro as rugas fossem atenuadas, mas aparentemente a conversa não foi suficiente. No fim de dezembro, ainda à espera do Rota 2030 em 2017, o Ministro da Fazenda considerou que o destino do programa era "decisão de ordem política".

No ar fica uma sensação de que agora o tempo corre contra: quanto mais o Rota 2030 demora para sair mais a argumentação de que o setor está se virando muito bem sem regulamentação específica ganha força – e a recuperação das vendas no mercado interno, involuntariamente, ajuda na difusão desta lógica um tanto míope.

Assim, conforme os dias passam cada vez mais o temor de derrota aumenta. E vem com ele a sensação de que um empate, a essa altura, já terá sabor de vitória. ■

Indicativos de que o sinal amarelo acendeu para o Rota 2030 parecem surgir a todo instante



NOVO CITROËN JUMPY

MUITO MAIS PARA O SEU NEGÓCIO.

SAIBA MAIS SOBRE O CARRO EM
PROFESSIONAL.CITROEN.COM.BR



3 ANOS
GARANTIA



BETC | HAVAS



MOTOR 1.6 TURBO
DIESEL BLUEHDi
115 CV COM CÂMBIO
DE 6 MARCHAS
MECÂNICO.



MODUWORK:
VERSATILIDADE
PARA CARRREGAR
OBJETOS DE
ATÉ 4 M.



CAPACIDADE DE
CARGA DE 1.500 KG
E VOLUME
INTERNO DE ATÉ
6,6 M³.



0800 011 8088

Pela vida. Escolha o trânsito seguro. Minha escolha faz a diferença no trânsito.

INSPIRED BY YOU

 professional.citroen.com.br

MDIC: não podemos retroceder.

Diretora do ministério defende que a espinha dorsal do Rota 2030 precisa sair para que outras questões paralelas da indústria também possam avançar

Há límpido e cristalino consenso dentro do governo federal quanto à necessidade de uma política industrial que assegure o futuro do setor automotivo brasileiro. As divergências se resumem à forma como determinadas ações devem ser tratadas e aplicadas, como, por exemplo, os incentivos para pesquisa e desenvolvimento.

A visão é de [Margarete Gandini](#), diretora do Departamento das Indústrias para a Mobilidade e Logística do MDIC e envolvida até o último fio de cabelo na elaboração do programa. Ela é taxativa: "O Rota 2030 não é uma política de subsídio. Não há qualquer subsídio à produção, apenas à P&D e ainda assim atrelado a metas arrojadas".

Em entrevista exclusiva a **AutoData** a diretora revelou que a proposta do ministério é botar o Rota 2030 na rua primeiramente em sua espinha dorsal, contendo as regulamentações específicas para eficiência energética, segurança, pesquisa e desenvolvimento, apoio a novas tecnologias, híbridos e elétricos, etiquetagem veicular e



João Mantovani

as especificidades para fabricantes premium/baixo volume. E depois completar o programa conforme outros temas forem sendo debatidos e acordados, como rede de concessionárias, mobilidade urbana, logística e afins.

Quanto ao prazo, ela apenas considera que "o próprio presidente da República determinou o fim de fevereiro" como data-limite para as decisões envolvendo o programa.

Margarete Gandini também considera que "ninguém pode ser contra pesquisa e desenvolvimento. Todos os países fazem isso, alguns inclusive com estímulos em níveis bem superiores aos nossos. O que se discute hoje é apenas a forma como se dará esse apoio". Pelos cálculos do MDIC nos 5 anos do Inovar-Auto as empresas habilitadas investiram R\$ 25 bilhões em P&D.

Ela lembra a importância do P&D em temas como o etanol, inclusive no que se refere aos veículos híbridos e elétricos. "Tudo que já fizemos em relação ao flex é uma riqueza do País, essa pesquisa tem

que ser feita aqui. Isso não pode se perder”.

Mas reconhece que ainda que a política venha a ser estabelecida para o prazo do primeiro ciclo do Rota, ou seja, 5 anos, poderá existir para o primeiro ano algum tipo de instrumento de adaptação às necessidades de ajuste fiscal do governo federal.

Com relação às fabricantes premium/baixo volume Gandini entende que estas são “difusoras de novas tecnologias”, o que é importante dentro do contexto futuro da indústria automotiva nacional, e isso ajuda na atração de investimentos. Mas diz que “estas empresas vieram ao País como produtoras não por causa do Inovar-Auto, mas sim por causa do mercado. Na época toda a indústria falava em projeções de cerca de quatro milhões de unidades anuais vendidas no mercado interno até o fim desta década, sendo 120 mil somente no segmento premium”.

A diretora do MDIC complementa afirmando que “o mercado vai retornar [ao crescimento sustentado], mas algumas empresas precisam de um fôlego para passar por esse vale”.

Segundo informações de fontes em Brasília, DF, não confirmadas pela diretora do MDIC, o governo estuda conceder às fabricantes premium/baixo volume uma alíquota mais favorável para as condições do Reintegra, o que estimularia suas exportações. Há também estudo para redução particular do imposto de importação de autopeças – e ao menos uma destas medidas deve ser aprovada.

PROSSEGUIR, PROSSEGUIR

Margarete Gandini acredita que após a esperada publicação da espinha-dorsal do Rota 2030 outros temas correlatos possam vir a ser avaliados e discutidos de forma mais aprofundada. Um deles é maneira de mostrar ao consumidor com maior clareza e transparência as qualidades de cada modelo em termos de segurança, de forma assemelhada à que ocorre hoje com a etiquetagem veicular para consumo e emissões – talvez até mesmo na própria.

Outro tema na fila é a questão da tecnologia híbrida e elétrica não para auto-

móveis, mas para o transporte coletivo, já dentro do capítulo mobilidade urbana do Rota 2030.

Gandini, aliás, endossa a decisão considerada como certa de reduzir o IPI de híbridos e elétricos de 25% para 7%. “Temos que ampliar a demanda destes veículos, que ainda é reduzida. Em 2017 as vendas deste segmento aqui foram de apenas pouco mais de três mil unidades, 0,2% do mercado total”.

Para ela “há consenso que a indústria automotiva está mudando, e o Brasil precisa acompanhar a velocidade destas mudanças”.

Neste ponto recorda que o Inovar-Auto foi fundamental para a obtenção de melhoria de 15,5% na eficiência energética dos veículos brasileiros, “promovendo redução de consumo de combustível”, e que um novo salto a partir do Rota 2030 é imprescindível. “Os avanços não podem parar, não podemos retroceder”.

Independente do desfecho, Gandini

“Todo mundo cedeu um pouco para compor uma política comum. O setor automotivo só será forte se todos trabalharem juntos.”

considera que o Rota 2030 já carrega em si imbuída uma vitória ao reunir, como nunca antes acontecera, múltiplos participantes da cadeia automotiva em torno de um objetivo comum e de longo prazo.

“Tivemos um claro avanço em termos de coordenação de cadeia. Sentaram-se à mesa as fabricantes, importadoras, autopeças, concessionárias, sindicatos, ferramentarias, universidades, órgãos nacionais e internacionais... todo mundo cedeu um pouco para poder compor uma política comum. O setor automotivo só será forte se todos trabalharem juntos. Não podemos ter só as montadoras e os Tier 1 fortes. Todos os elos precisam estar fortes.” ■

Sindipeças: não há risco.

O presidente Dan Ioschpe entende que atraso ou até ausência do Rota 2030 não significa automaticamente um convite para aumento de importação de autopeças

Um sempre sereno [Dan Ioschpe](#), presidente do Sindipeças, vê com até espantosa tranquilidade o atual cenário indefinido para o Rota 2030, ainda que o grupo de número um formado para estruturar os pilares de uma nova política automotiva, de total de seis, tenha tratado justamente do tema Cadeia de Autopeças.

Em seu entendimento, inclusive, pode até ser que tenha sido melhor assim: "Pior seriam deliberações mal feitas para abrigar um calendário artificial. É melhor ter tempo para estudar com a devida cautela todos os aspectos técnicos e impactos das medidas".

LIBEROU GERAL

Um óbvio impacto da ausência de política industrial automotiva no início deste ano, sem que se tenha absoluta certeza de quando ela virá ou mesmo se virá, é a inexistência de qualquer mecanismo determinante ou obrigatório envolvendo certo volume de compras locais de autopeças – lembrando que esta era uma das principais determinações aplicadas pelo Inovar-Auto para que as montadoras ficas-



Christian Castanho

sem livres de arcar com um IPI majorado em 30 pontos percentuais.

Mas Ioschpe não acredita que o Rota 2030 ou sua ausência farão diferença neste ponto específico – e pertinente. Ele contextualiza a situação atual considerando antes que "o Inovar-Auto não foi um regime desafiador para quem já fabricava veículos aqui sob o ponto de vista de compras locais. Ele foi desenhado à luz e semelhança da indústria naquele momento, partindo-se dos índices de nacionalização que já haviam naquele momento."

O raciocínio do presidente do Sindipeças, portanto, aponta que "nada mudou no sentido de compras locais. As empresas não precisaram aumentar em nada seus volumes nacionalizados [devido ao Inovar-Auto] porque a referência partiu do que já era feito".

O dirigente, assim, não vê no fim do Inovar-Auto e na temporária ou até alongada ausência do Rota 2030 um convite automático para que as montadoras aumentem seus índices de peças importadas. "Nunca nos preocupamos em deter importações de autopeças. Temos inclusive uma série de etapas na cadeia que

dependem de importação, ou nas quais é bom tê-la como opção. Nossa defesa sempre foi pela inserção em um mercado global de 94 milhões de veículos produzidos anualmente."

Para Ioschpe "as montadoras preferem fazer compras locais, mas se há um projeto novo que não nasceu no Brasil é normal começar a produção com um índice de importação maior. De qualquer forma não será por causa de um regime X ou Y que alguém vai fazer uma opção não-competitiva".

Ele lembra das questões particulares que envolvem a importação de autopeças, como custos específicos, processos burocráticos, logística, estoque e, é claro, a atual cotação do câmbio.

ADEUS, RASTREABILIDADE

E recorda também outros pontos representativos nesse período de transição: "A rastreabilidade, de qualquer forma, já chegaria ao fim ao término do Inovar-Auto" – este foi um dos itens pelos quais o Brasil foi condenado na Organização Mundial do Comércio, a OMC. "E a mesma situação vale para o IPI majorado em 30 pontos. O que acreditamos é que haverá, sim, aumento das importações de veículos, o que, naturalmente, diminuirá o uso de peças locais. Estamos cientes disso e lembramos que a participação de mercado dos importados saiu de 27% para os atuais 10%."

O Sindipeças calcula que a fatia dos veículos importados termine 2018 em alta próxima a cinco pontos percentuais, ou seja, na casa de 15%. Para as autopeças uma forma de cobrir essa diferença estaria nas exportações, tanto diretas quanto indiretas – ou seja, a partir dos veículos com plaqueta Made in Brazil vendidos ao Exterior pelas montadoras.

Em 2017 os embarques brasileiros de autopeças, para 199 países, chegaram a US\$ 7,41 bilhões, em 13% de crescimento ante 2016. As importações cresceram menos, quase 8%, mas ainda assim somaram US\$ 12,7 bilhões.

"A rastreabilidade e o IPI majorado em 30 pontos, de qualquer forma, já chegariam ao fim ao término do Inovar-Auto"

Sempre calmo – às vezes até irritantemente calmo – Ioschpe também pontua que um dos temas discutidos pelo grupo Cadeia de Autopeças do Rota 2030 estava ligado ao refinanciamento de dívidas, o que acabou se confirmando em iniciativa governamental no fim do ano passado, ainda que não de forma específica para fornecedores.

"Também tivemos neste período a definição do programa de inspeção veicular, que é importantíssimo, e definições em equipamentos de segurança."

Há sim, é claro, alguns pontos ainda obscuros. Um bom exemplo: não foram poucos os fornecedores que aplicaram – ou estão em processo de aplicar – vultosos investimentos de olho nas necessidades presentes e futuras das montadoras para atingir as metas de eficiência energética exigidas pelo Inovar-Auto somadas às que virão, ou ao menos viriam, pelo Rota 2030. Aqui o dirigente considera que "no capítulo eficiência energética os aspectos técnicos tendem a uma resolução rápida. Mas, se estiverem vinculados a incentivos, podem ficar sub judice".

E no que se refere a prazos para que tenhamos ao menos alguma novidade prática do Rota 2030 a partir do Palácio do Planalto, em Brasília, DF, a aposta de Ioschpe se encontra em algum ponto localizado "mais para o final do segundo trimestre do que para o início".

Ele, de qualquer forma, pondera que "nossa principal preocupação é tornar o que se produz no Brasil competitivo para que possamos crescer naturalmente, com menor preocupação com a coisa específica do País e maior no mercado global. É ele o que vale, seja de forma direta ou indireta". ■

Disputa acirrada? Então espere para ver 2018.



2017 foi marcado por brigas intensas pela liderança de vendas em segmentos estratégicos. E a batalha este ano promete ser ainda mais ferrenha

As vendas de veículos voltaram a crescer em 2017, e a alta de 9,2% na comparação com os resultados de 2016 animou as fabricantes a querer mais este ano – tanto que a Anfavea espera que os volumes sejam 11,7% maiores. Para vender mais, afora a ajuda dos fatores econômicos fundamentais para construir cenário mais positivo, no ano passado ficou clara também uma competição acirrada no campo estratégico por angariar mais mercado mantendo, quando possível, posições de liderança em segmentos específicos.

E 2018 tem tudo para acirrar ainda mais essa ferrenha batalha estratégica.

Na categoria de SUV médio, segmento

que ao contrário dos demais não caiu nos últimos anos, as vendas se mantiveram em alta e isso possibilitou a chegada de novos modelos, alguns inclusive com produção local. Em 2017 o que se viu foi uma forte disputa de dois modelos que experimentaram no mercado um período de amadurecimento, cada um a seu modo: o novato Jeep Compass ante o consagrado Honda HR-V, que acabou por ser ultrapassado em volume de vendas no último trimestre do ano e perdeu o posto de líder obtido nos últimos exercícios.

Segundo dados da Fenabrave foram vendidos de janeiro a dezembro 49 mil 187 Compass para 47 mil 775 unidades do concorrente HR-V, que passou a en-





Divulgação/Fiat/Ford/Jeep

frentar também a concorrência interna, ainda que indireta, do WR-V. De qualquer forma o feito do SUV da FCA é relevante considerando-se sua juventude, com pouco mais de um ano de mercado, bem como seus valores de tabela. O que se diz no mercado é que seu sucesso está atrelado à força que a marca Jeep possui no mercado brasileiro – um real sinônimo de veículo off-road.

Os bons números do irmão menor, o Renegade, também ajudaram a pavimentar o caminho do Compass à liderança, tomando volume dos concorrentes.

E ainda há o fato do Compass atuar em um nicho de mercado que estava sem competição havia algum tempo, segundo a FCA. Em 2018 a Ford deve entrar nessa disputa com um modelo baseado na plataforma do Kuga, destinado aos mercados emergentes.

Nos SUVs menores a movimentação também promete ser intensa em 2018 com a consolidação de alguns modelos lançados recentemente. Por enquanto o Renegade segue como líder de um filão que tem como competidores o Ford EcoSport, o Nissan Kicks e o Renault Captur, similares em porte e proposta. Foram vendidos 38 mil 330 Renegade ano passado ante 33 mil 464 Kicks, o segundo em volume.

O grande desafio do Jeep este ano será continuar interessante aos olhos do consumidor mesmo após quatro anos do lançamento, por isso novidades deverão chegar mesmo que modestamente. O Captur pode avançar via versão com câmbio CVT enquanto a Ford terá o EcoSport Storm, novo topo de gama com tração 4x4.

PROTAGONISTAS

Veículo mais vendido do País em 2017, com 188 mil 654 unidades, o Chevrolet Onix pode ser considerada uma boa incógnita para o mercado deste ano. Em termos de rivalidade o Hyundai HB20 promete continuar incomodando, ainda que o Chevrolet tenha a seu favor a versão Joy, com o desenho de carroceria antigo mas preço convidativo.

O Ford Ka terminou o ano à frente do

O HB20 promete continuar incomodando o Onix, ainda que o Chevrolet some a seu favor a versão Joy, com desenho antigo mas preço convidativo

Volkswagen Gol e do Toyota Etios, com 94 mil 458 unidades vendidas no ano passado. A fabricante este ano terá de reforçar sua estratégia frente o crescimento de lançamentos como Renault Kwid: de novembro para dezembro o Ka viu suas vendas caírem de 8 mil 864 unidades para 7 mil 649. Etios, Up! e Kwid, por outro lado, apresentaram alta nas vendas no mesmo período. Contará a favor do Ka neste 2018 a nova versão Freestyle, uma espécie de Kwid da Ford, prevista para o segundo semestre, além de possível oferta de câmbio automático.

OS NOVATOS

Para 2018 o mercado brasileiro tem mais de quarenta lançamentos programados, com destaque para os modelos sedãs e hatchs de Volkswagen, Fiat e Toyota. A Volkswagen quer reconquistar a maior fatia do mercado brasileiro com o novo Polo e o sedã Virtus, ambos apresentados recentemente. Para isso, pretende apostar no design e na segurança do conjunto como fatores que os levarão às graças dos consumidores que buscam um veículo de R\$ 50 mil a R\$ 80 mil.

O Fiat Argo, lançado em junho do ano passado, tem a tarefa de recolocar os negócios da FCA no Brasil em patamar que a empresa acredita ser o seu: o topo. É mais uma oportunidade de colocar à prova a histórica capacidade da empresa de produzir e vender carros compactos. O Cronos, que será fabricado em Córdoba, Argentina, de lançamento previsto para março, terá no tamanho do porta-malas um de seus maiores argumentos e algumas versões provavelmente serão mais

baratas que as equivalentes do Virtus.

Enquanto isso a Toyota correrá por fora com o Yaris, seu meio de caminho na escala do Etios ao Corolla.

PESADOS

Se o mercado de caminhões voltou a crescer em 2017 foi devido ao desempenho das vendas que as fabricantes tiveram no segmento de pesados, que alcançou o maior volume de emplacamentos das categorias que compõem o setor com 18 mil 747 unidades, crescimento de 23,4% na comparação com o acumulado de 2016.

A Volvo fechou o ano como a empresa que mais vendeu pesados, pelos critérios da associação: 5 mil 44 unidades, alta de 18,9% ante 2016. Assim a fabricante de origem sueca conseguiu manter-se no topo ainda que observando a distância para as demais diminuir no retrovisor.

A Mercedes-Benz conseguiu terminar o ano passado na segunda colocação, com 4 mil 914. A Scania, terceira, teve como destaque os emplacamentos do R440, que sozinho respondeu por pouco mais de 3 mil do total de 4 mil 901 pesados vendidos pela empresa.

A MAN foi quarta empresa em volume no segmento no ano passado, com 1 mil 987 emplacamentos registrados, 17,5% mais que o volume de 2016. A fabricante enxerga nesta faixa o nicho onde ainda há espaço para sua operação crescer no País, já que nos demais, julga, seus produtos estão consolidados. ■



Divulgação/GM

ABRA
CAMINHO
PARA
O NOVO.

dentis



PRIUS

SEU PRIMEIRO HÍBRIDO



10 MILHÕES
de veículos híbridos
vendidos no mundo.*



Serviço Toyota

Seu Toyota em boas mãos



TOYOTA

Pensando mais longe

QUER SABER MAIS SOBRE A TECNOLOGIA HÍBRIDA DA TOYOTA?

Acesse: www.toyota.com.br/prius

f /ToyotaDoBrasil

@toyotadobrasil

/toyotabrasil

+toyotabrasil

/toyota-do-brasil



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Além do período de cobertura básica (item 10-2-3 do livrete de garantia), a Toyota do Brasil oferece a garantia de 60 (sessenta) meses para veículos Toyota contra defeitos de fabricação e montagem do sistema híbrido (bateria híbrida, ECU da bateria híbrida, ECU de gerenciamento de energia, inversor com conversor), totalizando oito anos de garantia, desde que realizadas todas as manutenções periódicas na rede de concessionárias autorizadas Toyota. O período de garantia contra defeitos de fabricação ou montagem do sistema híbrido é de oito anos sem limite de quilometragem para veículos cuja nota fiscal tenha sido emitida em nome de pessoa física e de oito anos com limite de 200.000 quilômetros, o que primeiro ocorrer, para veículos cuja nota fiscal tenha sido emitida em nome de pessoa jurídica. O Toyota Prius possui nota A no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do Inmetro. Dados disponíveis em www.inmetro.gov.br. *A Toyota alcançou 10 milhões em vendas globais acumuladas de veículos híbridos em 31/01/2017. Consulte o livrete de garantia ou o site www.toyota.com.br para mais informações. O Toyota Prius vem com tapetes genuínos de fábrica.

A culpa é dos argentinos



A projeção para o aumento das exportações em 2018 é de modestos 5%. É o mesmo índice esperado para o mercado interno argentino, onde de cada dez veículos vendidos seis são *Made in Brazil*

A saída para a indústria automotiva nacional fugir de uma das maiores crises econômicas já vividas estava nos portos. Demorou um pouco mas a estratégia deu certo: batalhando clientes externos desde que os números do mercado interno começaram a minguar, em 2017 o País exportou veículos como nunca, navegando em um novo recorde.

No ano passado foram vendidos mundo afora 762 mil veículos produzidos em território nacional, o que significou crescimento de 46,5% com relação a 2016. Os negócios internacionais renderam US\$ 15,8 bilhões, 23,4% a mais que a média de faturamento para vendas externas observada dos últimos dez anos.

A projeção da Anfavea para 2018 é de

nova alta, 5%, para 800 mil unidades embarcadas. Como referência a estimativa de crescimento da produção é de 13,2% e para o mercado interno, 11,7%.

O índice, porém, parece conservador: a maioria das empresas não pretende pisar no freio na hora de programar os embarques de seus veículos para fora do Brasil. Pode-se recordar, ainda, que as fábricas brasileiras fecharam o ano com ociosidade produtiva na faixa dos 50% – ou seja, ao menos em tese não falta espaço nas linhas de montagem para abastecer o crescente mercado interno sem deixar de lado números mais pujantes também na demanda externa.

A favor de uma projeção mais promissora pesa ainda a entrada em vigor – finalmente! –, em dezembro, do acordo comercial



firmado por Brasil e Colômbia. As empresas brasileiras podem exportar ao vizinho 25 mil veículos com isenção fiscal. De acordo com Antonio Megale, presidente da Anfavea, as vendas para o mercado colombiano devem crescer 50%, de 20 mil unidades em 2017 para 30 mil em 2018. Na ponta do lápis o avanço, se confirmado, representaria sozinho acréscimo de 1,3 ponto percentual no volume total exportado pelo Brasil.

Como um dos fatores que têm ajudado o produto brasileiro a conquistar mercados internacionais Megale cita o câmbio favorável e as novas tecnologias dos veículos nacionais, via Inovar-Auto. Exemplo disso, segundo o executivo, é a expansão das vendas ao Chile, até então bastante fiel a veículos de origem asiática.

A razão principal para a estimativa aparentemente modesta da Anfavea para os embarques em 2018 está no mercado argentino. Depois de um salto de 27% nas vendas internas de veículos em 2017 a Adefa, a associação local dos fabricantes,

projetou crescimento bem menos glorioso, de 5%, para este ano: de 900 mil para 940 mil veículos.

COINCIDÊNCIA MATEMÁTICA

É, assim, exatamente o mesmo índice previsto para a expansão das exportações brasileiras.

Trata-se, podemos chamar, de uma espécie de coincidência com alto grau matemático, já que 69% dos veículos exportados pelo Brasil seguem para a Argentina. Nosso vizinho é, de longe, o maior freguês dos veículos nacionais, muito à frente de México, com cerca de 12%, e Chile, com 5%.

O aumento da demanda argentina no ano passado deveu-se à melhora nos índices econômicos depois de um 2016 com queda no PIB, aumento do déficit fiscal e inflação anual acima de 40%. Apesar do crescimento da indústria automotiva vizinha nos últimos anos, 70% dos veículos vendidos lá em 2017 foram importados. A Adefa acredita que tal proporção se manterá este

ano. O Brasil, diga-se, responde por 58% do mercado argentino – ou seja, de cada dez veículos comercializados no segundo maior país da América do Sul quase seis são fabricados aqui.

Esse percentual, inclusive, está subindo a cada ano: foi de 44% em 2015 e 49% em 2016.

Além do novo fôlego macroeconômico a Adefa cita a melhora do poder aquisitivo do consumidor, a maior oferta de produtos, planos de financiamento mais palatáveis e reajustes de preços abaixo da inflação como os propulsores da disparada das vendas de veículos no país. O fim da restrição à entrada de produtos estrangeiros, assinada ainda no fim de 2015, também permitiu o incremento das exportações brasileiras.

No entanto a redução do ritmo do crescimento da economia argentina projetada para este ano, a inflação ainda na faixa dos 20% e o anúncio pela Casa Rosada, no fim de janeiro, de um aumento do cerco às importações brasileiras acima do limite estabelecido pelo acordo automotivo tendem a inibir as vendas externas das fabricantes brasileiras para lá.

A Adefa, vale dizer, considera o crescimento de 5% como satisfatório em se tratando de um “mercado maduro”.

EMPRESAS QUEREM MAIS

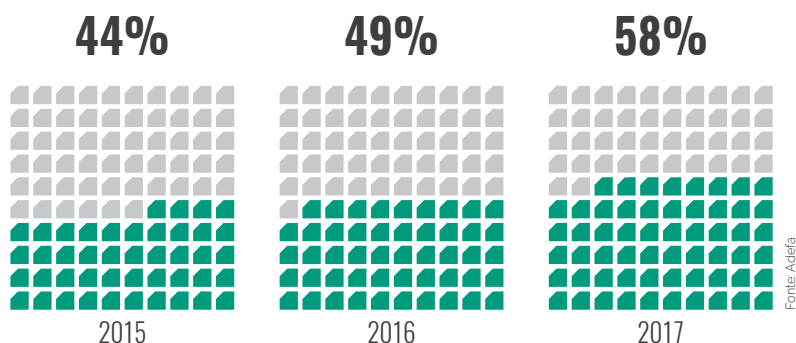
Independente deste cenário as fabricantes de veículos seguem com planos ousados para levar produção além-fronteiras. A MAN, por exemplo, fala em aumentar as vendas para fora do Brasil em até 20% em 2018.

Segundo Roberto Cortes, seu presidente, a alta faz parte de plano de internacionalização da produção da fábrica de Resende, RJ. De 2016 para 2017, com um aumento de 31% nos embarques, a participação da exportação no total produzido ali cresceu de 15% para 25%. “A queda do mercado interno nos fez olhar para fora, mas a internacionalização já era um projeto.”

Além da Argentina, para onde seguiu quase metade da exportação da MAN, México e Chile foram os principais destinos da produção da fábrica fluminense. O

Brasil domina a Argentina

Participação de veículos brasileiros no mercado argentino



caminhão Constellation 17.280 é o grande astro internacional da empresa: com cerca de duas mil unidades vendidas o semipe-sado foi o líder de vendas no mercado argentino. Parte considerável do crescimento projetado para 2018, no entanto, está nas costas da nova linha Delivery, que começa a desembarcar nos países sul-americanos a partir de maio.

O modelo, no entanto, não será exportado para o México – a MAN preferiu produzir o novo caminhão na fábrica de Querétaro, 221 quilômetros ao norte da capital mexicana.

Para conquistar espaço em mercados estrangeiros a empresa orgulha-se de não exportar apenas o que produz, mas também desenvolver produtos pensados para cada destino. Exemplo dessa tática é o Volksbus 14.190 SCD, em configuração específica para atender demandas do transporte de passageiros no México – foi necessário, por exemplo, reposicionar o banco do motorista, que no país acumula a função de cobrador.

A MAN também abriu recentemente uma frente na Nigéria ao fechar acordo com grupo local para montar o Volkswagen Worker em Ibadan. A previsão inicial é de trezentas unidades, com expectativa de superar 1 mil caminhões anuais até 2022.

A Scania brasileira também soube explorar o mercado externo com maestria, em muito por seu sistema global de produção, que lhe permite oferecer os mesmos pro-

É TETRA



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

*Fonte: ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores.



VOLVO FH

O pesado mais vendido do ano.

Obrigado a todos os clientes e parceiros que fizeram da Volvo, pela quarta vez consecutiva, líder de mercado.



Volvo Caminhões. Acelerando o Futuro

duto em qualquer parte do mundo. Isso facilita as exportações a partir de um mercado em baixa, como foi o caso do Brasil nos últimos cinco anos. "As exportações ajudam a superar momentos difíceis de crise econômica", atesta Marcelo Gallao, vice-presidente de logística para América Latina. "Conseguimos tornar flexível a produção nas diversas unidades ao redor do mundo."

Em 2017, com um salto de 42% nos embarques, as exportações para América Latina, África e Ásia responderam por nada menos do que 70% da produção da fábrica de São Bernardo do Campo, SP. Em 2013, quando bateu recorde de vendas no Brasil, a fatia exportada não passava dos 30%. Gallao revela que o direcionamento da produção para o mercado externo não apenas garantiu a manutenção de postos de trabalho como permitiu a contratação de mais quinhentos funcionários em 2017.

A empresa não faz projeções para este ano mas diz estar pronta para aumentar a produção, seja para abastecer o mercado interno ou o externo.

É RECORDE

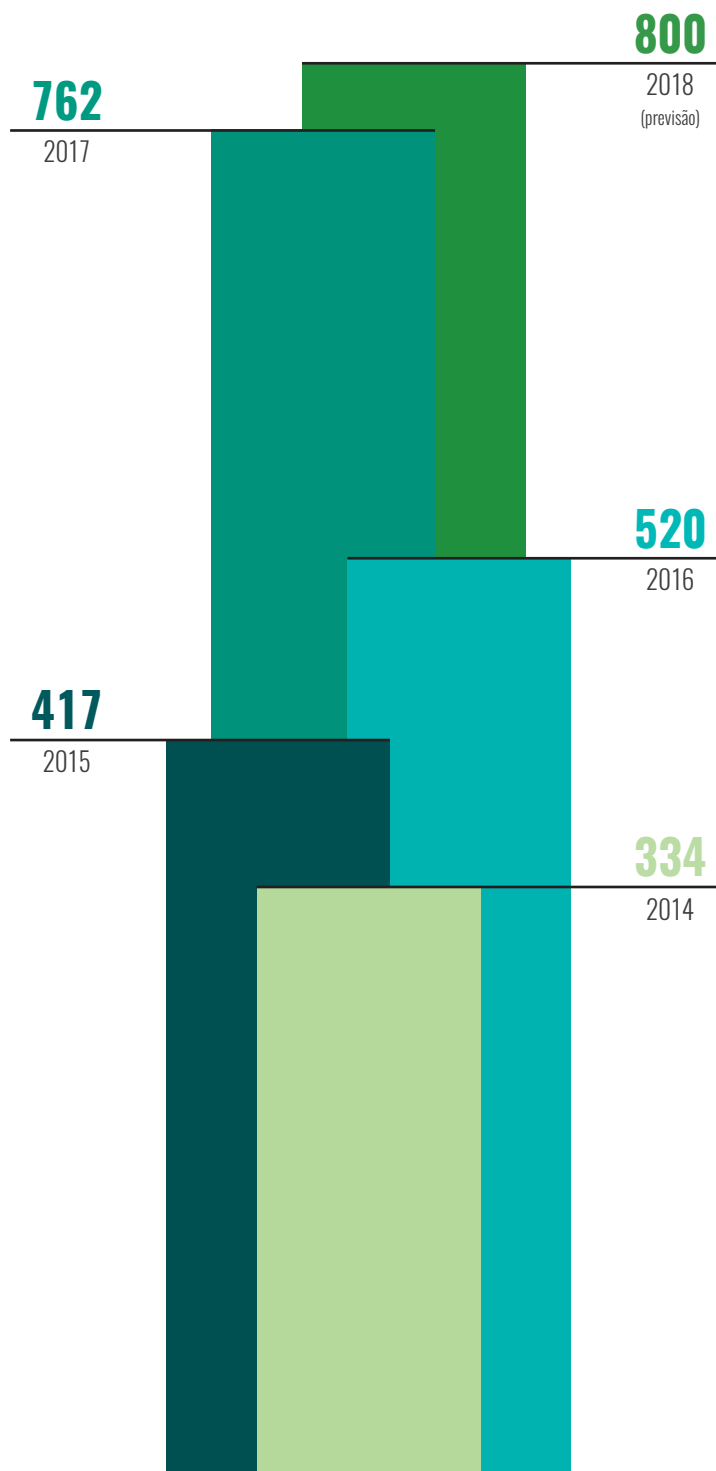
A FCA também bateu seu recorde histórico de exportação. No ano passado mandou para fora do Brasil 145 mil veículos, expansão de 55% em relação a 2016. O melhor ano da empresa, ainda como Fiat, fora o longínquo 1989, com 106 mil 870 vendas externas. Se naquele ano a maior parte dos embarques foi para a Europa no ano passado a Argentina foi o principal destino dos modelos, tanto Fiat como Jeep. Depois vieram México, Chile e Peru.

Segundo Nicholas Parkes, diretor de operações comerciais na América Latina, a Colômbia deve ganhar espaço nos negócios da FCA a partir do próximo ano. "É um mercado consumidor importante e estamos nos preparando para atendê-lo conforme as novas regras comerciais. Será um fluxo crescente, que tende a se intensificar mais a partir de 2019."

O executivo credita o crescimento das exportações ao bom momento atravessado pela Argentina e ao câmbio favorável,

Exportações brasileiras de veículos

Automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus - Em mil unidades



mas também à renovação do portfólio das marcas Fiat e Jeep ocorrida a partir de 2015 com a inauguração da fábrica da empresa em Goiana, PE. Mobi, com 29 mil unidades, Strada, com 22,6 mil, Renegade, com 19 mil, e Toro, com 17 mil, foram os quatro modelos mais exportados pela empresa no ano passado. Com o argumento que a capacidade de produção instalada no País é quase o dobro da produção efetiva, Parkes crê em mais crescimento em 2018.

A GM, líder em vendas na América do Sul há 17 anos, fala em aumentar suas exportações de 15% a 20% em 2018, índice bem superior ao projetado pela Anfavea. Carlos Zarlenga, presidente da empresa, inclusive, defende uma mudança nas regras para que as plantas sul-americanas possam traçar estratégias comuns e passem a produzir veículos com as mesmas especificações.

"O cenário atual nos obriga a ter de 20% a 25% mais partes em um carro do que se o produto tivesse uma mesma e única especificação. Isso dificulta o controle do inventário e complica a logística de peças. Poderíamos ser bem mais eficientes com um mercado comum."

DO IRAQUE AOS ESTADOS UNIDOS

Uma grande responsável pela expansão das exportações brasileiras de veículos foi a Volkswagen. Com crescimento de 52% em relação a 2016, embarcou 163 mil 306 veículos em 2017 – o que equivale a 21,4% do total.

A Volkswagen, diga-se, é a maior exportadora da história da indústria automobilística. Desde 1970 já despachou mais de 3,5 milhões de veículos para 147 países – do Iraque aos Estados Unidos, da Ucrânia ao Turcomenistão. No ano passado, quando vendeu para 15 países, todos na América do Sul, América Central e Caribe, a empresa foi pela 14ª. vez consecutiva a líder de vendas na Argentina, com 93 mil 981 unidades vendidas.

"O desempenho é fruto da estratégia de regionalização das operações", alega Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen na região.

A região criada pela Volkswagen con-

grega 29 países das Américas do Sul e Central e do Caribe. Nessa lista estão os poderosos Argentina e Brasil, mas também os pequenos Guatemala, Curaçao, Jamaica e Cayman.

Segundo Thomas Owsianski, primeiro vice-presidente executivo e vice-presidente de vendas e marketing, o desenho da nova estrutura, criada em 2016, permitiu atuação mais ativa nas decisões voltadas aos mercados da região. "A Volkswagen otimiza sua estrutura de custos, estabelece posicionamento adequado de mercado e assume mais responsabilidade."

O carro-chefe da empresa segue sendo o Gol. Com 73 mil 848 unidades exportadas o hatch mostra que, a despeito dos 37 anos de vida, ainda tem bastante mercado também fora do Brasil. Aqui foi o quarto mais vendido em 2017, com 73 mil 919 unidades.

Nas segunda e terceira colocações do ranking de expatriados VW em 2017 estão Voyage, 24,8 mil, e Saveiro, 24,2 mil. Na quarta posição o Up, com 20,8 mil.

Para 2018 a entrada em campo do novo Polo tende a elevar os volumes de exportação da fabricante: até janeiro, com poucos meses de vida, já soma 7 mil unidades enviadas para fora do Brasil.

Outra carta na manga da Volkswagen é o Virtus. "Vamos ampliar ainda mais a nossa gama de produtos para outros mercados", destaca Owsianski. Os dois são produzidos sobre a plataforma MQB, em São Bernardo do Campo, SP. Apesar de modelos globais, receberam design exclusivo inspirado em pesquisas com clientes da região. Ou seja, a ideia desde o primeiro rabisco do projeto era, de fato, exportá-los.

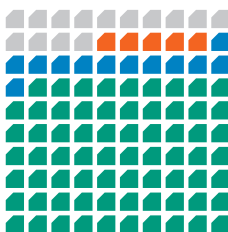
O crescimento projetado pela Volkswagen está distante da estimativa da Anfavea: Owsianski fala em exportar quase 190 mil veículos em 2018, ou alta de 15% ante 2017. "Mesmo com a retomada do mercado interno nosso objetivo é continuar avançando nas exportações, agora apoiados na nova estrutura regional criada pela empresa."

Assim, no que depender da VW e de outras tantas empresas, poderemos ver em breve a Anfavea refazer suas projeções de exportação. Para cima. ■

Os maiores clientes brasileiros

Argentina México Chile

69% 12% 5%



Fonte: Anfavea

A primazia global de produzir e lançar com exclusividade o Virtus quer dizer muito sobre a nova Volkswagen do Brasil. A começar pela excelência na produção desse sedã na fábrica Anchieta, São Bernardo do Campo, SP: R\$ 2,6 bilhões revitalizaram a histórica unidade, que atualmente trabalha em três turnos com tecnologia de manufatura de ponta. E produzindo dois novos produtos mundiais que, espera a VW, ajudarão a retomar a liderança no Brasil e o protagonismo na América Latina e Caribe, a região SAM, com 29 países.

O Virtus é apenas o segundo de vinte modelos que serão lançados no Brasil nos próximos dois anos, muitos deles inéditos – como o T-Cross, o primeiro SUV nacional da VW (veja box). O aporte total, R\$ 7 bilhões de 2016 a 2020, demonstra a importância do Brasil, terceira maior operação global, nos planos Volkswagen.

“Estamos nos preparando para reto-

As virtudes do Virtus

Em latim o nome do novo sedã significa virtude e poder, duas associações que fazem muito sentido na estratégia VW de retomar a liderança de vendas no Brasil



Divulgação/VW

mar o protagonismo de um passado não tão distante. Por isso, além da ofensiva de produtos e um novo posicionamento da marca com os clientes e os funcionários, já estamos trabalhando para tornar viável o próximo ciclo de investimentos", revela Pablo Di Si, presidente para o Brasil e América do Sul.

CRESCER NAS AMÉRICAS

Além do mercado interno, o maior exportador da indústria automotiva brasileira está direcionando seus esforços para ganhar participação em mercados que algum tempo atrás não tinham tanta relevância na estratégia da companhia. Além de produtos inéditos, como Polo e Virtus, mudança conceitual importante é a forma como as equipes estão debruçadas no crescimento da marca em outros países:

"Temos um núcleo reunido em São Bernardo do Campo que estuda e define o portfólio para cada país da região, além de trabalhar outros atributos como o desenvolvimento da marca, a rede de concessionários, a forma como os veículos são vendidos para aquele cliente específico e como será o atendimento pós-venda. Podemos dizer que é um olhar customizado para cada especificidade", explica Thomas Owsianski, vice-presidente de vendas e marketing para a América do Sul.

Em 2017 as exportações da VW chegaram a 163,3 mil unidades, salto de 52% ante 2016, acima da média da indústria, 46,5% e maior volume da história, 762 mil unidades. Di Si espera que o Virtus possa contribuir para aumentar o volume de embarques VW em 2018. "Estou otimista, acredito que fecharemos novos acordos de exportação este ano em todo o mundo."

A estratégia de exportação da VW não se resume aos veículos prontos: não só a Anchieta mas todas as fábricas da companhia no Brasil também estão capacitadas a fornecer componentes para o resto do mundo. O primeiro caso é a exportação de motores EA211 1.4 TSI produzidos em São Carlos, SP, para equipar Jetta, Golf e Golf Variant feitos no México. Um contrato de



Plataforma MQB
sustentará também boa
parte da estratégia local
Volkswagen para SUVs

250 mil motores brasileiros que serão exportados até 2020.

Di Si também comemora ainda um segundo contrato de motores a partir de São Carlos, este com a Alemanha, a partir de 2019. Ainda estão em definição volumes e prazos de fornecimento.

CRESCER NO BRASIL

A expectativa da VW é ambiciosa com o Virtus: "Queremos ser líderes no segmento de sedãs compactos premium". Nessa conta Di Si considera que as três versões do Virtus, MSI 1.6, Confortline e Highline 200 TSI, possam disputar clientes que vão desde os sedãs de entrada, como Hyundai HB20S, até os médios, como Toyota Corolla e também o próprio VW Jetta.

Assim, a matemática do executivo resulta em até três mil Virtus negociados ao mês. Contando com o novo sedã e o bom desempenho do Polo, Di Si abre um enorme sorriso de otimismo quando o tema são as previsões para 2018.

"No último seminário de AutoData [em outubro de 2017] estimei um crescimento do mercado total em 10%. Creio que foi uma projeção conservadora. Ali eu estava há uma semana no Brasil, tinha acabado de chegar. Agora, passados alguns meses, acredito em incremento de até 15% este ano, com a VW crescendo mais que a média do mercado. Com o Polo e agora o Virtus vamos buscar a vice-liderança de vendas em 2018".



SEDÃ BRASILEIRO

O Virtus é mais um fruto da versátil plataforma MQB, que lhe confere ótimo espaço interno por conta da distância entre-eixos de 2,65 metros – exatamente a medida do Jetta e 8,6 cm além do Polo – e um dos maiores porta-malas da categoria, com 521 litros.

O design, criado especificamente para agradar o consumidor brasileiro, é assinado pela equipe liderada por José Carlos Pavone, chefe da área para América do Sul. Pavone e seu irmão gêmeo, Marco, construíram carreira na Volkswagen do Brasil – Marco Pavone é hoje o chefe de design exterior da VW no mundo.

Tudo bem que Pavone, líder do projeto, repetiu a dianteira do Polo no Virtus. O conjunto é que vai entrar na conta do cliente na faixa dos 40 anos, de acordo com estudos da fabricante. Um público até mais jovem pode encontrar no Virtus as virtudes esperadas para seu próximo carro novo. À primeira vista, o design realmente aguça a curiosidade.

Outro forte argumento é a segurança. No mesmo dia do lançamento foi divulgada a avaliação do Latin NCAP para o sedã, e a nota foi de cinco estrelas para todos os ocupantes. Nesse quesito a construção, compartilhada com o Polo, dono da mesma nota, adicionada de todos os equipamentos de segurança ativa e passiva de

Serão mais dezoito lançamentos VW aqui até 2020: onze fabricados no Brasil, dois na Argentina e cinco importados



VW E NEO RODAS. PRODUTOS DESENVOLVIDOS
NO BRASIL, PARA O BRASIL E PARA O MUNDO.



VW Divulgação

ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686

BEM-VINDO NOVO VW VIRTUS.

neo
RODAS

www.neorodas.com.br



série, evidencia um novo padrão para os carros fabricados no País.

Ele também é o primeiro VW nacional a contar com um manual cognitivo: aplicando inteligência artificial com tecnologia IBM Watson – capaz de aprender com as perguntas e cruzamento de informações – esse sistema responde ao usuário questões sobre o veículo, incluindo todas as informações contidas no manual do proprietário, um primeiro passo para tornar o livreto provavelmente ultrapassado em alguns anos.

Para os fissurados em tecnologia esse manual cognitivo, associado à boa oferta do pacote de conectividade, herdado do Polo, pode ser um argumento e tanto de compra.

São três versões as do Virtus que che-

gam às lojas no início de fevereiro: MSI 1.6, a partir de R\$ 60 mil, Confortline 200 TSI, abrindo em R\$ 73,5 mil, e Highline 200 TSI, que começa em R\$ 80 mil. Com opcionais como o painel de instrumentos digital os preços podem aumentar em até R\$ 5 mil.

O conjunto da obra, como foi ressaltado durante a apresentação de lançamento, pode levar o Virtus ao topo da preferência nacional no que diz respeito a sedãs. Como argumentos de venda estão motores eficientes e desempenho digno da linhagem VW, construção primorosa, espaço, tecnologia e personalidade.

A expectativa da Volkswagen do Brasil no que diz respeito à preferência do consumidor dentro do mix ofertado é a de que as versões com motorização 200 TSI sejam as mais procuradas. ■

Os últimos poderão ser os primeiros

O ciclo de renovação do portfólio da VW é longo e posicionará a fabricante em 92% da oferta de modelos de veículos no País em 2020. Atualmente a VW está ausente em 30% do total dos diversos segmentos que compõem o mercado nacional, como, por exemplo, o dos SUV compactos.

Mas isso vai mudar: "Teremos o maior portfólio de SUVs do mercado", afirma Pablo Di Si, que reconhece escorregada na estratégia da fabricante em ficar ausente desse segmento até agora.

Dos vinte SUVs que serão lançados globalmente pela VW até 2022 cinco virão ao Brasil. O primeiro é o Tiguan Allspace, versão de sete lugares que será importada do México no primeiro semestre. A partir de agosto terá início a produção do compacto T-Cross em São José dos Pinhais, PR, com apresentação



já agendada para o Salão do Automóvel, em novembro. Está nos planos a produção de outro SUV inédito na Argentina para o segmento acima dos compactos, o Tarek. Ainda não ficou claro se ele chega este ano ou em 2019, mas é certo que será produzido na plataforma MQB – a mesma de Polo, Virtus e T-Cross. Um SUV ainda menor, também criado a partir da MQB, pode ser o quarto elemento dessa ofensiva, segundo Di Si.

Completa o quinteto um SUV grandalhão que vai substituir o Touareg. Especula-se que o Atlas, desenvolvido para o mercado estadunidense, deva ser o escolhido.

"Até 2021 os SUVs devem representar de 25% a 30% das vendas totais, e estaremos muito bem posicionados para oferecer diversas opções ao consumidor." Atualmente a venda de SUVs no Brasil corresponde a 20% do mercado interno.

E-MOBILITY

100%



CARREGADO COM A INTELIGÊNCIA DE UM LÍDER EM TECNOLOGIA.

COMO LÍDER EM TECNOLOGIA E PARCEIRO DO MERCADO, A FREUDENBERG-NOK SEALING TECHNOLOGIES ESTÁ DEFININDO OS NOVOS PADRÕES PARA APLICAÇÕES SOFISTICADAS EM TECNOLOGIA DE VEDAÇÕES E MOBILIDADE ELÉTRICA, ALÉM DE OUTROS CAMPOS.

COM OS SEUS MATERIAIS ÚNICOS E EXPERTISE EM TECNOLOGIA, A FREUDENBERG-NOK SEALING TECHNOLOGIES ESTÁ PRONTA E EQUIPADA PARA OS DESAFIOS À SUA FRENTE.

SAIBA MAIS EM WWW.FST.COM/EXPERTISE/E-MOBILITY

FREUDENBERG-NOK
SEALING TECHNOLOGIES

FREUDENBERG-NOK
INNOVATING TOGETHER

CORTECO
Divisão de Reposição

Aposta em híbridos aos 60

Aumento das exportações também está na mira da unidade brasileira da Toyota, a primeira estabelecida fora do Japão, em 1958

Ao completar 60 anos de operações no Brasil a Toyota quer ser mais jovem do que nunca. Para isso se prepara para grandes mudanças que acontecerão no setor automotivo nos próximos anos: para [Steve St. Angelo](#), CEO América Latina e Caribe, a indústria hoje já não é nem mais a mesma do ano passado.

"As mudanças estão acontecendo rapidamente e não podemos ter medo. Vamos trabalhar para que o impossível se torne possível".

Para isso haverá carona nos desenvolvimentos globais de motorizações elétrica e híbrida.

"Até 2025 todos os nossos modelos terão uma versão híbrida e cada país deverá optar pelo modelo mais vendido em seu mercado para assumir esse papel", revela o CEO, que acredita em lugar garantido para este futuro também na América Latina.



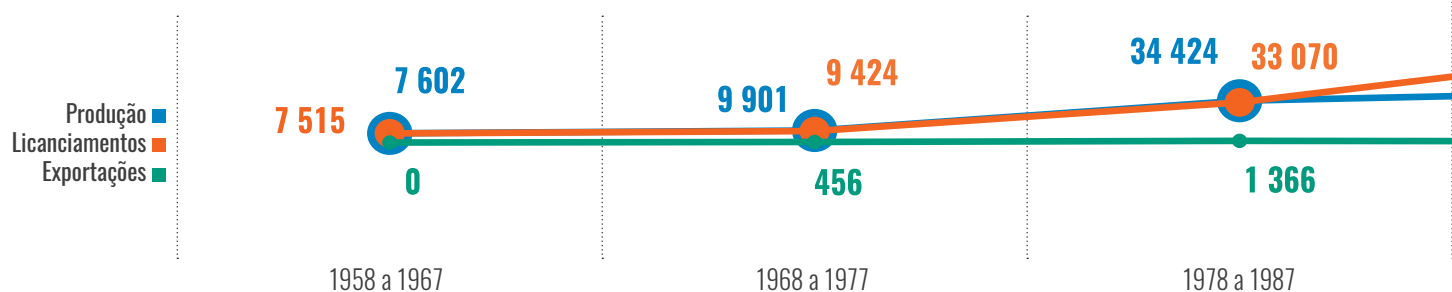
Simão Salomão

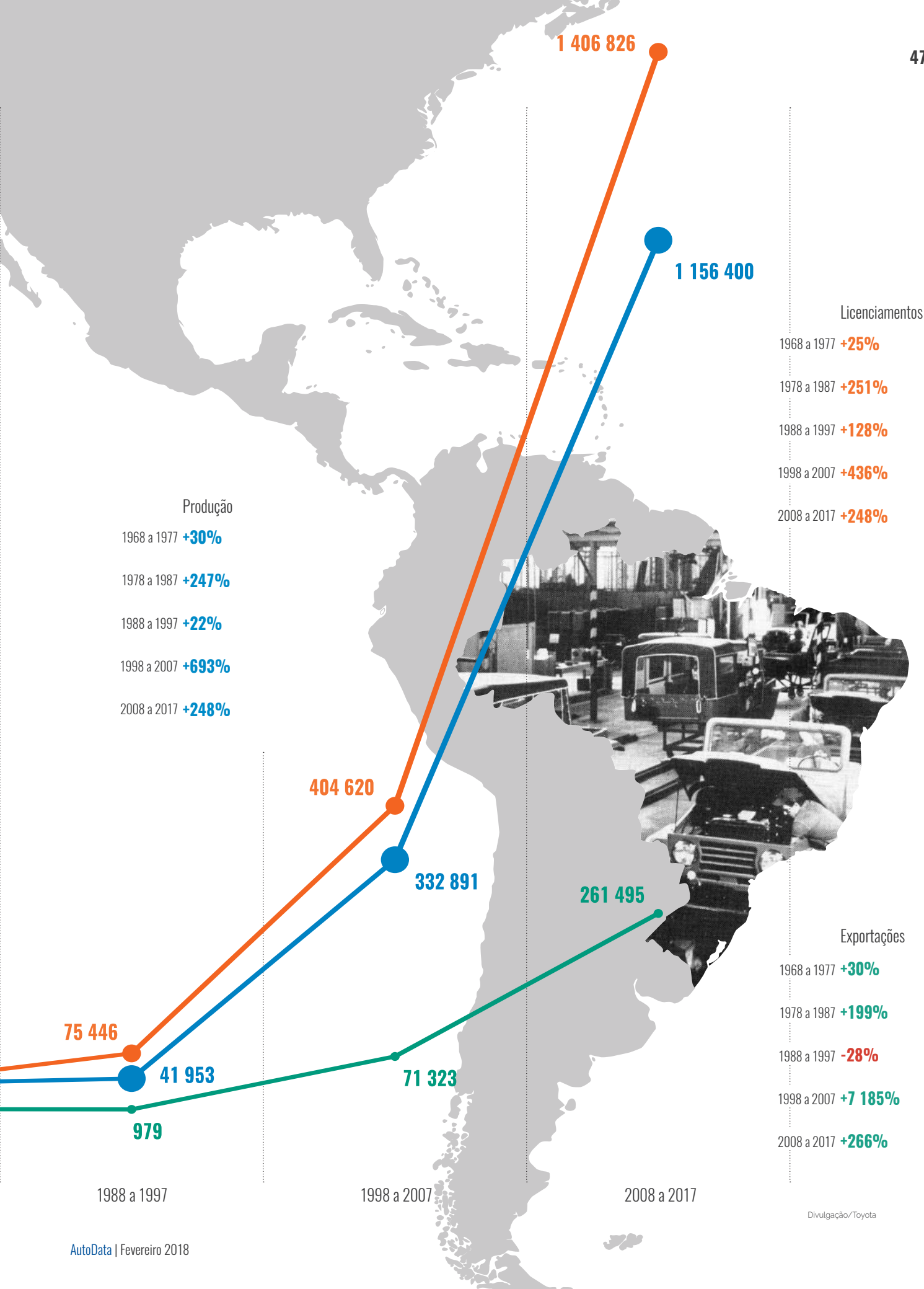
"Vejo o híbrido como a melhor solução para os próximos anos na América Latina, pois eles não consomem energia elétrica externa e assim não sobrecarregam as redes, além de dispensar infraestrutura própria e, portanto, também a necessidade de investimentos imediatos. A partir disso as empresas podem trabalhar para, depois, partir para oferta de veículos 100% elétricos com infraestrutura dedicada."

Seguindo esta premissa os testes com o Prius híbrido em versão flex já começaram no Brasil. O modelo usa como base o modelo importado adicionado de modificações da engenharia local – a Toyota estima apresentar em março um protótipo.

O CEO adianta que "os híbridos flex serão os veículos mais limpos do mundo nesta categoria, e a tecnologia será desenvolvida no Brasil. A grande dificuldade é a questão do consumo, porque não

A escalada Toyota no Brasil em seis décadas (em unidades)







1958
Escritório e montagem de veículos em São Paulo, Capital



1962
Fábrica de São Bernardo do Campo, a primeira fora do Japão



1993
Início das importações com Camry, Corolla, Lexus, Hilux e Previa



1998
Fábrica de Indaiatuba, SP, para produção do Corolla



2016
Fábrica de motores de Porto Feliz, SP, 1,3L e 1,5L para o Etios



2012
Fábrica de Sorocaba, SP, para produção do Etios

podemos ter um híbrido flex com números muito diferentes daqueles da versão com motor de combustão a gasolina".

O Prius hoje importado e vendido no Brasil poderá em breve chegar às lojas com redução de preços, graças a uma possível redução do IPI de 25% para 7% em gestão no governo federal.

COLÔMBIA E CHILE

Ao mesmo tempo em que sopra as 60 velinhas a Toyota brasileira também faz planos para aumentar sua participação em alguns mercados da América do Sul. O Corolla fabricado em Indaiatuba chegará à Colômbia em março e o Chile também está no radar. De acordo com Ricardo Bastos, diretor de comunicação, "estamos trabalhando para conseguir lançar no Chile um produto competitivo, lembrando que o país tem forte presença das marcas asiáticas. É uma meta e um desejo, mas que ainda não têm prazo para acontecer".

Estes planos farão com que os investimentos prossigam: "O setor automotivo vive de aportes e com a Toyota não é diferente. Temos planos de investir mais no Brasil nos próximos anos", garante Bastos.

Boa pista neste caminho é a atual limitação da capacidade produtiva – tudo que é produzido é vendido. Por isso há estudos para um terceiro turno na fábrica de So-

rocaba, SP, onde é fabricado o Etios, o que mesmo assim não seria suficiente. Bastos alega que "para resolver essa questão será necessário um novo investimento, e o terceiro turno tem um custo bem menor. Servirá para a Toyota entender melhor a demanda e definir um novo aporte para produzir mais no Brasil".

Em setembro a companhia anunciou investimento de R\$ 1,6 bilhão para fabricar o Yaris em Sorocaba já neste ano e para aumentar a capacidade da fábrica de motores de Porto Feliz, SP, de 108 mil/ano para 174 mil/ano.

As vendas diretas também são um segmento que a Toyota estará de olho nos próximos anos: pretende fazer crescer a participação em seu total particular dos atuais 21% para até 25% – ainda assim longe da média do mercado, 40%. Para isso, além das locadoras, pretende estimular mercados de frotistas e taxistas. ■



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

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

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

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

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

DISTRIBUIÇÃO PARA:



Empresas de transporte de passageiros



Cadeia produtiva (montadoras, encarroçadoras, distribuidores e representantes)



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



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



Assinantes e agências de publicidade

PARA ANUNCIAR LIGUE:

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



Divulgação/Opel

Carro, fonte de dados. Dados, fonte de receita.

O setor automotivo no mundo todo atualmente testemunha boquiaberto a velocidade com que novas tecnologias e modelos de negócios são adotados. Ou, em outras palavras, como se tornou urgente impor mudanças estruturais que décadas atrás ocorriam de maneira muito mais lenta.

O mercado mudou e exige das empresas mais do que novos produtos e, neste ponto, analistas são categóricos em um único sentido – quem não se adequar per-

Estudo da KPMG que analisa as tendências do setor automotivo até 2025 aponta que fabricantes precisam buscar receitas além da venda do veículo e apostar em células de combustível

derá espaço em meio a uma competição acirrada.

Em sem-fim de ideias, protótipos e movimentações de aquisição que hoje pairam sobre o setor, há pilares que são considerados mais urgentes no que diz respeito à sua adoção por parte das empresas. A mudança, hoje, é vista como algo para se tornar realidade em médio prazo, e basicamente passa principalmente por dois vetores: powertrain e serviços.

"O setor automotivo passa por um momento de revolução e tem a vantagem de acontecer agora, depois de outras indústrias, que passaram por suas revoluções mais cedo, erraram e acertaram. Para evoluir, ele precisa beber da história das outras", afirma [Ricardo Bacellar](#), consultor para o setor automotivo da KPMG.

A consultoria concluiu recentemente a edição 2018 da pesquisa Global Automotive Executive Survey, à qual **AutoData** teve acesso com exclusividade. O trabalho é fruto de respostas de mais de novecentos executivos do setor, de 43 países. Na edição deste ano Bacellar aponta que os caminhos sugeridos às empresas não são exclusivos às fábricas instaladas no mundo desenvolvido, mas a todos os países.

"O Brasil já não está mais isolado tecnologicamente do resto do mundo: basta observarmos que as fábricas aqui produzem veículos globais. Há questões importantes a serem vistas, inclusive aquelas onde o País pode ser protagonista no mundo todo."

POWERTRAIN

Segundo o estudo da KPMG os veículos elétricos movidos por célula de combustível substituirão os veículos elétricos de bateria até 2025. O parecer da pesquisa pode gerar surpresa, vez que ainda há amplo desenvolvimento de veículos elétricos movidos a bateria por parte das montadoras. Recentemente a Tesla, espécie de ícone da eletrificação por bateria, sinalizou que pode fazer negócios no Chile como forma de ficar mais próxima das fontes de lítio, principal matéria-prima das baterias. Na China, país que cada vez mais abriga entusiastas de projetos de veículos elé-

tricos, há o aval do governo para que se aporte recursos de forma deliberada a fim de reduzir dependência das importações de petróleo.

O consultor considera que apesar dos movimentos atuais direcionados à eletrificação por meio de baterias com o tempo a indústria verá que a forma mais sustentável, do ponto de vista de negócio, é a tecnologia de células de combustível.

"Há problemas na demanda por lítio, nas questões que envolvem sua exploração e no ritmo do avanço do desenvolvimento das próprias baterias. As fabricantes podem entrar em um processo longo, mais lento que a velocidade da demanda por veículos sustentáveis, e há o risco de surgirem outras empresas, de outras indústrias, para fazer esse serviço, oferecendo soluções mais vantajosas."

Também segundo a pesquisa o item 'Mobilidade por meio de célula de combustível' foi o mais lembrado pelos executivos entrevistados. Em 2014, aponta o estudo, este foi apenas o sexto item mais presente nas discussões dos gestores. Neste sentido, afirma Bacellar, um cenário que se mostra amigável às células de combustível pode ser favorável ao Brasil e proporcionar às empresas instaladas aqui uma oportunidade talvez única:

"Imagine um panorama onde o Brasil se posicione, no futuro, como o primeiro mercado onde foi desenvolvida uma tecnologia de célula de combustível movida a etanol. Já sabemos como fazer o combustível, e cabe à indústria local se movimentar no sentido de criar meios para desenvolver essa tecnologia. Mais uma vez: se demorarmos surgirão outros países a assumir esse papel, como os Estados Unidos".

O consultor acredita que o movimento de popularização das células de combustível, uma tecnologia que ainda é pouco conhecida e disseminada no mercado, não se dará por meio dos esforços de uma única empresa, mas sim a partir de ação organizada de forma conjunta. "A Toyota, por exemplo, é uma empresa que está à frente das demais no desenvolvimento das células, mas não conseguirá massificá-la



João Mantovani



Estudo aponta que os elétricos movidos a célula de combustível tomarão o lugar dos movidos a bateria em alguns anos

sozinha. É preciso que haja um consenso no setor, no qual as empresas enxerguem que se beneficiarão atuando juntas”.

SERVIÇOS

Carros conectados, igualmente tema que ganhou força no setor automotivo, é outro pilar que pode definir a configuração do mercado para os próximos anos. É neste ponto que o estudo traça um ambiente mais próximo ao que vemos hoje: exploração de serviços por meio dos dados que um veículo ou motorista possam oferecer às montadoras. Eles carregam enormes oportunidades para futuros modelos de negócios no ecossistema de mobilidade.

A busca pela rentabilidade fora do negócio padrão de produzir veículos deve gerar, segundo o consultor da KPMG, um processo inevitável de fusões e aquisições com empresas que atuam na área da tecnologia da informação.

Ainda que o movimento seja considerado normal, o consultor diz que as montadoras devem se posicionar à frente dos modelos de negócios baseados em serviços. Do contrário deixarão escapar receitas importantes geradas a partir dos veículos:

“Um carro hoje em dia gera uma série de dados que não são aproveitados pelas montadoras, mas por outras empresas que utilizam a plataforma veicular sem pagar por isso. Um exemplo são os aparelhos por

meio do qual é possível pagar pedágios eletronicamente. Temos neste caso uma empresa faturando sobre o produto de outra. Mais: ficam com ela os registros de dados importantes, não com a montadora”.

O consultor cita, como exemplo do que pode acontecer até 2025, o caso das operadoras de telecomunicações na época do advento da comunicação por voz em outras plataformas.

“São as empresas chamadas over-the-top, que usam a estrutura de outras para operar. A operadora de telefonia não consegue mais receita com isso além dos dados que o usuário consome no celular para enviar uma mensagem de áudio. Enquanto isso, quem arcou com os custos operacionais, antenas, cabos etc? Nos veículos acontece o mesmo. Outras empresas utilizam o veículo como base para oferecer serviços, e este papel deveria ser desempenhado pelas montadoras”, afirma Bacellar, que aponta os sistemas de infotainment como ponto de partida para as fabricantes passarem a obter receita a partir de serviços.

“Serão cada vez mais comuns veículos com telas no painel. Qual serviço ou quais parcerias as fabricantes vão fazer para oferecer conteúdo ali?”

A pesquisa da KPMG mostra ainda que, sobre o tema, mais de 80% dos executivos estão convencidos de que os dados gerarão futuros modelos de negócios. Analisando os resultados por região, executivos da China concordam em mais de 90%, enquanto na Europa a taxa de aprovação dos serviços via dados é de 76%.

O estudo mostra também que no modelo de negócios baseado em ativos de hoje os fabricantes ganham a maior parte de seus lucros no ponto de venda, e não durante o ciclo de vida do carro. Os fabricantes de veículos premium, por outro lado, geram margens elevadas na loja e ao longo do ciclo. “É um exemplo que deve ser seguido pelas fabricantes que possuem um maior volume de venda. Se conseguirem inserir lugar dentro dos próprios carros que vendem, poderão aumentar muito mais as receitas.” ■

QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



Médicos Sem Fronteiras é uma organização médico-humanitária internacional independente. Levamos ajuda médica às pessoas que mais precisam, sem distinção étnica, religiosa ou política. Trabalhamos em mais de 60 países, em situações como catástrofes naturais, desnutrição, conflitos armados e epidemias.

Para isso, dependemos da ajuda de pessoas como você! Sua doação mensal vai nos permitir agir com rapidez nas emergências, em que cada minuto faz a diferença entre a vida e a morte. **Com R\$ 1 por dia** durante um mês, vacinamos 37 crianças contra o sarampo. **Com apenas R\$ 30 por mês**, você nos ajuda nos atendimentos médicos, a realizar partos e fazer campanhas de vacinação.

© Samuel Hauenstein Swan

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

Seja um Doador Sem Fronteiras!
Doe assim que chegar ao seu destino.
Acesse msf.org.br



Prêmio Nobel da Paz 1999

BRILHO AINDA SILENCIOSO



Divulgação/NAIAS

Em Detroit o rock só apareceu no fim da tarde. Antes a cena foi toda do Mustang Bullitt.

A tradição do Salão de Detroit sempre uniu luzes e música em doses generosas. A crise de tantos anos forçou o bulício à aposentadoria: houve salões tão macambúzios que é melhor esquecer. Mas o deste 2018, também no Cobo Hall, se foi quase silencioso ao menos teve brilho – luzes não faltaram e isso prenuncia algo próximo da volta a melhores tempos.

Tudo começou no domingo à tarde, quando a Ford apresentou o novo Edge ST, a nova Ranger e o seu Mustang Bullitt.

Bill Ford e Jim Hackett, CEO e presidente mundial da Ford, conduziram as apresentações. O Edge ST é o primeiro SUV Ford mexido pela sua divisão Performance, de veículos de alto desempenho, a nova Ranger também é exclusiva para o mercado dos Estados Unidos e o Bullitt uma versão

limitada do Mustang em homenagem aos 50 anos do clássico filme estrelado por Steve McQueen: motor V8 5.0 de 480 cv que permite máxima de 262 km/h.

Nem sempre o Salão de Detroit mostra surpresas que chegarão ao consumidor brasileiro. Desta vez o novo Volkswagen Jetta certamente será exceção: mostrado com motor 1,4L tem câmbio de oito marchas e design traseiro que remete ao sedã Virtus. Tiguan, importado do México, chegará ao Brasil ainda neste semestre, e o SUV Atlas, produzido nos Estados Unidos, será lançado no País até dezembro.

Quem fez mais festa na manhã da segunda-feira foi o Grupo BMW, pelos seus resultados do ano passado: alta rentabilidade, com 8% a 10% de taxa de retorno, com a produção recorde de pouco mais de 2,4

milhões de unidades no mundo todo. Renovou seus Mini hatch e cabrio e, por meio de comunicado, anunciou suas chegadas ao Brasil no segundo semestre.

Também na segunda-feira foram anunciados o carro, o utilitário e a picape do ano: respectivamente Honda Accord, Volvo XC60 e Lincoln Navigator.

No dia seguinte, pela manhã, 9 graus negativos na rua e, dentro do Cobo Hall, havia luzes e a temperatura era morna, quase doméstica. Até que a Ford fez a apresentação do cupê fastback Mustang Shelby GT 500, com motor V8 de 700 cv, que chega ao mercado da América do Norte no ano que vem: parece que a alegria que estava no ar foi apanhada com as mãos pelos que estavam em terra ao som da banda de rock local Flint Eastwood – uma grande farra em torno de um belo carro.

FLAT ROCK

Essa versão quente desse Ford histórico será produzida perto de Dearborn, em Flat Rock, em fábrica originalmente Ford, de 1972, e depois repassada para a Mazda, que a ocupou até 2004. Nas suas linhas correm, hoje, as versões do próprio Mustang e as do Lincoln Continental.

Ou seja: é planta acostumada com certo luxo e grandeza, com esportividade e classicismo – e com tecnologia avançada. Trabalha em dois turnos e seu ritmo atual de produção é de doze carros a cada 10 minutos, 1 mil 152 unidades por dia. Tem razoável nível de automação nas tarefas fabris básicas e a alta demanda mundial por Mustang garante o seu brilho e sua longa vida.

O Shelby GT 500 será o mais potente carro Ford homologado para andar nas ruas: tem turbo superalimentado e o dobro da potência do primeiro Shelby, de 1967. Foi desenvolvido pela Ford Performance, divisão da companhia encarregada de veículos de alto desempenho.

Também no fim da tarde a Ford anunciou oficialmente o crescimento de seu investimento em pesquisa e desenvolvimento de veículos elétricos, para US\$ 11 bilhões até 2022. No domingo Bill Ford,

presidente do conselho da empresa, em seu discurso de apresentação, fizera rápida referência a essa nova atitude de investimento – que contrasta com os US\$ 4,5 bilhões anunciados em 2015 para o período até 2020. Implica o lançamento de “quarenta modelos híbridos ou totalmente elétricos em nossa linha global”.

Dezesseis desses novos modelos serão totalmente elétricos e os outros híbridos plug-in. Um deles será um utilitário esportivo para o qual a companhia pretende alto desempenho, o Mach 1.

Do ponto de vista dos produtos a apresentação do Jeep Cherokee 2019 foi a salvação dos jornalistas nesse último dia do salão dedicado à imprensa: ganhou dianteira nova, mais equilibrada. A FCA ainda negocia, internamente, a possibilidade de que seja exportado para o Brasil a partir do México – a mesma situação da Ram 1500, mostrada na segunda-feira.

A única certeza é de que o novo Wrangler será lançado no País no segundo semestre. ■



Brasil em Michigan

Há três anos o designer brasileiro João Marcos Ramos vive em Michigan, expatriado pela Ford Brasil. Tem EcoSport no seu currículo e no da equipe, assim como o atual desenho frontal dos Fusion passou por sua prancheta. Eis aí um artista feliz da vida: faz o que gosta, trabalha no que quer. Poderia ser pretensioso mas vive lembrando que, o seu, é um trabalho de equipe.

E que, se pretende ser transformador, design tem origem em criação de conceitos. Foi o caso da nova dianteira do EcoSport, que gerou competição interna na companhia – competição global.

“Temos que avaliar a utilização de cada veículo, adaptar ideias além do próprio design. E realizar um interior compatível, construir uma sala de estar.”

Desafio: criar ambiente veicular onde as pessoas tenham prazer em interagir – e aí Ramos se alinha ao pensamento do VP de pesquisa e de engenharia avançada, Ken Washington: “Precisamos saber as necessidades de nossos clientes”.

PSA MUDA TUDO

O Grupo PSA promoveu uma série de mudanças no primeiro escalão de suas operações no Brasil, em uma verdadeira dança das cadeiras iniciada com a saída do português Carlos Gomes das operações na região da América Latina, com destino à China e Sudeste da Ásia



Divulgação/PSA

LUCAS

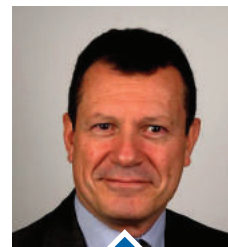
Patrice Lucas assumiu como presidente do Grupo PSA na América Latina em 1º. de fevereiro em sucessão a Carlos Gomes. Antes, VP executivo de programas e estratégia.

**THERESA**

Ana Theresa Borsari, até então responsável pela marca Peugeot no Brasil, assumiu em 1º. de fevereiro também o comando das marcas Citroën e DS no País. Responderá a Patrice Lucas.

**SOLTI**

Paulo Solti, que era o responsável por Citroën e DS no Brasil, assumirá a direção de programas e desenvolvimento na América Latina em 1º. de agosto, após período em Paris.

**SIMIONESCO**

Laurent Simionesco, hoje responsável pela direção de programas e desenvolvimento na AL, retornará à França a partir de 1º. de agosto, onde assumirá cargo ainda não revelado.

FORD DEZ MIL

A Ford celebra marco de dez mil contratos do Ford Protect, plano de manutenção que inclui o valor das revisões no financiamento de veículos 0 KM, com oferta também de extensão da garantia de fábrica. O programa fechou 2017 com participação média de 11% nas vendas de varejo da fabricante, sendo que para o Fusion o índice alcançou os 14%.



Divulgação/MB

M-B CLA DE ENTRADA

A Mercedes-Benz lançou no Brasil nova versão de entrada para a gama CLA, a 180: motor 1,6L com 122 cv de potência e 200 Nm de torque, transmissão de dupla embreagem, sete airbags – incluindo proteção aos joelhos do motorista –, direção eletromecânica e diversos sistemas de segurança associados ao ESP, como contra-esterço para correção de saída de traseira e compensação de ventos laterais. Por R\$ 137 900, complementa a gama composta também pelos CLA 200 ff, CLA 250 Sport 4MATIC e AMG CLA 45.

NEW HOLLAND E A SOJA

Colheitadeiras CR8.90 EVO e TC5090 da New Holland participaram da abertura simbólica da colheita nacional de soja em Canarana, MT. Levantamento da Conab para a safra 17-18 aposta em produção de até 228 milhões de toneladas de grãos, sendo 110 milhões de toneladas apenas de soja.

MAN NO MÉXICO

A MAN Latin America comemora no México: alta de 22% nas vendas com as marcas Volkswagen Caminhões e Ônibus e MAN em 2017 ante 2016. Melhor resultado da montadora desde sua chegada ao país, em 2004.

SUV ESPORTIVO AUDI

A Audi lançou no Brasil o SQ5, versão esportiva do SUV Q5. Motor V6 3L TFSI com 354 cv de potência e 500 Nm de torque. Câmbio Tiptronic de oito marchas e tração permanente Quattro. Por R\$ 397 990.



Divulgação/Audi



Divulgação/Honda

HONDA CITY 18

A Honda apresenta a versão 2018 do City, com pequenas reformulações estéticas nos para-choques dianteiro e traseiro, grade e faróis, com luzes diurnas em LED.



Divulgação/TMD Friction do Brasil

JAQUETTO

Edilson Jaquetto é o novo diretor geral da TMD Friction do Brasil, fabricante da marca Cobreq para reposição e fabricante de pastilhas e lonas de freio para o mercado original. Sucede Marcoabel Moreira, que se aposentou.



Divulgação/J.D. Power do Brasil

KEMPENICH

Ari Kempenich é o novo gerente de soluções automotivas da J.D. Power do Brasil. Acumula passagens por Kia-Geely, Nissan, Case New Holland e General Motors. Responsável por gerenciar projetos de consultoria automotiva e desenvolver novos projetos.



Divulgação/Ford

FORD

Bill Ford anunciou que a empresa que carrega seu sobrenome aumentará para US\$ 11 bilhões o investimento em veículos elétricos até 2022, com 40 modelos. Montante previsto inicialmente era de US\$ 4,5 bilhões, até 2020.



Divulgação/ArcelorMittal

BARCELOS

Alexandre Barcelos é o novo vice-presidente de finanças corporativas da ArcelorMittal. Está na empresa desde 2005 e fez carreira na KPMG. Substitui Adilson Martinelli, que se aposentou.

AUDI TREINA JOVENS

A Audi iniciou segunda turma de curso de manutenção de mecânica veicular, parceria com a Fundação Projeto Pescar: treina jovens de baixa renda para o mercado de trabalho. Carga horária de 960 horas em aulas realizadas no Centro de Treinamento e Competência Tecnológica da fabricante, em São Paulo, Capital. A primeira turma, concluída recentemente, formou dez estudantes.

“A Chrysler está mudando uma enorme fábrica do México para Michigan, revertendo uma tendência inversa que ocorria há vários anos. Obrigado Chrysler, foi uma decisão muito sábia.”

Donald Trump, no Twitter, comentando anúncio da FCA de investir US\$ 1 bilhão na fábrica de Warren, na região de Detroit, transferindo para lá parte da produção das picapes RAM, atualmente fabricadas na unidade de Saltillo, no México

116 26

reuniões oficiais foram realizadas em Brasília, DF, de abril de 2017 até o final de janeiro de 2018, para tratar exclusivamente dos temas ligados ao Rota 2030

representantes da indústria, em média, incluindo fabricantes, participaram de cada uma dessas reuniões

“Meu primeiro carro foi um Volkswagen Fusca”

Dieter Zetsche, chairman da Daimler AG e chefe da Mercedes-Benz Automóveis, em artigo no LinkedIn

2,7% 1,1%

foi o crescimento médio registrado em 2017 pelos 28 países que formam a União Europeia, segundo dados do BCE, Banco Central Europeu

é a estimativa para o crescimento do PIB no Brasil em 2017, pelos cálculos do FMI

R\$ 1 800 000

é o valor estimado gasto somente em passagens aéreas para que os representantes da indústria chegassem a Brasília, DF, para participar destas reuniões

16 000 000

de trabalhadores brasileiros serão afetados no Brasil até 2030 pelo aumento de automação nas fábricas, segundo estudo da consultoria McKinsey

“Dirigir um carro esportivo é mais emocionante que beijar, dançar ou torcer no futebol”

Título de press-release distribuído pela Ford brasileira sobre estudo comportamental ligado à condução de veículos esportivos, realizado pela fabricante na Europa

“Não temos nenhuma intenção de dividir parte da companhia e entregá-la aos chineses”

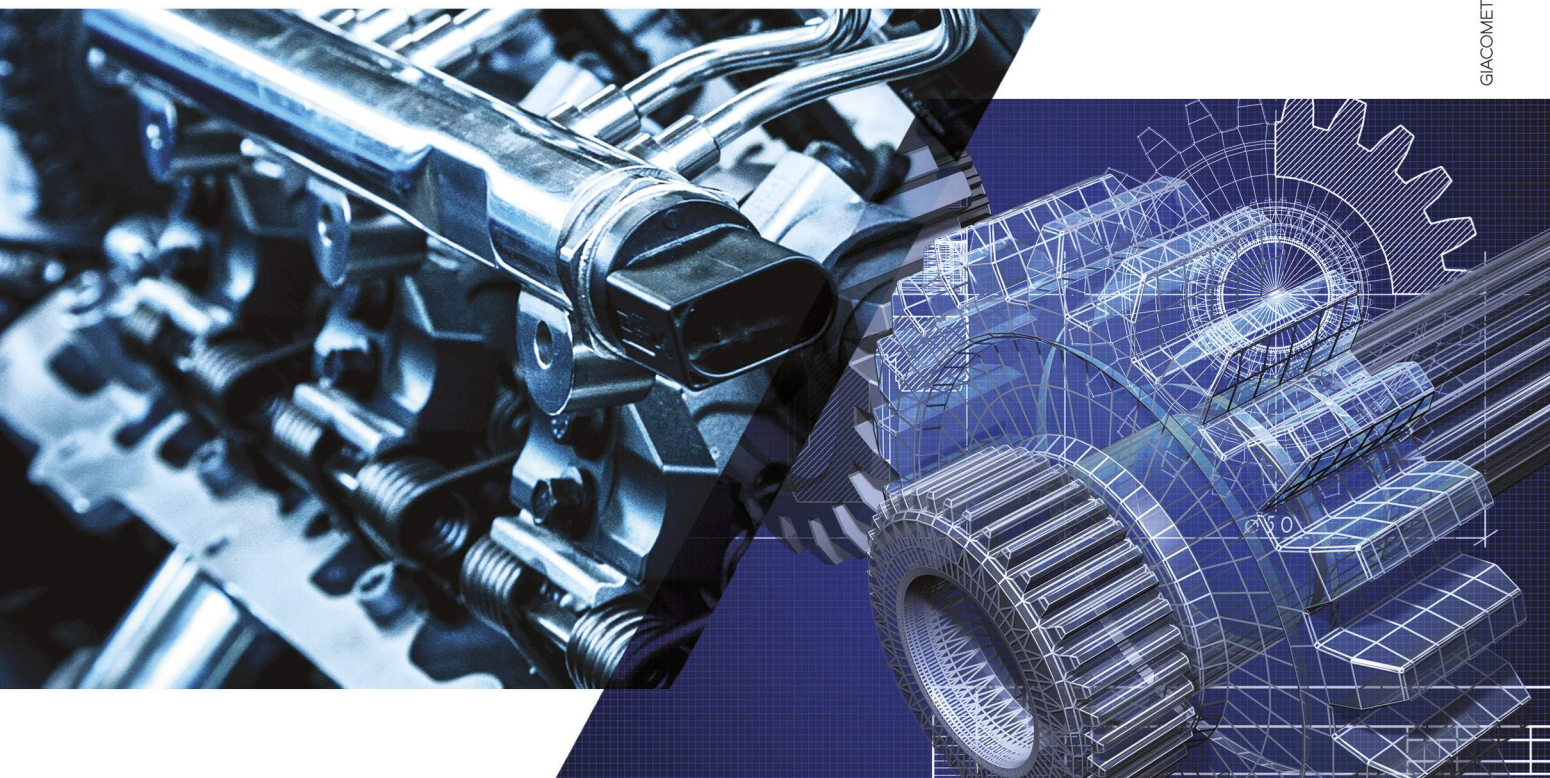
Sergio Marchionne, CEO da FCA, respondendo a repórteres quanto a rumores de negociações envolvendo a marca Jeep com fabricantes chinesas, durante o Salão de Detroit

US\$ 20,9 bilhões

foi o investimento chinês no Brasil em 2017 segundo o Ministério do Planejamento. É o maior valor registrado desde 2010.

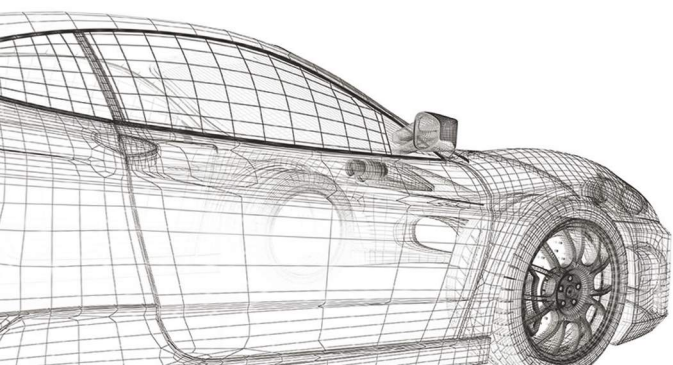
Magneti Marelli. Inovação contínua nos sistemas de controle de motor e transmissão. Magneti Marelli. A segunda marca de seu carro.

GIACOMETTI



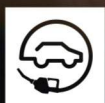
Powertrain é a unidade de negócios da Magneti Marelli dedicada à produção de componentes para motores e transmissão para automóveis, motocicletas e veículos comerciais leves. Caracterizada por sua contínua inovação, esta unidade de negócios é reconhecida pelos maiores fabricantes de veículos do mundo. A Magneti Marelli conquistou um espaço tão grande nas principais montadoras do mundo que hoje é a segunda marca de seu carro.

www.magnetimarelli.com.br



**MAGNETI
MARELLI**

Padrões rígidos de emissões e economia de combustível -
nosso sistema de soluções
faz todo o trabalho.



Combustão



Híbrido



Elétrico

Padrões rígidos de emissões e economia de combustível nos direcionam a oferecer soluções completas. Com um portfólio amplo e repleto de tecnologias avançadas, nossa engenharia trabalha constantemente para combinar performance, eficiência energética e redução de emissões.