

AutoData

From the Top
Antônio Megale



Força nos pequenos

Acirra a briga no segmento de compactos, com lançamento do Fiat Mobi e novos motores, mais econômicos e potentes, no Peugeot 208, Toyota Etios e Hyundai HB20

NOSSA TECNOLOGIA A SERVIÇO DAS MONTADORAS.

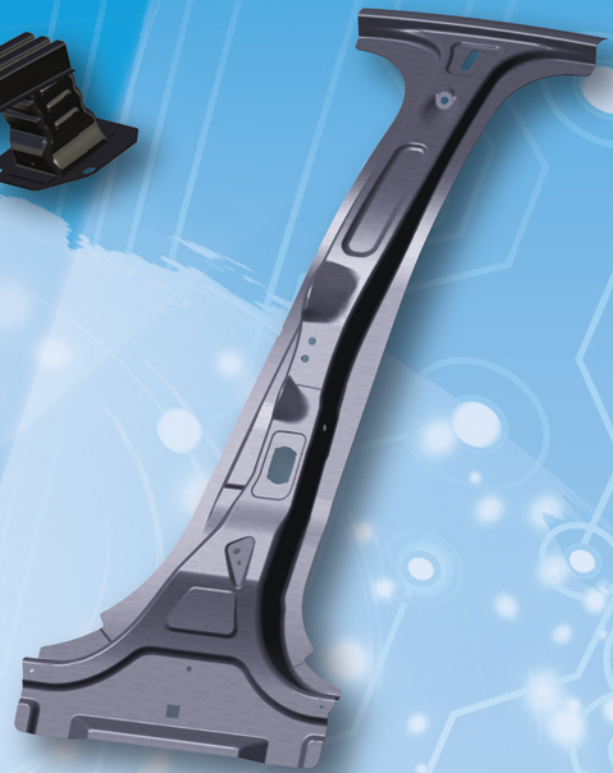


TANQUE HÍBRIDO

PARA VEÍCULOS A COMBUSTÍVEL FÓSSIL E ENERGIA ELÉTRICA

- Aço inoxidável AISI 304
- Aço HSLA com revestimento organometálico

Visite o nosso site para mais serviços e produtos: www.aethra.com.br



ROLL FORMING

- **Para-choques**
Aço UHSS: Martensítico, Dual Phase e Complex Phase – Resistência: 800 a 1500Mpa
- **Protetor de portas**
Aço UHSS: Martensítico, Dual Phase e Complex Phase – Resistência: 800 a 1500Mpa
- **Longarina**
Aço UHSS: Martensítico, Dual Phase e Complex Phase – Resistência: 800 a 1500Mpa
- **Cross Beam**
Aço carbono e HSLA
- **Quadro de vidro da porta**
Aço carbono e HSLA
- **Estudo de fatibilidade de outros produtos na tecnologia "Roll Forming"**

HOT FORMING

- **Coluna A e Coluna B**
Aço UHSS DIN22MnB5 - Resistência: 1500Mpa
- **Túnel**
Aço UHSS DIN22MnB5 - Resistência: 1500Mpa
- **Reforços laterais**
Aço UHSS DIN22MnB5 - Resistência: 1500Mpa
- **Assoalho dianteiro**
Aço UHSS DIN22MnB5 - Resistência: 1500Mpa
- **Protetor de portas**
Aço UHSS DIN22MnB5 - Resistência: 1500Mpa
- **Estudo de fatibilidade de outros produtos na tecnologia "Hot Forming"**



AETHRA GROUP
AUTOMOTIVE SYSTEMS

Tecnologia de vanguarda.

18 | Capa



Festival de lançamentos na base do portfólio das montadoras inaugura fase de motores mais eficientes com vistas às contrapartidas do Inovar-Auto. O Toyota Etios agora tem motores nacionais 9% mais econômico, a Hyundai incorporou um turbo ao seu 1,0 litro e a Peugeot passou a oferecer um bloco três cilindros. Na esteira de tudo isso, a Fiat começou a produzir o seu subcompacto Mobi.

30 | Mercado

O surgimento das chamadas picapes intermediárias, como a Fiat Toro e a Renault Oroch, alterou completamente o cenário de vendas do segmento: perdem participação as pequenas e ganha relevância o grupo das grandes.

36 | Montadora

A Mercedes-Benz inicia comemoração dos seus 60 anos de atividades no País com o retorno à liderança de vendas no segmento de caminhões.

38 | Produção

A Hella inaugura fábrica em Indaiatuba, SP, para produção, inicialmente, de módulos de conforto e bombas de combustível.

40 | Personagem

Fortalecer as relações internas e externas será objetivo de Dan Ioschpe no comando do Sindipeças.

44 | Ônibus

Os negócios externos são o maior sopro de alívio para o segmento de transporte de passageiro diante do desolador cenário do mercado doméstico.

06 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

48 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

10 | From the Top

Antônio Megale, presidente da Anfavea

50 | Artigo

João Felipe Araujo, responsável por um dos painéis do Congresso SAE Brasil

AutoData
Editora

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Conselho Editorial

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

Redação

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

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: Fiat/Toyota/Peugeot/Hyundai

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900 Paulo Fagundes

Comercial e Publicidade

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

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

Vera Lúcia Cunha, diretora adjunta, Ana Lúcia N Handro, Hidelbrando C de Oliveira, Thelma Melkunas

Apoio

Gilberto S Santos (1974 - 2000), Maria Aparecida de Souza

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, tel. PABX 55 11 5096 2957. É proibida a reprodução sem prévia autorização, mas permitida a citação desde que identificada a fonte.

Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPEP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Quando a tempestade passar...

Se é que crise traz oportunidades, como dizem por aí, os lançamentos em curso no setor automotivo mostram que as montadoras mantiveram investimentos em produtos que podem fazer a diferença quando a tempestade passar. A Fiat aposta suas fichas no subcompacto Mobi e Toyota, Hyundai e Peugeot reforçam suas linhas de compactos com novos motores, em geral mais econômicos e ao mesmo tempo mais potentes.

Também o segmento de picapes passa por uma ampla renovação, com a maioria das marcas apresentando novidades. Depois de Renault Oroch, nova Toyota Hilux e Fiat Toro, agora é a vez da Ford e General Motors lançarem, respectivamente, as novas Ranger e S10. Ainda em nossas páginas os planos dos novos presidentes da Anfavea e do Sindipeças, respectivamente Antônio Megale e Dan Ioschpe, ambos dispostos a trabalhar em conjunto por dias melhores.

AD

Alzira Rodrigues | editora, alzira@autodata.com.br

MOBI

garantia de sucesso.



O time da engenharia Aethra se orgulha de ter participado do desenvolvimento deste novo sucesso FCA.

www.aethra.com.br

 **AETHRAGROUP**
AUTOMOTIVE SYSTEMS
Tecnologia de vanguarda.

Debutante

Pela primeira vez em sua história de dezesseis anos a fábrica da Volkswagen de São José dos Pinhais, PR, iniciou programa de exportação de componentes. Cerca de 25 mil eixos traseiros da SpaceFox serão embarcados para a planta de Pacheco, na vizinha Argentina.

Lectra

A área automotiva está em alta na Lectra, empresa fornecedora de máquinas de corte automático de tecidos e couros. A participação dos negócios relativos a bancos, interiores de automóveis e air bags no faturamento saltou de 3% em 1995 para 40% no ano passado. Roy Shurling, responsável pelo desenvolvimento de negócios globais do mercado de couro automotivo, revela que a empresa pretende crescer 20% a produção destinada à indústria de veículos até 2020.

De volta aos EUA

A partir de julho os Estados Unidos voltarão a importar veículos produzidos no Brasil. De Araquari, SC, a BMW enviará cerca de 10 mil unidades do X1 em diferentes configurações. Os embarques demandarão a contratação de trezentos trabalhadores temporários, que se somarão aos setecentos funcionários da fábrica. "Iniciamos um novo e significativo capítulo do BMW Group Brasil", afirmou Helder Boavida, presidente da empresa aqui. "A iniciativa demonstra que a fábrica de Araquari atende a todos os requisitos de qualidade e eficiência exigidos pelo grupo." O mercado estadunidense era abastecido pela fábrica de Regensburg, na Alemanha. Com o aumento de demanda pelo modelo e espaço de sobra em Santa Catarina, além do dólar mais favorável, a BMW decidiu complementar o volume com produtos brasileiros. Ao inaugurar a fábrica catarinense, há um ano e meio, a companhia afirmou priorizar o mercado doméstico devido à falta de competitividade. Alguns poucos embarques estavam previstos apenas para 2020.



Divulgação/BMW

PSA 1

A PSA Peugeot Citroën anunciou o plano mundial Push to Pass, espécie de segunda fase do programa originalmente denominado Back to Race. No Mercosul a face mais visível do Push to Pass será a confirmação de plano já em andamento que desembocará em apenas uma plataforma produzida no Brasil e Argentina, e a redução pela metade do número de fornecedores, que cairá dos atuais quatrocentos para duzentos, revelou Carlos Gomes, presidente da empresa para Brasil e América Latina,

PSA 2

O Push to Pass estipula o lançamento de 26 veículos de passeio e oito utilitários — incluindo uma picape com capacidade para uma tonelada — até 2021. Para a operação latino-americana estão previstos dezesseis. Há ainda estimativa de chegada ao mercado de sete veículos híbridos recarregáveis e quatro veículos elétricos, além de programa de veículos conectados e autônomos.

Motos

A Bosch pretende alcançar € 1 bilhão em receita global na área de duas rodas até 2020.

Trintona

A Master, empresa do Grupo Randon e atual maior fabricante de freios para veículos comerciais do Brasil, está completando 30 anos com mais de 11 milhões de freios produzidos e 53% de participação no mercado brasileiro. “Em 2015 produzimos 500 mil freios e para este ano, como a produção brasileira de veículos comerciais em queda, a expectativa é 15% menos, algo como 400 mil a 425 mil unidades”, estima Ricardo Reimer, presidente da empresa.

Rir por último

Representante de fabricante de chassis para ônibus pesado inconformava-se por não poder participar do Caminho da Escola, restrito aos micro-ônibus. Depois de saber da dívida que o governo tem com as montadoras participantes do programa pela falta dos repasses nos últimos tempos ficou bem mais aliviado: “Nem lamento mais”.

Reforços

A Iveco atualizou sua linha de produtos no mercado interno, com novos integrantes nas famílias Daily e Tector, melhorias nos motores nas linhas de pesados Stralis e Hi-Way, além de mais opções nos chamados caminhões vocacionais.

Pacotão

Marco Aurélio Rangel, presidente da FPT, garante: somente este ano lançará 49 versões de motores para máquinas agrícolas e rodoviárias

Cinco

Os desembolsos do BNDES para o segmento de material de transporte — que engloba fabricação e montagem de veículos, embarcações, equipamentos ferroviários e aeronaves — atingiram R\$ 1,7 bilhão no primeiro trimestre, segundo relatório do banco.

“Nosso objetivo é fazer mais com menos, com maior agilidade, processos mais inteligentes e com maior cooperação e foco.”

Roberto Cortes | presidente da MAN
Latin America



Desde o mês passado a fábrica da Volare em São Mateus, ES, tem mais uma missão: além de montar os modelos W9 e DW9 sobre chassis Agrale e Mercedes-Benz a planta passou a fabricar também o chassi e a carroceria Cinco, projeto que consumiu cerca de R\$ 100 milhões. A fábrica ganhou duas linhas, uma para cada componente. A Cinco competirá diretamente com algumas configurações da Mercedes-Benz Sprinter, Citroën Jumper, Fiat Ducato, Iveco Daily e Peugeot Boxer. O preço parte de R\$ 169 mil, na escolar, até R\$ 218 mil, na Executiva Plus.

Ícone

A Ford informa que seu ícone Mustang é o cupê esportivo mais vendido do mundo. Em 2015 foram emplacadas 141 mil 868 unidades, 110 mil na conformação fastback e 30 mil na conversível. É produzido apenas na fábrica de Flat Rock, MI. As versões dotadas e motor V8 são as preferidas.

Gente nova

Wilson Lentini, engenheiro industrial com pós-graduação em administração de empresas, é o novo gestor da divisão Morse Systems da BorgWarner, que produz correntes para sistemas de sincronismo do motor. Lentini desenvolveu sua vida profissional na Eaton, Valeo, Bosch e Pirelli. E, na unidade Aftermarket, Nelson Bastos, que passou por Bosch, Zen e PST, assume a responsabilidade pelos negócios. Bastos é formado em economia e em administração de empresas, com pós-graduação na ESPM.

Calma!



Steve St. Ângelo, CEO da Toyota América Latina e Caribe, admitiu que a crise político-econômica brasileira preocupa os executivos da matriz japonesa. "Todos os meses vou para lá e a primeira coisa que digo é 'fiquem calmos, fiquem calmos'", conta o executivo, que diz que o fato de a montadora estar ganhando participação no País ajuda a acalmar os ânimos.

Desempenho com economia. Nós sabemos como.



Tecnologias que proporcionam maior economia de combustível, emissões reduzidas e grande desempenho. A **BorgWarner** torna isso possível. Como um fornecedor automotivo líder, e com o compromisso contínuo com a inovação, a **BorgWarner** fornece soluções ecologicamente corretas que melhoram o conforto de condução, o desempenho e a confiabilidade.

borgwarner.com

 **BorgWarner**

feel good about driving

From the Top

A man with dark, wavy hair, wearing a white dress shirt and a striped tie, is seated at a desk. His hands are clasped together on the desk surface. He is looking slightly off-camera with a serious expression. A smartphone is visible on the desk to his right. The background is a plain, light-colored wall.

Regras, por favor

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

Antônio Carlos Botelho Megale será o presidente da Anfavea até 2019. O executivo de 59 anos, graduado em engenharia mecânica automotiva pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, é diretor também de assuntos governamentais da Volkswagen do Brasil. Assumiu a entidade no fim de abril após 35 anos de carreira no setor automotivo e em momento particularmente difícil do País e da indústria, que amarga seu terceiro ano seguido de mercado interno em queda.

Ainda assim Megale prefere olhar para frente e, nesta entrevista exclusiva, enfatiza o potencial do mercado brasileiro e do próprio setor, que, segundo ele, tem oportunidades em diversas frentes, como no desenvolvimento e pesquisa ou nas exportações.

Para isso, pondera, é fundamental que o País disponha de previsibilidade de regras e estabilidade econômica. Que defina um norte e o persiga. Agora o preocupa, por exemplo, a falta de definições para o setor após o fim do Ino-

var-Auto, que teve metas estabelecidas apenas até o ano que vem.

O novo presidente da Anfavea acredita que o declínio das vendas internas pode estar próximo do fim e que a recuperação pode até ser rápida, como em outras oportunidades.

“Mas precisamos esperar os próximos movimentos do País. Acho que se não chegamos ao patamar da estabilidade, estamos muito próximos dele. Tem muito gente querendo comprar, trocar de carro. Falta apenas confiança.”

Acho que precisamos trabalhar muito junto ao governo para termos mais previsibilidade

O senhor assume a Anfavea em um momento particularmente difícil para o setor e para a economia. É possível ter uma bandeira em um momento como o atual?

É, de fato, um momento complicado, mas espero que tenhamos um caminho definido rapidamente para podermos olhar para o futuro. Acho que precisamos trabalhar muito junto ao governo para termos mais previsibilidade. A volatilidade atual impede planejamentos ou mesmo a execução daquilo que as empresas já aprovaram. A Anfavea precisa sentar com outras entidades e com o governo para buscar essa estabilidade tanto quanto possível. Até porque nossos projetos requerem de três a quatro anos de maturação. A exportação é outra atividade que, mais uma vez, demanda previsibilidade. Só aí temos condições de estabelecer acordos de mais longo prazo. Até mesmo a evolução técnica

depende de uma visão mais adiante, para que as empresas possam ter em conta as exigências que deverão cumprir nos novos projetos.

O próprio Inovar-Auto, que já está caminhando para o fim, acaba de ter uma regulamentação...

Sim, muito recente. Outro ponto está na área de caminhões e máquinas. Se não houver uma clara definição, e antecipada, de quais são as linhas de financiamento, as taxas e o montante de recursos que será liberado para isso, fica muito difícil um mínimo de planejamento. A gente tem que saber quais são as regras do jogo com uma boa antecipação. É lógico que teremos sempre alguma volatilidade, até pelas características do Brasil, e entendemos as dificuldades do governo, mas essa tem de ser uma bandeira forte da associação e de outras entidades, inclusive de outros setores, já que todos são afetados.

Coincidentemente, o Sindipeças também tem novo presidente, o Dan Ioschpe. Esse pode ser um novo momento para as relações das duas entidades?

Acredito que o momento é favorável. O Luiz Moan, meu antecessor, fez um excelente trabalho junto com as demais entidades. Acredito que no passado havia divergências muito maiores. Com as entidades mais próximas, como Sindipeças e Fenabreve, essa última gestão criou comissões com reuniões frequentes. Com o Sindipeças foi montado um comitê para discutir questões comuns e, coincidentemente, eu presidia pelo lado da Anfavea e o Ioschpe pelo lado do Sindipeças. Então tivemos a possibilidade de estreitar nossas relações nos últimos anos. É lógico que teremos divergências, faz parte do negócio, mas ficou claro que há muito mais convergências entre as duas entidades. Afinal, se o setor vai bem, todos vão bem. Em um momento de maior dificuldade um setor desunido sofrerá bem mais.

Haverá um Inovar-Auto 2?

O Inovar-Auto é um grande programa, mexeu com muitas coisas interessantes para o País, mas é lógico que pode ser aperfeiçoado. Ainda não começamos a discutir com o governo, até pelo momento de instabilidade. Há algumas coisas que foram muito bem-sucedidas, como as metas de eficiência energética e os investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Esses dois vetores

mostraram mais ou menos uma linha para uma eventual política industrial. Não sei o que virá depois, mas creio ser mandatório que o Brasil siga pensando na eficiência energética e crie mecanismos para incentivar pesquisa e desenvolvimento. Isso trará mais competitividade e abrirá as portas para a exportação.

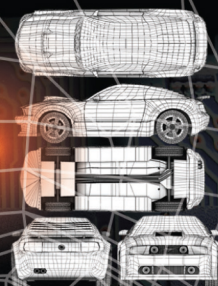
Mas dentro da estratégia mundial das grandes empresas, com a utilização de plataformas globais, há espaço, de fato, para criação de inteligência automotiva local?

Cada empresa tem seu nível de desenvolvimento aqui, as mais antigas já têm centros de pesquisa e outras estão criando. O Inovar-Auto tornou isso obrigatório, com ele começamos a ser competitivos do ponto de vista de desenvolvimento de produto. Tendo laboratórios montados, temos a possibilidade de prestar serviços para outros países. Aí entra, claro, o aspecto custo para se prestar um serviço a um preço adequado. É a única forma que vejo para o Brasil se inserir no contexto mundial não só como um grande mercado, mas também como polo de tecnologia.

O senhor falou em grande mercado. Afinal, em condições normais, qual é o tamanho do mercado brasileiro? É uma resposta difícil. É importante levar em conta o potencial de crescimento com base nos índices de motorização daqui, na faixa de 5,5 habitantes por veículo, ainda abaixo do que vemos na Argentina

“Em um momento de maior dificuldade um setor desunido sofrerá bem mais”

LIGHT



*A tecnologia Magneti Marelli integra homem
e máquina: você pensa, seu carro faz.*

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.



ou México. Há poucos países com um potencial semelhante. Com a volta da estabilidade, não tenho dúvida de que começará uma recuperação. E a dúvida é aonde poderá estabilizar. De qualquer forma, é bom lembrar, mesmo neste momento o Brasil é o sétimo maior mercado do mundo, o que não deixa de ser bom.

Com vendas de 2 milhões de veículos o Brasil chegou ao fundo do poço ?

Espero que sim. Mas precisamos esperar os próximos movimentos do País. Acho que se não chegamos ao patamar da estabilidade, estamos muito próximos dele. Tem muita gente querendo comprar, trocar de carro. Falta apenas confiança. Existe o fantasma do desemprego, até em

faixas mais altas, o que gera o receio para investir no longo prazo. Os bancos também tiveram a experiência do crescimento da inadimplência no passado e, hoje, estão mais restritivos. Talvez nunca tenha se vendido tanto carro à vista como agora. Mas haverá um rearranjo e a hora que passar essa fase as pessoas voltarão a consumir.

Essa demanda reprimida que está sendo criada agora pode fazer com que a retomada seja em ritmo bem maior do que a variação do PIB?

Acredito nisso. Basta olhar o que aconteceu nas últimas duas décadas: após o declínio a recuperação sempre foi muito rápida. Até porque a base caiu muito. O consumidor vem adiando a compra, não desistiu dela. Mas aí vai depender, novamente, da confiança.

Um programa de renovação de frota ajudaria nesse processo de retomada das vendas. Afinal, porque ela nunca saiu do papel?

É algo complexo. Tivemos várias tentativas nos últimos anos e sempre se esbarrou em algum problema. Já temos um programa — que está na mão do governo — montado junto com outras dezenove entidades, uma participação como nunca antes ocorreu. No passado, por exemplo, tínhamos dificuldade com a baixa de documentos, o que já foi eliminado. Mas, ainda assim, não conseguimos resolver todos os nós. É difícil tirar um carro sem condições do consumidor de menor poder de compra. É preciso dar uma vantagem a ele. O programa todo tem que se fechar como um bom negócio para



“O consumidor vem adiando a compra, não desistiu dela. Mas aí vai depender, novamente, da confiança.”

todos. Algo que contribuiria muito seria a criação de um programa de inspeção veicular de âmbito nacional. Estamos caminhando para que um programa sustentável seja adotado proximamente.

Até o fim de seu mandato?

Vou trabalhar para isso. É bom para o País, para o meio ambiente, para a segurança e para a mobilidade. O Proconve, adotado desde os anos 80, mostrou isso: um carro daquela época equivale a trinta atuais. Na cidade de São Paulo, onde a frota é mais jovem, a poluição diminuiu mesmo com aumento do número de veículos.

Por falar em coisas que não saem do papel, e a eterna reivindicação por uma carga tributária menor?

A carga tributária é exagerada, quase metade do valor do veículo, isso todo mundo sabe. Por outro lado, o Brasil passa por um momento econômico muito difícil e um ajuste fiscal é obrigatório. Então trazer essa carga para níveis internacionais é uma visão de mais longo prazo. O Brasil, de qualquer forma, tem que avançar na carga tributária e também eliminar muitas outras ineficiências, como custo logístico muito alto, encargos sociais e a insegurança jurídica.

O que mudará na indústria automotiva daqui quatro ou cinco anos após os investimentos de mais de R\$ 85 bilhões nos últimos anos?

É mais fácil discorrer sobre um período mais curto, porque o Inovar-Auto, que começou em 2012, já deu

o tom para 2018, pois é quando as metas de eficiência energética terão que ser cumpridas. A medição por empresa será de outubro deste ano até setembro de 2017. Então esse grupo de produtos, que foi concebido há três ou quatro anos começará a aparecer. Volto na questão da previsibilidade: o que vem depois do inovar-Auto? É o que as matrizes perguntam.

As regras de eficiência energética, aliás, são bastante rigorosas. Ainda há o que avançar nesse sentido?

Acho que tudo tem que ser feito de forma muito racional, não se pode criar metas intransponíveis ou que tornem o custo do produto ou do desenvolvimento inviável. E há particularidades que não se deve esquecer: o programa do etanol e a tecnologia flex, por exemplo. Não podemos perder essas grandes conquistas do Brasil.

A definição de alíquotas de impostos a partir da capacidade cúbica dos motores sempre foi alvo de crítica desde o surgimento dos 1.0, há mais de 25 anos. O senhor é a favor desse modelo?

Essa é uma boa questão para discussão. Não tenho dúvida que seria melhor ter regras que privilegiem ainda mais eficiência energética, os veículos mais eficientes deveriam ser mais incentivados. Já passou até da hora de começarmos essa discussão. O governo também se qualificou tecnicamente nesse período e



avançou muito nessa interlocução. E isso será muito positivo para a definição do que vem pela frente.

Mas as discussões sobre o pós Inovar-Auto já não estão atrasadas?

Sim, tanto que temos manifestado isso para o governo. Agora há toda a instabilidade política e ainda falta uma ou outra regulamentação do Inovar-Auto, que, de qualquer forma, é um programa extraordinário.

E como o senhor avalia o Mercosul?

Ele nunca foi pleno, tanto que o setor automotivo nunca esteve nele e depende de um acordo comercial. Não se pode pensar em integração no Mercosul se a cada ano o acordo

Pretendo trabalhar com o governo para que o PPE seja um instrumento permanente

tem de ser renovado. O ideal é que caminhemos para o livre-comércio na região com regras estáveis.

E fora do Mercosul?

Precisamos avançar para o mundo. Primeiro, claro, mais regionalmente, para a América Latina. Os grandes acordos que o Brasil tem são com Argentina e México e podem ser mais bem trabalhados. O governo tem trabalhado bem com Colômbia, Uruguai e Paraguai e está em vias de acelerar a desgravação de alíquotas com o Peru. Agora seria bom olhar para o outro lado do Atlântico.

A indústria trabalha hoje com grande capacidade ociosa. Até quando dá para aguentar isso sem demissões em massa?

É uma situação muito complexa. A ociosidade média é da ordem de 50%, só no segmento de caminhões chega a 80%, o que é dramático. O País tem que voltar a crescer, pois o segmento de bens de capital só avança com o crescimento do PIB. De qualquer forma, é bom ressaltar que a questão trabalhista teve avanços extraordinários, como o PPE, que permitiu que mantivéssemos os trabalhadores. Mas ele vai até um ponto e pretendo trabalhar junto ao governo para que ele seja um instrumento permanente, porque a economia brasileira vive de ciclos e talvez, lá na frente, precisemos novamente dele. Nesse meio tempo, antes da recuperação, podemos trabalhar forte nas exportações. **AD**



Parabéns Mercedes-Benz do Brasil pelos 60 anos de sucesso e dedicação ao cliente.

A Truck Bus Rubber Parts, líder de mercado e parceira no desenvolvimento e fornecimento de soluções em borracha e metal-borracha, tem orgulho em participar desta história.

Ora-pro-Mobi

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br



Divulgação/Fiat

O gráfico na página ao lado é mais que explícito: a Fiat necessitava rapidamente de um produto capaz de estancar a queda de participação da empresa no mercado interno de automóveis. Mais: que representasse, na verdade, um ponto de inflexão na curva de vendas. No dia 16 de abril, oficialmente, as concessionárias Fiat abriram suas portas com esse, digamos, predestinado. Ao menos assim acredita a montadora.

O novo ariete da fábrica de Betim é o Mobi, subcompacto que compartilha plataforma, conjunto mecânico e componentes do Uno, dá a medida justa do que a montadora pretende para a entrada do mercado: um veículo simples e, na medida do possível, barato o suficiente para chamar a atenção

daqueles consumidores que nos últimos dois anos, com o fim do Mille e o crédito mais restritivo, partiram para a concorrência e, até em maior grau, para os seminovos.

Mas, a rigor, a FCA alcançou plenamente apenas seu primeiro objetivo, já que o preço da versão de entrada Easy é R\$ 31,9 mil — o Uno Vivace quatro portas custa R\$ 32,3 mil e na configuração de duas ainda menos, R\$ 30 mil — e não faz brilhar olhos mais críticos por dois motivos: é praticamente o mesmo do Uno, um modelo maior, e a versão é despojada de conteúdos de conforto, ainda que Carlos Eugênio Dutra, diretor de produto, assegure que a marca queira ser reconhecida por ter produtos que “agreguem valor” e não necessariamente sejam baratos.

Subcompacto chega para ser o Fiat mais vendido no País, recuperar participação para a marca e, de quebra, responder por 30% das exportações

O Mobi de entrada, mesmo com acabamento interno na média do segmento, é espartano como há tempos não se via no País. Até ar quente está fora de sua lista de itens de série. E se o consumidor desejar limpador e desembaçador do vidro traseiro e predisposição para rádio — sim, eles mesmos — precisará adquirir o pacote batizado Funcional, o que soa quase que como uma ironia diante do conceito que a Fiat quer ver atrelado ao Mobi.

Resta saber se o consumidor identificará, de fato, outras virtudes no modelo. Embora com desenho de carroceria bastante distinto e moderno, é, digamos, um irmão menor do Uno. Com o mesmo motor 1.0 flex de quatro cilindros em suas seis versões de acabamento, todas com quatro portas, seu consumo é apenas razoável para um carro que a própria fabricante define como “urbano funcional”, mesmo merecedor de etiqueta A do Inmetro. O hatch, apontam os dados oficiais, faz 8,4 km/l com etanol na cidade e 11,9 km/l com gasolina.

De qualquer maneira, a Fiat comemora, e muito, esse projeto de declarados R\$ 1,3 bilhão e produção exclusiva em Betim. O modelo mereceu até a inédita ação de festas em todas as cidades em que a fabricante dispõe de um escritório regional. Os eventos públicos, batizados de Mobi Party, ocuparam ruas e praças conhecidas com palcos e música.

MAIS VENDIDO — Dutra projeta vendas de cerca de 65 mil unidades até o fim do ano, média mensal de 7 mil uni-

dades mensais, quase o dobro do que o Uno vem conseguindo em 2016 e na mesma batida de desempenho do Palio, cuja versão de entrada, a Fire, com carroceria antiga, responde sozinha por metade das vendas. E, pelo menos na tese do diretor, sem grande canibalização entre eles, ainda que todos hatches e com preços muito próximos.

Seria o mundo ideal para a Fiat em 2016. Líder do mercado interno há quatorze anos, a empresa amarga forte declínio de participação nos últimos dois anos. Se em 2014 deteve 21% das vendas, encerrou o ano passado com 17,7% e fechou o primeiro trimestre com 15%.

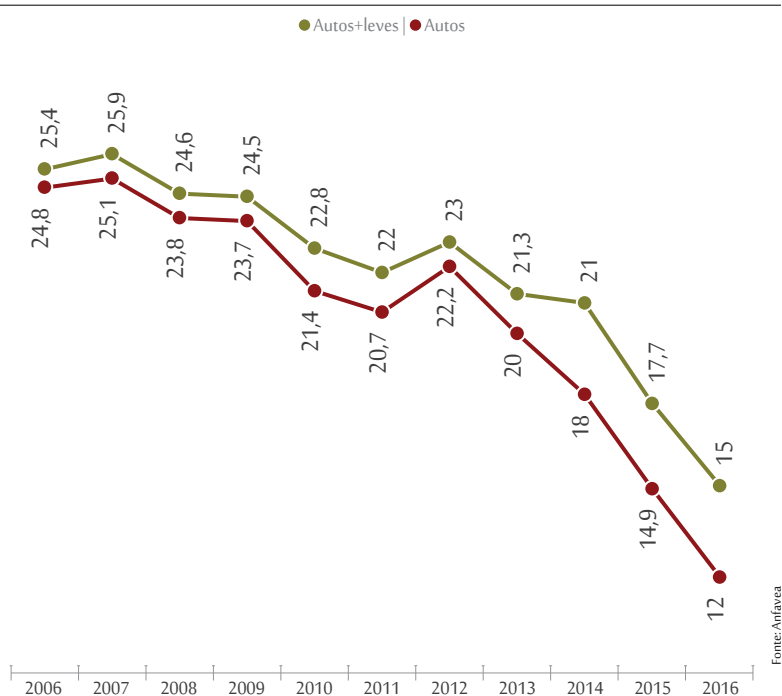
A puxar esse desempenho negativo estão exatamente os automóveis

— não fossem os comerciais leves, o tombo seria bem maior. Em 2013 os Fiat responderam por 20% dos emplacamentos no País em 2015 por 14,9% e no primeiro trimestre de 2016 por tímidos 12%, com modelos como Uno e Palio perdendo fôlego diante de recentes lançamentos da concorrência.

Dutra não se furta a afirmar nem mesmo que a empresa nutre a expectativa de que o Mobi seja o carro mais vendido da marca já em seu primeiro ano nas revendas, com as versões Easy e Easy On, as mais baratas, respondendo por não mais do que 15% do total negociado.

As vendas mais expressivas, calcula a montadora, estarão concentradas sobretudo nas intermediárias Like e

Licenciamentos - Fiat



Lançamento



A versão mais cara do Mobi, a Way On, custa R\$ 43,8 mil



Like On, que custam, respectivamente, R\$ 37,9 mil e R\$ 42,3 mil. “Esperamos que elas respondam por 55% do total”, revela o executivo, que lembra que há bem poucos opcionais em cada versão. O consumidor que desejar algum conteúdo a mais terá que necessariamente mudar para uma superior. Além das quatro primeiras, há ainda Way e Way On, com adereços aventureiros e que custam R\$ 39,3 mil e R\$ 43,8 mil.

A partir de junho o Mobi poderá ser equipado com o Fiat Live On, aplicativo que faz do celular, com sistemas Android ou iOS, a central multimídia do veículo. O usuário fixa o celular no meio do painel e pode controlá-lo por uma tela inicial própria, com atalhos, ou por comandos no volante. Há recursos como Eco Drive, que auxilia em uma condução mais econômica, e Car Parking, que ajuda a lembrar onde

o carro foi estacionado, além de informar sobre restrições de trânsito.

ATÉ LÁ FORA – Mas a missão do subcompacto não cessa no mercado interno. Stefan Ketter, presidente da FCA na América Latina, assegura: no transcorrer dos próximos doze meses o carro já exercerá papel relevante nas exportações. Embora não indique datas nem todos os países, o executivo diz que o compacto estará nas ruas de diversos mercados latino-americanos até lá, incluídos naturalmente o argentino e até mesmo o mexicano.

Ketter calcula que algo como um terço da produção do Mobi deva seguir para outros países no futuro. Os embarques começarão de forma gradual, culminando com as exportações para o México, para onde a empresa já envia Uno e Palio, além de picape

*ser grande
é um dom.*



As Empresas Randon são referências mundiais no mercado automotivo e, há mais de 65 anos, buscam valorizar todos os que fazem parte da construção dessa história. Com respeito ao seu mercado de atuação, funcionários, comunidade e ao meio ambiente crescem de forma sustentável.



RESPEITE A SINALIZAÇÃO DE TRÂNSITO



© Intervene

Empresas

RANDON *presente na
sua vida*

www.empresasrandon.com.br

Strada, vendida lá com a marca Ram, e o Grand Siena, ali negociado como Dodge Vision.

Em 2105 a FCA exportou 60,5 mil veículos, 13% do que produziu no País — forte recuperação com relação a 2014, quando embarcou 43,5 mil veículos. Ketter, contudo, não fala em números para 2016 — lembra apenas que a retomada mais vigorosa das exportações depende de estabilidade econômica e, sobretudo, de competitividade.

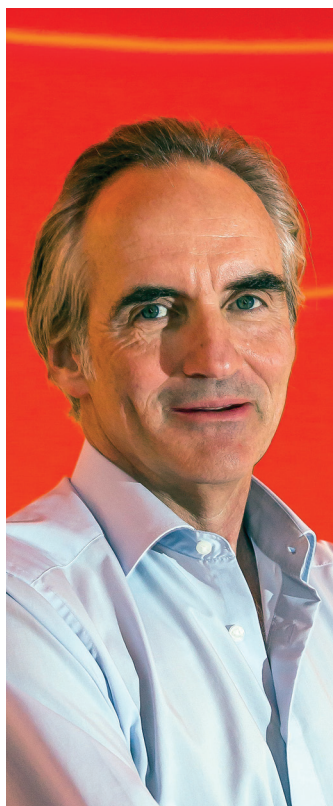
“O oportunismo tem paviu curto, gera demandas não estruturadas. É preciso crescer naturalmente. Não dá para virar a chave somente quando o mercado interno não está bem”, diz o presidente da FCA, que reconhece estudos para aumentar o leque de destinos dos produtos fabricados em Betim, MG, e Goiana, PE.

Um deles aponta para os países do Nafta, potencial mercado para a picape Toro, modelo que compartilha a plataforma com o Jeep Renegade e que já atenderia em boa parte a legislação local. “Mas ainda são estudos estratégicos, não efetivos. Assim como estamos avaliando o envio do Renegade para alguns mercados africanos, já que a demanda pelo modelo europeu tem sido grande.”

De qualquer forma, enfatiza Ketter, a empresa está se estruturando para recuperar parte do protagonismo que deteve nas exportações de veículos em seus 40 anos de Brasil — em 1994 mandou para fora mais de 191 mil veículos, recorde absoluto até hoje. “Não estaríamos considerando esses mercados se não tivéssemos, por exemplo,

“O oportunismo tem paviu curto, gera demandas não estruturadas. É preciso crescer naturalmente.”

Stefan Ketter



construído a planta de Goiana”. Um número mais significativo de veículos exportados seria natural alternativa para o mercado interno retraído. Ketter acredita que as vendas internas não devam ultrapassar os dois milhões de veículos este ano. Mas não desanima: “O Brasil voltará a ser um dos maiores mercados automobilísticos do mundo, tenho certeza. Só não sei quando. Mas pode ser de maneira muito rápida, porque está sendo criada uma demanda reprimida”.

FALTA O RECHEIO — Tanto que a empresa não alterou uma vírgula de sua estratégia para a região, diz o executivo. A FCA seguirá com seu plano de negócios definido para até 2018, com pelo menos um lançamento por semestre até lá. A maioria para renovar toda a gama Fiat no País, que ainda exhibe produtos como Palio Weekend, Idea, Linea e Bravo, cujas vendas já são quase residuais. “Digo que com o Toro e o Mobi já mudamos as pontas. Agora falta mudar o recheio desse sanduíche”, antecipa o presidente da FCA, que não esconde que lançará mão inclusive de importados naquelas faixas de volumes menos expressivos. Um deles produzido com exclusividade na Argentina a partir 2017.

A estratégia, por outro lado, desfogará a planta de Betim, que, com a chegada do Mobi, produz nada menos do que catorze modelos, vários em fim de carreira, e que atingiu complexidade produtiva difícil de ser contornada a não ser com a rápida extinção de alguns deles.

AD

NO ANO QUE A ITAESBRA COMPLETA 60 ANOS,
O RECONHECIMENTO DE UM GRANDE PARCEIRO
É O NOSSO PRESENTE.



Solução em estampados e conjuntos soldados
para as indústrias automotivas, eletroeletrônicas,
motocicletas e metalúrgicas em geral.



itaesbra.com.br

De olho no cumprimento das metas de eficiência energética do Inovar-Auto, a indústria automotiva brasileira investe em motores mais econômicos e preferencialmente mais potentes, oferecendo melhor relação custo/benefício aos consumidores. O segmento da vez é o de compactos, que só em abril teve três lançamentos distintos envolvendo novas motorizações: Toyota Etios, Hyundai HB20 e Peugeot 208.

O Etios agora é equipado com motores nacionais 1.3 e 1.5 flexfuel Dual VVT-iDOHC de 16 válvulas, que segundo o presidente da empresa no Brasil, Koji Kondo, são 9% mais econômicos do que os anteriores, importados do Japão, ao mesmo tempo que oferecem mais potência. O Hyundai HB20 ganha uma opção intermediária entre as duas oferecidas até então, com o motor Kappa 1.0 turbo, que alcança até 105 cavalos quando abastecido com etanol.

Já a Peugeot atacou os dois flancos da linha 208. Na entrada o motor 1.5 deu lugar a um tricilíndrico 1.2 com 90 cv quando abastecido 100% com etanol — ou apenas 3 cv a menos que a configuração anterior — e na ponta de cima a topo de gama passa a ser a versão esportiva GT, até então inexistente, equipada com o já conhecido THP 1.6 turbo de 173 cv.

A expectativa das três montadoras com as novas motorizações é, além de maior eficiência energética, também ampliar as vendas no segmento de compactos, que com a crise perdeu espaço no mercado interno. A Toyota,



Movimento na base

Toyota, Hyundai e Peugeot investem em novos motores nas suas linhas de compacto, buscando economia e potência ao mesmo tempo

Alzira Rodrigues, André Barros e Marcos Rozen
redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/Toyota

por exemplo, quer emplacar 68 mil Etios este ano, contra os 62 mil do ano passado. No que diz respeito ao total das suas vendas, a fabricante cresceu 1% no primeiro trimestre, resultado muito bom perante a queda média de 28,6% do mercado brasileiro.

A empresa espera encerrar 2016 com 170 mil veículos emplacados no Brasil, um pouco abaixo dos 176 mil de 2015, mas ainda com ganho de participação. “Queremos manter o market share de 8,6% conquistado no primeiro trimestre”, revelou Kondo durante a apresentação da linha 2017 do Etios

em Mogi das Cruzes, SP, lembrando que a fatia da marca no ano passado foi de 6,8%. Além disso, o executivo quer ampliar exportações em 20%, atingindo 27 mil unidades este ano.

O novo 1.3 do Etios, diz a Toyota, rende 98 cv com etanol, 8 cv a mais do que o antigo motor, e o 1.5, com o mesmo combustível, chega a 105 cv, ganho de 11 cv.



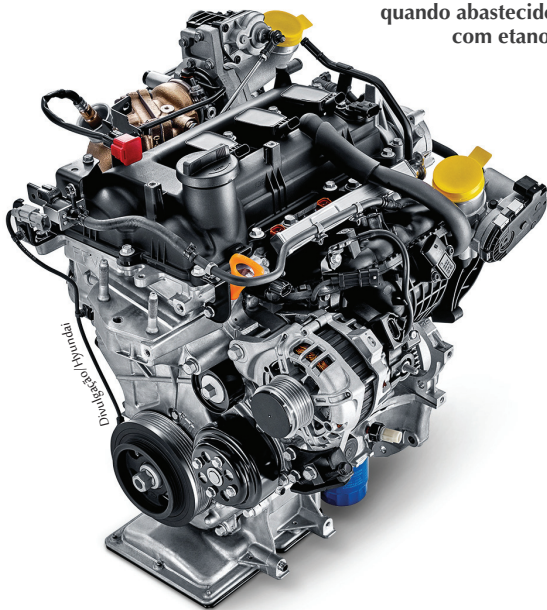
Os novos motores 1.3 e 1.5 do Etios são agora produzidos em Porto Feliz, SP

Outra novidade da linha é a oferta de transmissão automática para todas as versões [antes só tinha opção manual]. A empresa estima que 40% das vendas serão de câmbio automático, que vem do Japão, e o restante da nova transmissão manual de seis marchas produzida no Brasil pela Aisin.

TURBINADO — A Hyundai também tem situação favorável com relação aos concorrentes neste ano. As vendas da linha HB20 cresceram 3,4% no primeiro trimestre e este foi apenas um dos motivos para comemorações.



HB20 ganha versão com motor 1.0 turbo que alcança até 105 cv quando abastecido com etanol



atraente, precisava oferecer itens opcionais a preços mais acessíveis.

Pois também foram as pesquisas de mercado que ajudaram a Hyundai a descobrir que havia um espaço ainda não ocupado em seu portfólio, bem explorado pela concorrência. O HB20 e o HB20S, hatch e sedã, eram oferecidos com apenas duas motorizações: Kappa 1.0 Flex e Gamma 1.6 Flex. De um motor para o outro, 48 cv de distância, bem acima da média do segmento, que gira em torno de 25 cv do motor menor para o maior. Também em preço: R\$ 6,5 mil, ante R\$ 3,8 mil da média da concorrência.

“Para ocupar esse espaço tínhamos duas opções: oferecer um motor 1.4 ou trazer o Kappa 1.0 turbo”, diz Rodolfo Stopa, gerente de planejamento de produto. “Escolhemos a segunda opção”. Com os HB20 e HB20S 1.0 turbo — o primeiro sedã 1 litro turbinado do segmento no Brasil — esse hiato reduziu para 25 cv: com o Kappa 1.0 turbo o modelo alcança até 105 cv quando abastecido com etanol. No preço, a diferença caiu para R\$ 3,8 mil em todas as versões. Tanto no hatch quanto no sedã o novo motor está disponível apenas nas versões intermediárias Comfort Plus e Comfort Style, com preço a partir de R\$ 47,5 mil.

Além de consolidar o seu compacto como o segundo modelo mais vendido do mercado nacional, a marca ascendeu mais um degrau no ranking e assumiu o quarto posto, que há anos confortavelmente era ocupado pela Ford, agora no sexto lugar, também atrás da Toyota. Sua participação no período chegou a 9,9%.

Antever as necessidades do consumidor brasileiro — ou até mesmo, quem sabe, criá-las — certamente é um dos fatores que ajuda a explicar a rápida ascensão da Hyundai, que em 2013, primeiro ano da família HB20, tinha apenas 6% das vendas e brigava pela quinta posição com a Renault. A empresa mergulhou em pesquisas e descobriu que, além de um design

MIL UNIDADES — No caso dos novos motores da Peugeot, os preços do 1.2, importado da França, são equivalentes aos praticados para o antigo 1.5: a

partir de R\$ 48,2 mil chegando a R\$ 55 mil. Na outra ponta, o GT chega a potentes R\$ 79 mil.

De acordo com Ana Theresa Borsari, diretora geral da Peugeot do Brasil, a projeção de vendas para o novo 208 é chegar à casa de 1 mil unidades/mês — como referência, no primeiro trimestre do ano o modelo fez, conforme números da Fenabreve, média pouco menor

do que 800 unidades mensais, enquanto que em 2015 chegou a 1,1 mil.

A estratégia para o 1.2, contou a executiva, será reforçar seus atributos de consumo: a Peugeot diz ser o motor mais econômico do País — pelos cálculos da fabricante, em ciclo urbano o 208 atinge consumo 37% menor do que o registrado com o 1.5, chegando a 15,1 km/l com gasolina.

Carlos Gomes, presidente da PSA no Brasil e América Latina, reconhece que a adoção do 1.2 tricilíndrico flex no 208 foi necessária para que a montadora atinja os níveis de eficiência energética exigidos pelo Inovar-Auto. Tanto assim que, muito em breve, deve ser utilizado em outros modelos fabricados em Porto Real, RJ, como o também compacto Citroën C3. **AD**

A linha 208 ganhou motor tricilíndrico 1.2 em substituição ao conhecido 1.5



Divulgação/Peugeot



Divulgação/Peugeot

Nova Saveiro Robust.
Mais alta, mais forte e mais robusta.
Mais do que nunca, pronta pra tudo.



Mais alta: maior ângulo de ataque e altura do solo.
Mais resistente: amortecedor na tampa da caçamba.

Mais robusta: freio a disco nas 4 rodas.
Mais forte: capacidade de carga de até 715 kg.

vw.com.br/novasaveiro



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

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



**Nova Saveiro.
Pronta pra tudo.**



Volkswagen

Reviravolta nas picapes



Alzira Rodrigues e André Barros | redacaoad@autodata.com.br

As pequenas, que antes dominavam, perdem espaço para as grandes, subsegmento que nos últimos meses ganhou novos modelos e versões

A chegada de novos produtos no segmento de picapes tem provocado uma reviravolta nesse mercado. As vendas das pequenas despencam, com queda de 54,9% no trimestre, enquanto as das grandes — nas quais a Fenabrave inclui Fiat Toro e Renault Oroch, lançadas mais recentemente — registram queda de apenas 8,6%, bem inferior à média do mercado de automóveis e comerciais leves, de 28,3% no período.

Com isso inverteu-se a participação dos dois subsegmentos de picapes, com a soma das grandes ultrapassando a das pequenas. As de porte maior

agora detêm fatia de 54,6%, índice que no primeiro trimestre de 2015 era de 37,3%, enquanto as menores, que sempre dominaram, baixaram a participação de 62,7% para 45,4%.

O que se percebe, assim, é que Toro e Oroch, que inauguraram opção intermediária entre as que haviam no mercado — Fiat Strada e Toyota Hilux para citar as líderes das duas pontas — têm roubado vendas principalmente das pequenas.

Tanto é que dentre as grandes a Hilux, por exemplo, praticamente manteve vendas inalteradas, com 8,5 mil unidades no primeiro trimestre deste

ano ante 8,8 mil no mesmo período de 2015, enquanto a líder das pequenas teve volume reduzido em 53,4%, de 29,8 mil para 13,9 mil unidades.

Também as concorrentes da Strada sofreram grande baque no trimestre. As vendas da Saveiro despencaram de 16,8 mil para 9,2 mil unidades, queda de 45,3%, e as da Chevrolet Montana tiveram tombo ainda maior, de 80,5%, baixando de 8 mil para 1,5 mil emplacamentos no trimestre.

Já entre as grandes, a Volkswagen Amarok, a exemplo da Hilux, conseguiu desempenho bem similar no comparativo dos dois primeiros trimestres — 3,3 mil contra 3,4 mil unidades. Chevrolet S10 e Ford Ranger tiveram desempenho bem aquém, com quedas de, respectivamente, 42,8% e 37,5% — 4,4 mil e 3,1 mil emplacamentos no trimestre.

Mas tanto Ford como General Motors iniciam este mês as vendas das novas Ranger e S10. Assim é natural a retração às vésperas de lançamentos pré-anunciados. A expectativa das fabricantes, nos dois casos, é de recuperação do espaço perdido.

O mercado de picapes grandes absorveu 29,7 mil emplacamentos no período, incluindo-se aí 4 mil 228 unidades da Fiat Toro, que ocupou a terceira colocação com volume bem próximo ao da vice S10, e 2,9 mil Renault Oroch, a sexta colocada, atrás da Amarok e Ranger. No mesmo período do ano passado as vendas desse subsegmento ficaram em 32,5 mil unidades.

Já as pequenas somaram este ano apenas 24,7 mil unidades contra 54,7

A Chevrolet investe na nova S10 (à esq.) para fazer frente aos lançamentos recentes como Oroch, Toro e Hilux (abaixo)



Divulgação/Renault



Divulgação/Fiat



Divulgação/Toyota

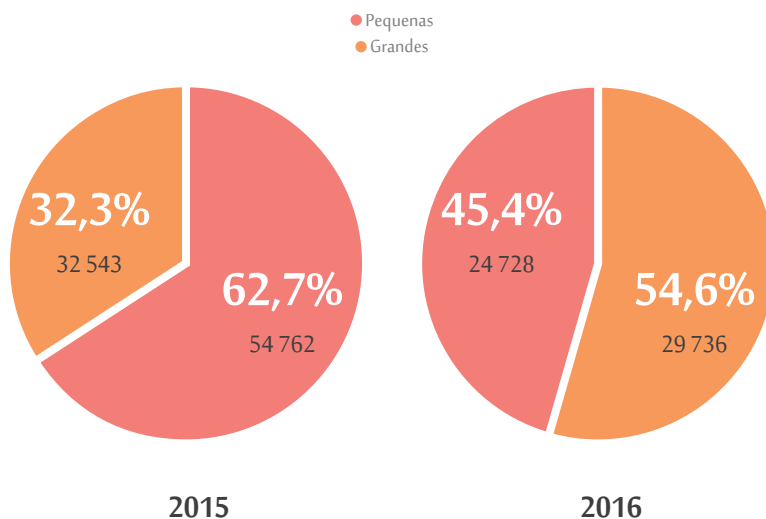
mil emplacadas no mesmo período de 2015.

COMPORTAMENTO — A chegada dos modelos intermediários Renault Fiat, inclusive, pode até levar à criação de um novo subsegmento na classificação das picapes. Ao menos é o que defende Miguel Fonseca, vice-presidente executivo da Toyota do Brasil.

Ao comentar a liderança da Hilux dentre as picapes grandes, com 38% de participação no primeiro trimestre, o executivo lembrou que os dois lançamentos têm preços intermediários com relação às que já existiam no mercado. “Talvez seja o caso de dividir as picapes em pequenas, médias e grandes, em vez de apenas pequenas e grandes como é hoje”.

A escalada das picapes mais caras em cima das menores confirma a tendência apontada pelo presidente da

Mercado de picapes (primeiro trimestre)



Fonte: Fenabreve

FCA, Fiat Chrysler Automobiles, Stefan Ketter, na apresentação da Toro em fevereiro. Ao comentar a atual crise do setor o executivo destacou que as empresas que estão investindo em produtos de maior valor agregado estão se saindo melhor.

“Os carros mais caros estão vendendo bem. Precisamos jogar de acordo com o jogo, se ele é diferente temos de ser diferentes”, comentou Ketter na ocasião.

Em março, um mês após seu lançamento, a Toro ocupou a vice-liderança dentre as picapes grandes, com 3 mil unidades, deixando a S10 na terceira colocação e aproximando-se da primeira colocada, a Hilux, que emplacou 3,4 mil. Esses números certamente estão sendo levados em conta pela Toyota ao propor a reclassificação.

NOVIDADES — A disputa no segmento de picapes deve aumentar a partir deste mês, com a chegada das novas Ford Ranger e Chevrolet S10, que completam a onda de lançamentos iniciada no ano passado com a Renault Oroch, seguida pela nova geração da Toyota Hilux e pela Fiat Toro.

A nova Ranger tem pequenas alterações na motorização e itens opcionais adicionados à lista dos componentes de série. O modelo, lançado em abril em Puerto Iguazú, próximo à fronteira do Brasil com a Argentina, seus dois principais mercados, é fabricado em Pacheco, no país vizinho, e será exportado para México, Chile e outros países sulamericanos.

De acordo com Osvaldo Ramos, gerente geral de marketing da Ford, a nova Ranger, que tem a inédita ga-

rantia total na categoria de cinco anos, deve gerar aumento de vendas: “Buscaremos os consumidores com alto poder aquisitivo. Eles existem e procuram novidades em segurança e tecnologia, o que a Ranger oferece”.

O alvo da Ford é, principalmente, o agronegócio, único setor da economia brasileira que ainda apresenta resultados positivos. Para isso, oferece desde versões mais básicas, com transmissão manual, até modelos mais requintados, cheios de itens de conforto comumente encontrados em sedãs. A versão de entrada, XLS, conta com motor flex e transmissão manual por R\$ 99,5 mil.

A mais completa, Limited, traz motor diesel 3,2 litros, transmissão automática e tração 4x4, por R\$ 176,9 mil. Não há opção de cabine simples: todas as Ranger agora são cabine dupla.



Nova Ford Ranger

Divulgação/Ford

A gente sabe que você transporta muito mais que carga.

vallourec.com/br



Com soluções customizadas para o mercado automotivo, a Vallourec oferece soluções tubulares de alta qualidade que garantem segurança para veículos de passeio, comerciais leves, caminhões, ônibus, implementos rodoviários, máquinas agrícolas e de construção civil.

Com sua matriz localizada em Belo Horizonte/MG e filiais em Sorocaba/SP, Gravataí/RS e Caxias do Sul/RS, a Vallourec atua na cadeia de suprimentos do setor, garantindo flexibilidade, rapidez e atendimento à demanda das autopeças, dos sistemistas e das montadoras. Tudo com suporte de uma equipe especializada, de assistência técnica e P&D, treinada e capacitada em inovação e desenvolvimento de produtos 100% brasileiros.

A Vallourec é líder em soluções tubulares premium e está presente nos setores petrolífero, de energia, industrial, da construção civil e automotivo.

Vallourec. A solução para grandes desafios.

Belo Horizonte: +55 (31) 3328-2824 | **Caxias do Sul:** +55 (54) 2992-3476

Gravataí: +55 (51) 3330-8177 | **São Paulo:** +55 (11) 3371-6100

E-mail: vendas.automotivo-bra@vallourec.com



Para atender às exigências mais rígidas do Inovar-Auto, a Ranger ganhou itens que reduziram em 15%, em média, o consumo de combustível, incluindo direção elétrica em todas as versões, nova calibração da transmissão manual e pneus Bridgestone de baixa resistência à rolagem.

Os motores 2,2 litros e 3,2 litros Duratorq a diesel e o 2,5 litros flex trazem também novos bicos, turbocompressores e calibração – o bicomcombustível abandonou o tanquinho de gasolina auxiliar e agora faz partida a frio.

MAIS ECONÔMICA – Lançada no fim de abril na Agrishow, em Ribeirão Preto, SP, a nova Chevrolet S10 tem mudanças visuais e de acabamento,

O segmento de picapes é um dos que mais apresentaram novidades no mercado brasileiro nos últimos meses

além de evoluções mecânicas e incorporação de itens de conforto e de segurança em todas as versões.

“Pegamos o conceito da versão norte-americana da picape Colorado e o trouxemos para a nova S10. Reforçamos assim sua capacidade de uso em diferentes tipos de terreno, agregando o conforto de um carro de passeio”, destaca Marcos Munhoz, vice-presidente da General Motors, que lembra que os conjuntos de suspensão e de freio são novos e os sistemas de controle de vibrações e de ruídos foram aperfeiçoados.

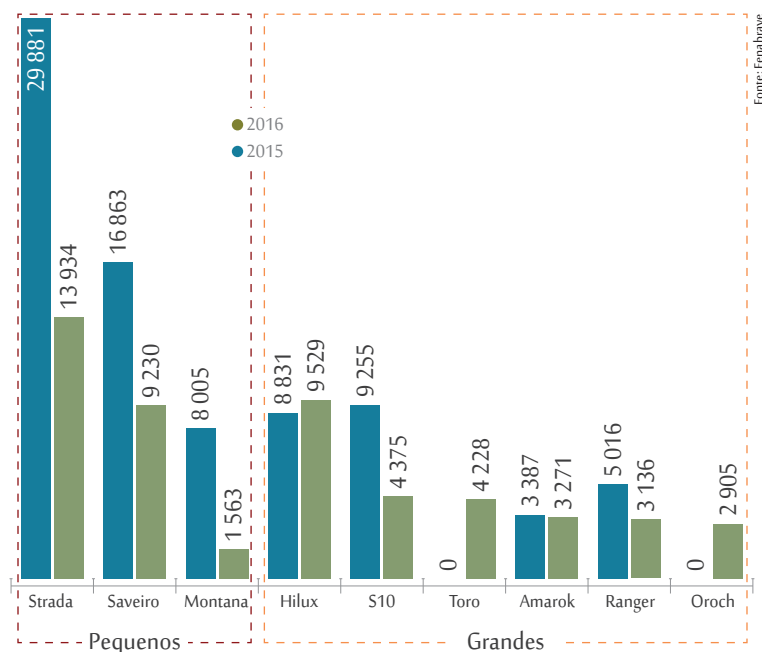
A picape, afirma a GM, está até 5% mais econômica, “graças à utilização de materiais mais leves, de novos componentes mecânicos e de soluções aerodinâmicas inovadoras”.

“As mudanças visuais, a aplicação de materiais nobres e o uso de tecnologias hi-tech reforçam a imagem vanguardista da S10”, comentou Carlos Barba, diretor de design da Chevrolet, durante o evento de apresentação do modelo realizado em Indaiatuba, SP, no mês passado.

De acordo com a General Motors, a linha 2017 da S10 está mais sofisticada em todas as suas configurações. Dentre os novos itens de comodidade destacam-se acendimento automático dos faróis, sensor de chuva, retrovisor central eletrocromico, câmera de ré com gráficos para auxílio em manobras, sensor de estacionamento dianteiro, acionamento remoto da ignição e vidros laterais com mecanismo remoto de abertura e fechamento por meio da chave.

AD

Vendas por modelo (primeiro trimestre)



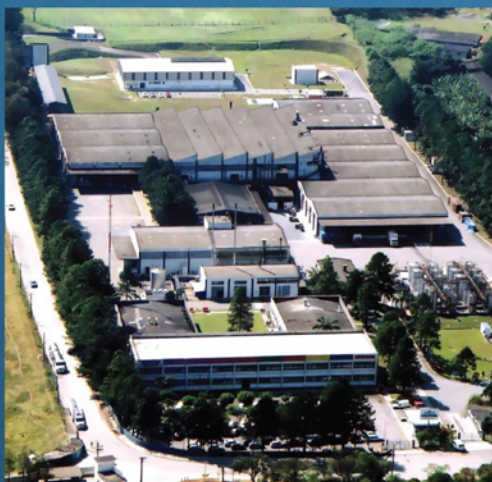


Líder global
em tintas e
revestimentos

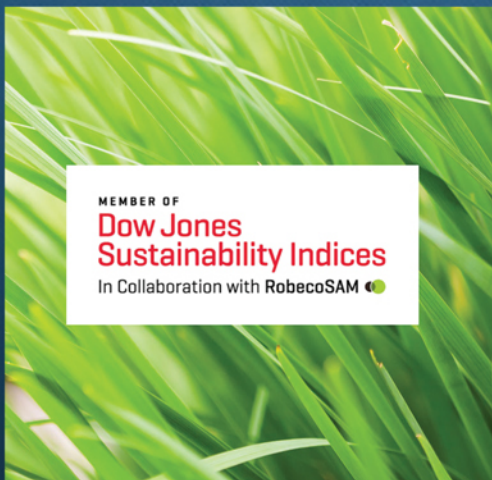


Automotivo OEM

Primers
Vernizes
BaseCoats
Esmaltes
Interior/Exterior
Tintas Funcionais



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



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

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

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



AkzoNobel

Performance Coatings

A Mercedes-Benz virou sessentona no País — com um certo adiantamento, é bem verdade: a data oficial do aniversário é 28 de setembro, mas a fabricante se antecipou e já fez festa no finalzinho de abril, quando abriu as portas de sua fábrica em São Bernardo do Campo, a mesma que marcou seu início de operações aqui, para imprensa, fornecedores, rede e clientes como forma de celebrar esta data histórica.

O argumento para antecipar a festa foi feliz confluência de agendas e a possibilidade de apresentar aqui o caminhão-conceito FT 2025. Mas bem poderia ser também o seu desempenho no mercado interno de caminhões, onde, a despeito da baixa geral, recuperou uma liderança perdida há mais de uma década para a VW/MAN.

No primeiro trimestre a Mercedes-Benz vendeu no Brasil 4 mil caminhões e, com isso, ultrapassou a rival, que fechou o mesmo período com 3,6 mil. A virada veio com um desempenho bem melhor do que a média: enquanto o mercado caiu 32% de janeiro a março a M-B viu vendas 12% menores, índice que para a MAN apontou retração de 37,5%. No placar da participação, 30,3% para a marca da estrela e 27,3% para a concorrente.

No ano passado a diferença já fora apertada, mas a MAN ganhou por 0,6 ponto porcentual: 27,3% a 26,7%, o que em volume significou menos de quatrocentos caminhões em universo de pouco mais de 19 mil unidades vendidas cada uma.

Philipp Schiemer, CEO para América

Presentão de 60 anos

Mercedes-Benz reassume a liderança em vendas de caminhões no ano em que se torna sexagenária no Brasil

Marcos Rozen, de São Bernardo do Campo | rozen@autodata.com.br



Latina, comemora o resultado. “Esperamos mantê-lo até o fechamento do ano”, afirma, mas deixando claro que “não defenderemos a liderança a qualquer custo”. Ou seja: rentabilidade em primeiro lugar, ainda mais considerando o índice de ociosidade no segmento, segundo a Anfavea, próximo de 80%.

Não custa lembrar que a virada da M-B veio justamente após a MAN promover série de aumentos de preços para seus caminhões, em torno de 15%, ainda que de maneira escalonada desde o fim do ano passado.

A vitória nos caminhões se une à já histórica liderança nos chassis de



60 anos de Mercedes-Benz no Brasil: dos tradicionais 1113, passando pelos ônibus encarroçados à visão de futuro com o conceito FT 2025.



Divulgação/MBB

ônibus, onde em 2016 o desempenho Mercedes-Benz chega a ruborizar a concorrência: participação de 52,5% no primeiro trimestre. Como referência, a segunda colocada, novamente a MAN, tem 18,5% do mercado.

AUTÔNOMO — Como parte da celebração dos 60 anos a Mercedes-Benz trouxe pela primeira vez para o Brasil o FT, de Future Truck, 2025. É a visão da montadora para os caminhões do futuro, baseada principalmente em condução autônoma.

Presente às celebrações, Wolfgang Bernhard, membro do Board da Daimler AG responsável pela Daimler Trucks & Buses, afirmou que a fabricante estará pronta para produzir em série caminhões que podem dirigir sozinhos ao fim desta década. Desde o ano passado a Mercedes-Benz faz testes práticos em estradas com este tipo de veículo na Alemanha, utilizando modelos idênticos aos de produção, o que não é o caso do FT 2025, que adiciona um design bem futurista ao pacote.

Para Bernhard, a tecnologia de caminhões autônomos faz todo o sentido para aplicação na América Latina, pois a região, a despeito das difíceis condições das rodovias, tem média de rodagem mais elevada, ao redor de 100 mil km/ano. “Por isso a aplicação de um sistema que não só reduza o custo de operação para o frotista, mas possibilite aumento no nível de segurança e de conforto para o motorista, além de contribuir para a melhoria das condições de tráfego, é de forte relevância.”

AD

Para ter maior flexibilidade nas entregas e garantir maior competitividade às montadoras locais, a Hella manteve projeto de nacionalizar componentes para o mercado brasileiro e acaba de inaugurar fábrica em Indaiatuba, SP, parte de um investimento que totaliza até o momento R\$ 43 milhões.

Inicialmente produzirá módulos de conforto, que controlam o acionamento dos vidros elétricos, travas das portas, iluminação interna e outras funções do automóvel, mas aos poucos ampliará sua oferta de componentes a partir da nova fábrica. “Nenhuma montadora está aceitando o repasse total do custo da importação”, comenta Carlos Bertozzi, diretor responsável pela Hella do Brasil. “Sem a nacionalização não temos competitividade. Com ela, o retorno do negócio será mais positivo.”

O executivo informa que já a partir de julho a empresa iniciará a produção em Indaiatuba do módulo de bomba de combustível, dispositivo que isoladamente gera economia de consumo da ordem de 1%. Há planos também de instalar por lá uma linha de módulo de direção elétrica e de pedais de acelerador, além de outros itens que venham a ter demanda que justifique investimento em localização.

Até recentemente a empresa mantinha uma parceria com a companhia Emicol Eletro Eletrônica em uma fábrica localizada em Itu, também no interior paulista, onde montava os módulos de conforto.

“Agora queremos nacionalizar o



Divulgação/Hella

Vem mais por aí

A Hella inaugura fábrica em Indaiatuba e nacionaliza módulos de conforto que antes eram montados aqui. Em julho começa a produzir módulos de bomba de combustível e tem projetos para mais itens locais.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A Hella tem faturamento anual no Brasil em torno de R\$ 60 milhões e com a nova fábrica busca novos negócios por aqui

componente ao máximo. Tirando a parte eletrônica, sem disponibilidade interna, vamos comprar toda a parte mecânica aqui no Brasil.”

700 MIL ITENS — Inicialmente com cinquenta funcionários, com previsão de contratação de mais cinquenta, a Hella programa produzir no primeiro ano cerca de 300 mil módulos de conforto, que fornecerá à Volkswagen, e 400 mil módulos de bomba de combustível. “Com relação a esse segundo item já estamos em fase final de negociação com uma grande montadora daqui”, informou Bertozzi.

Segundo o executivo, há boas expectativas com relação aos módulos de bomba de combustível por permitirem redução de consumo, o que hoje está na pauta de toda a indústria automotiva. Também nesse contexto enquadram-se os módulos de direção elétrica, que a empresa também pretende produzir aqui:

“Esses módulos geram economia de até 5% e a previsão é de que até 2020 cerca de 70% dos carros brasileiros terão o equipamento”. Outro item que está na sua pauta de nacionalização é o pedal de acelerador.

Em terreno de 25 mil m², com 5 mil m² de área construída, a fábrica de Indaiatuba é altamente automatizada, segundo Bertozzi, incorporando máquinas de última geração que vieram do Japão. O executivo diz que apesar da crise brasileira, em nenhum momento o Grupo Hella pensou em abandonar o projeto de fábrica local:

“A matriz pergunta sempre o que

está acontecendo, mas sabe que a crise é passageira. Só não se sabe o tempo que vai levar”. O importante, avalia o diretor, é que com a nacionalização a empresa terá mais flexibilidade para atender às montadoras. “Tem componente que leva trinta semanas para chegar e com a crise tem acontecido de o pedido, no meio do caminho, ser revisto para a metade.”

Mundialmente conhecida no segmento de iluminação automotiva, no qual é uma das principais fabricantes, a Hella ao menos por enquanto não tem planos de produzir por aqui faróis e lanternas, já utilizados em veículos brasileiros a partir de exportações feitas pelas próprias montadoras. “Estaremos sempre observando esse mercado, mas por enquanto a opção do grupo é abastecer a América do Sul a partir de suas unidades instaladas no México e Estados Unidos.”

REPOSIÇÃO — A Hella tem faturamento no Brasil em torno de R\$ 60 milhões/ano. Agora em 2016 vem registrando queda de 30% no volume entregue às montadoras, mas os negócios no aftermarket estão em alta e, com isso, tem conseguido manter receita próxima à de 2015. A empresa opera no mercado de reposição com faróis, lanternas, lâmpadas, reles e módulos eletrônicos.

“A reposição não chega a compensar a queda nos negócios OEM, mas traz oportunidades importantes de negócios. Não descartamos inclusive de nacionalizar itens que abastecem a reposição”, conclui o diretor. **AD**

Sindipeças: a relevância de um novo presidente.

Dan Ioschpe, eleito para o comando do Sindipeças, declara sua inimiga a competitividade baixa, rasteira – a brasileira. Valoriza trabalho de equipe e quer muita integração com o mundo.

Vicente Alessi, filho | vi@autodata.com.br

Ele não se estranha, realmente não se estranha, na sua atual posição, a de presidente do representativo Sindipeças, o Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores. Cinquentão, poderia se dedicar à vela ou à equitação. Ou à atenção total aos negócios da família. Optou pela sua presença na entidade, que acompanha há trinta anos.

“Estar aqui, nesta posição, era, e é, importante. Basta isso.”

Ele tem plena noção da relevância

dos assuntos que chegam à sua mesa, da relevância do que chega ao seu endereço eletrônico, daquilo que se anuncia por meio dos telefones. Ser presidente do Sindipeças, ele parece dizer, é algo muito, muito importante – e Dan Ioschpe tem toda a razão.

Como disse o novíssimo presidente da Anfavea, Antônio Megale, em seu discurso de posse, na noite da segunda-feira, 25 de abril, não há indústria de veículos sem a presença marcante da indústria de sistemas, componen-

tes e autopeças – sem parafusos não existem carros, para recordar uma mantra de George Guimarães.

E essa indústria está numa de suas crises cíclicas, de falta de compras por desconfiança, da parte dos consumidores, com relação ao seu amanhã – neste caso, de dúvida, retraindo-se.

(A este respeito talvez coubesse devida análise comparativa daquela década inteira, a trombeteada Década Perdida, a dos anos 1980, diante desses nossos anos recentíssimos.)





Principalmente a partir de 2007, mas na prática e aos poucos desde 1998, Dan Ioschpe vinha recebendo atribuições de representação do Sindipeças. O mesmo Antônio Megale, da Anfavea, não me poupou elogios ao espírito contribuinte de Dan Ioschpe, ao seu interesse em deslindar encrascas comuns aos parceiros do setor.

“Paulo [Butori] me incentivou muito a assumir minhas contribuições ao setor. Ele me concedeu atribuições crescentes, e de importância. Absorvi,

eu acho, a ideia da importância da contribuição.”

Presidente do Sindipeças por 22 anos, e nem de perto um cultor do continuísmo — logo ele, que durante boa parte da vida combateu a mesmice —, Paulo Butori me contou, com a liberdade de amizade de seguros trinta anos, desde sua passagem barbudinha pela Abifa, que a presença de Dan impõe confiança.

“Até parece que ninguém sofre perto dele. Claro que sim! Mas o poder de

A entidade tem
hoje noventa
conselheiros
e perto de
quinhentas
associadas

“Estar aqui, nesta posição, era, e é, importante. Basta isso. Aqui, se você quer trabalhar, sempre há o que fazer.”

Dan loschpe



Divulgação/Sindipeças

sua solidariedade é muito forte, é irradiador.”

Nesses últimos quase dez anos Dan loschpe diz ter aprendido algumas coisas a respeito da entidade. Uma delas é o respeito profundo diante da capacitação dos profissionais daquilo que chama de A Casa, aqueles representantes das empresas associadas que “realmente se dedicam ao bem comum espelhado pelos interesses do Sindipeças”.

(Numa linguagem pouco mais despojada são “aqueles caras que conseguem tornar viável uma estratégia, aqueles caras que não temem bolas divididas”.)

O Sindipeças tem noventa conselheiros, e coisa de quinhentas empresas associadas à entidade. Dan loschpe festeja a realidade de o Sindipeças cada vez mais abrir espaços para as associadas, por meio de cursos, atividades internas, feiras, eventos — “Aqui, se você quiser trabalhar, sempre há o que fazer”.

(E começa a listar: legislação, normas, relações trabalhistas, relações com outras entidades, exportações, investimentos, financiamentos... E os comitês jurídico e fiscal, que funcionam com os profissionais d’A Casa e os profissionais contratados?)

“Acabei entendendo que há horas em que você pode, e deve, estar mais presente, em que você não pode fugir de um desafio que se desenha à sua frente há muito tempo...”

(Claro. Ele faz o elogio devido a Paulinho Butori: energia, dedicação ímpar, integração de pessoas.)

Os tempos não são mais aqueles em que o mundo brasileiro da indústria de autopeças tinha suas jóias da Coroa, empresas de capital 100% nacional, Arteb, Cofap, Metal Leve, Sabó — esqueci alguma delas? Para ele não importa: a tarefa do Sindipeças é representar todas, todas, as suas associadas.

A integração ao mundo obedece à sua visão do ambiente globalizado que exige cruzar fronteiras, se relacionar com grandes e pequenos, principalmente quando o País busca a recuperação do mercado doméstico — a longo prazo sua agenda, a de Dan loschpe, é competitividade plena e integração à toda prova.

Ele, a exemplo de John Donne, quer fugir d’A Ilha. Provavelmente ilhas servem basicamente a naufragos — e todos nós os conhecemos. Ele imagina acordos, bilaterais, trilaterais, o escambo, com preferências tarifárias e que se retroalimentem, “que deveriam ser instrumentos competitivos para uma circunstância up to date”.

“A ideia é simples: menos barreiras e maior abertura ao mundo.”

O presidente Dan loschpe não é exatamente econômico nas palavras, mas as utiliza de maneira pouco dogmática. Acredita que o trabalho em conjunto com outras entidades do setor é algo mandatário, “pois o curto prazo é, basicamente, de dificuldades coletivas”.

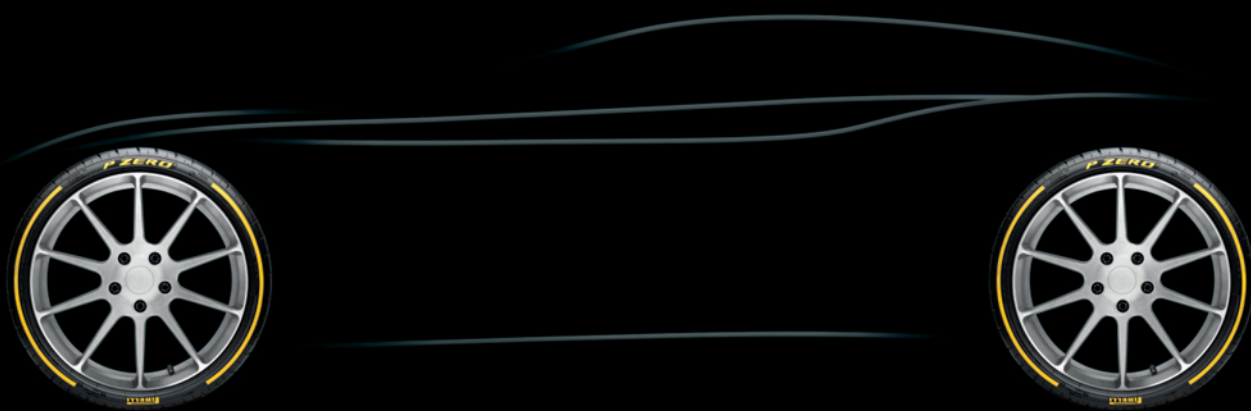
Ele sabe: há uma visão construtivista dos temas, há visões específicas, há timings diferentes de como se atingir cenários estratégicos. Mas há que ir adiante.

AD

P ZERO™

COMBINE COM SEU CARRO FAVORITO

(CARRO NÃO INCLUSO)



APRESENTAMOS O NOVO P ZERO



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE

Pirelli P Zero™. Desempenho personalizado desde 1986.

Por mais de 30 anos, os pneus P Zero têm sido a escolha dos mais importantes fabricantes de automóveis, para os melhores veículos do mundo. Hoje, com base nessa experiência e em sua tecnologia de ponta, a Pirelli lança o novo PZero, o pneu feito especialmente para a próxima geração de carros, projetados para proporcionar mais emoção e dirigibilidade. Para um desempenho feito sob encomenda, procure a linha P Zero™. A versão colorida mostrada na imagem é uma edição limitada de lançamento desenvolvida para algumas medidas. Descubra mais sobre Pirelli.com

Não chega nem perto de compensar o acentuado declínio do mercado doméstico de chassi e ônibus completos, mas é o horizonte delineado pelos negócios externos que fornecer uma cena alentadora para o segmento nestes tempos bícudos.

“O desempenho do primeiro trimestre sugere que em breve a Anfavea deverá revisar suas projeções”, revela Luiz Carlos Moraes, vice-presidente da associação, durante apresentação

no Workshop AutoData Tendências Setoriais Ônibus, realizado em meados de abril em São Paulo. “Estamos passando pela maior crise da história da indústria de veículos comerciais no Brasil, mas nas exportações há um viés de alta. As equipes de vendas estão fazendo as malas e pegando o avião para diversas partes do mundo em busca de novos negócios.”

Moraes não comete nenhum exagero ao definir as dificuldades do mercado, como também em constatar a cor-

Algum sopro de alívio vem dos negócios externos no cenário desolador no qual se encontra o segmento de ônibus



rida aos aeroportos. Nos três primeiros meses do ano as fabricantes negociaram 2,7 mil chassis, queda de 47,8% em relação ao mesmo período do ano passado, que já registrava uma retração de 25% na comparação com o primeiro trimestre de 2014. Nos mesmos três meses iniciais do ano, no entanto, as exportações cresceram 8,4%, para pouco mais de 1,5 mil unidades, desempenho que vinha embalado desde o ano passado, quando os embarques cresceram 10,9%.



©Stockphoto.com/alfredo

O crescimento da movimentação no porto com as encomendas de ônibus também é confirmada pelo presidente da Fabus, a associação que reúne as encarroçadoras, José Antônio Fernandes Martins. Segundo dados da entidade, as exportações do segmento registraram expansão de 12% no primeiro trimestre e a tendência é de aceleração dos negócios ao longo do ano.

“Estamos prevendo um acréscimo de 20% a 25% nas vendas externas de ônibus encarroçados este ano em relação a 2015”, destacou o representante da Fabus. “Deveremos exportar na faixa de 4,5 mil a 4,8 mil unidades, ante as 3,8 mil de 2015. Estamos reconquistando mercados perdidos no passado, como Oriente Médio e África, e começamos a crescer na região latino-americana.”

DESAFIOS — Certamente as exportações são importantes e necessárias para a indústria nacional de ônibus, afinal, como lembra o vice-presidente da Anfavea, o País é o 4º maior produtor de chassis do mundo. Mas o comércio externo não se estabelece do dia para a noite, como também apresenta diversos desafios. “Cada país, cada mercado tem sua peculiaridade”, lembrou Marcos Forgioni, vice-presidente de mercados internacionais da MAN durante apresentação do Workshop AutoData. “Há inúmeras legislações, regras, encarroçadores. Sem o apoio firme da engenharia em cada local não é possível fazer negócios.”

Forgioni sabe o que diz. A MAN exporta para diversos mercados, sem-

pre a partir de sua fábrica de Resende, RJ — sejam veículos prontos ou kits SKD, parcialmente desmontados, que também podem variar a depender do cliente — e tem 182 concessionárias fora do Brasil, especialmente América Latina e África. Os representantes estão localizados em países como México, Argentina, Colômbia, Equador, Paraguai, Uruguai, Venezuela e África do Sul. No segundo semestre um novo reforço chegará à Nigéria.

O extenso portfólio de cliente exige uma ampla lista de soluções, pois cada local tem sua própria regulamentação para ônibus e não somente ao que diz respeito às emissões.

Só para ficar no caso de motores para a América Latina, como destaca Forgioni, há países que ainda estão na Euro 1, enquanto outros já obrigam a Euro 5 e, entre uma e outra, também necessidade de atender com as legislações da Euro 2 a Euro 4, conforme o mercado. “Hoje em Resende produzimos veículos Euro 2, Euro 3 mecânico, Euro 3 eletrônico, Euro 4 e Euro 5. É complicado, pois o parque de fornecedores não aguenta tamanha variação com volumes pequenos.”

Há outras normas que aprofundam ainda mais os desafios do exportador de ônibus, como algumas especificações técnicas e exclusivamente locais, como a decisão do Equador de adotar o padrão europeu para para-choques, assentos e sistemas de iluminação. Ou ainda as características dos BRTs mercados afora.

“Na América Latina há vinte agências gestoras em oito países, algumas



Simão Salomão

querem porta do lado esquerdo, outros do lado direito, piso alto, piso baixo, dentre outras exigências exclusivamente locais.”

Apesar de todos os complicadores não há como negar as boas expectativas nas exportações de ônibus, o que inclui negociações com o Irã.

“Tudo é um questão de ter um business case que faça sentido e estamos perto disso”, destacou Forgioni. “Acredito em boas novidades em breve.”

Se as projeções do cais para fora são satisfatórias, embora desafiadoras, a realidade interna atual para o segmento de ônibus é completamente oposta. Pelas estatísticas da Fabus, que contabiliza as vendas dos ônibus encarroçados, os negócios encolheram 53% no primeiro trimestre, de 4,3 mil unidades emplacadas nos três primeiros meses do ano passado para 2 mil 55 este ano.

Para Martins, diante do atual momento pelo qual atravessa o País é difícil até mesmo traçar estimativas para o desempenho interno. Ressaltou, porém, ser fundamental reestabelecer condições adequadas de crédito para que o segmento se recupere: “O custo de um financiamento, incluindo juro e taxas dos bancos, beira os 17%”.

O encarecimento do dinheiro, aliás, parece suplantar a momentânea falta de confiança do empresário em investir. “Nosso principal obstáculo é o custo do financiamento e a falta de disponibilidade de recursos”, reforçou Luís Roberto Fonseca Ribeiro, gerente comercial da Marcopolo. “Em dois anos a prestação de um ônibus urbano dobrou, ou seja, a capacidade de investimento das empresas caiu pela metade.”

O marasmo do mercado traz ainda

outra angústia ao segmento: excesso de capacidade. De acordo com a Fabus, de 60% a 65% nas encarroçadoras e em torno de 80% nas fabricantes de veículos comerciais. O resultado imediato desta realidade é um salve-se quem puder a qualquer custo e prováveis consequências devastadoras no futuro.

“A guerra de preço é muito grande. Hoje há um verdadeiro desespero no mercado”, revelou Maurício Lourenço da Cunha, diretor industrial da Caio Induscar. “O risco é de nem todos sobreviverem após a atual crise.”

Não se trata de uma questão de sobrevivência para as fabricantes de chassi instaladas por aqui, embora o momento traga sérias dificuldades. Representantes das montadoras projetaram durante o Workshop AutoData Ônibus um volume próximo a 11 mil

Não há esperança
no setor de
ônibus, sejam
urbanos ou
rodoviários, de
recuperação das
vendas ao longo
deste ano

chassis negociados ao longo deste ano, desempenho por volta de 35% abaixo do resultado obtido no ano passado.

A expectativa dos executivos é de que o ritmo registrado no primeiro trimestre seja o mesmo ao longo do ano. “Não temos muitas esperanças em recuperação ainda em 2016”, afirmou Luís Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus. “As encomendas para urbanos já vieram, uma vez que os prefeitos não poderão mais inaugurar nada por causa das eleições. Em rodoviários as coisas estão travadas por questões regulatórias. Junte isso a um ambiente político e econômico desfavorável e não há como crer em recuperação”.

CRÉDITO — Também afeta de maneira negativa o ambiente descrito por Pimenta o crescimento da inadimplência dos clientes nos últimos meses, o que torna ainda mais difícil a concessão de crédito. “Esse cenário desestimula o negócio e contribui ainda mais com a queda nas vendas”, lamentou Jorge Carrer, gerente executivo de vendas de ônibus da MAN. “Não tenho como esperar outro desempenho para o ano senão de mais uma queda.”

A retração parece ser sem precedentes para o segmento. O diretor de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz, Walter Barbosa, lembrou que o mercado brasileiro deveria oscilar na faixa de 25 a 26 mil unidades negociadas. Pelo resultado apresentado até agora está abaixo da metade, portanto. “Essa crise não é igual a outras já vividas. O impacto negativo foi maior e ela se mostra mais duradoura,

criando dificuldades em todos os segmentos.”

Pimenta, da Volvo Bus, reforçou avaliação do representante da Mercedes-Benz, ao observar a situação do parque de fornecedores. Segundo ele, muitos estão quebrando e fechando as portas: “Atender o conteúdo local poderá ser um grande desafio em futuro próximo.”

O diretor de ônibus da Scania, Silvio Munhoz, porém, observou que os clientes não demonstram mais pessimismo, uma fase que ficou para trás. “Hoje vemos inconformismo e incerteza e, por isso, precisamos transmitir otimismo aos clientes, até para saúde de nosso negócio.”

Mas dentre tantos resultados desanimadores há os que têm boas histórias para contar. Apesar do pouco tempo de atuação no segmento, a Iveco Bus, com pouco mais de um ano de Brasil como unidade de negócio, contabilizou crescimento de 62,4%, para 1,2 mil unidades vendidas em um mercado que caiu 38,9 % em 2015. E não só: comemora a conquista de licitação no Caminho da Escola de um lote de 1,6 mil unidades de GranClass, modelo recém-lançado em parceria com a Mascarello, para entrega nos próximos 12 meses.

“Em programa que se acha praticamente parado é uma excelente notícia”, entusiasmou-se Gustavo Serizawa, gerente de marketing de produto da Iveco Bus. “As entregas também nos garante volume para manter algum ritmo de produção em período que, sabemos, não será dos mais fáceis.” **AD**

Santiago



Carlos Santiago, atual diretor de produção de caminhões, assume em primeiro de julho o cargo de vice-presidente de operações da Mercedes-Benz do Brasil, substituindo Wolfgang Hänle

Catasiner



A Zen tem novo diretor de vendas e marketing. David Albert Michel Catasiner terá como uma de suas missões elevar o faturamento da empresa no segmento de OEM.

Carvalho

A Escandinavia del Plata, distribuidora de equipamentos de construção Volvo e SDLG na Argentina e Uruguai, tem novo diretor executivo: Cleber Carvalho, ex-responsável pela operação Volvo ônibus na Colômbia, sucede a Martin Casal e estará baseado em Buenos Aires, Argentina.

Stoecker

O alemão Carsten Stoecker assume a vice-presidência sênior da fábrica da BMW em Araquari, SC, substituindo o também alemão Gerald Degen, que comandava a unidade desde a inauguração. Formado em Engenharia Industrial ele iniciou sua carreira no BMW Group em 1998, na fábrica de Munique.

Montenegro



A Dana anuncia Cezar Lopez Montenegro como o novo diretor de engenharia de desenvolvimento de produto para veículos leves e comerciais para o Brasil.

Arqueiros

A Hyundai Motor Brasil entrega veículos HB20 aos arqueiros Andrey Muniz de Castro e Marcus D'Almeida, ambos patrocinados pela montadora desde o ano passado, reforçando sua aposta no esporte brasileiro. Além de aproximar ainda mais os atletas da marca, os carros vão auxiliá-los na locomoção para os treinamentos.

CDP

A MWM inaugura Centro de Distribuição de Peças em Jundiaí, SP. Segundo a fabricante, a unidade garantirá entregas de peças originais para todo território nacional e mercado de exportação, com 89% dos pedidos atendidos em até 48 horas. Possui capacidade diária para receber mais de 85 mil peças, embalar cerca de 80 mil conjuntos e 2,3 mil kits-cilindro, além de separação e conferência de 4 mil linhas e expedição de 800 NFs.



Tatuapé

A Audi do Brasil inaugura mais uma concessionária em São Paulo. Localizada na Capital, no bairro do Tatuapé, a loja é a primeira da região construída no padrão terminal, ou seja, com arquitetura interna e externa modernizada, que traz linhas e elementos que remetem às curvas e ao honeycomb da marca. Com 4,1 mil m² de área construída e um showroom para doze veículos, dentre eles Audi R8, Q7, RS3 e A4, a Audi Center Tatuapé é administrada pelo Grupo Dealer, que atua no mercado automotivo desde 1993.

REVISÃO DAS PERSPECTIVAS

13 JUNHO

Milenium - Rua Dr. Bacelar, 1043
Vila Mariana, São Paulo

ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686



PROGRAMA

Programa sujeito
a confirmação

- Abertura - Balanço AD
- Boas vindas - Ipiranga
- Palestra Anfavea - Antonio Megale
- Presidente
- Palestra MAN - Antonio Roberto Cortes
- Presidente
- Painele Motores - Cummins - Maurício Rossi
- Diretor de Vendas Motores Brasil,
Mercosul; FPT Industrial - Marco Aurelio
Rangel - Presidente e MWM - José Eduardo
Luzzi - Presidente
- Palestra Sindipeças
- Palestra CNHi - Vilmar Fistarol - Presidente
- Boas vindas - Truckpad
- Palestra KPMG - Crise e Oportunidade
- Christian Murayama
- Painele Sistemistas - Bosch; Delphi - Paulo
Santos - Presidente; e Schaeffler - Marcelo
Machado - Vice Presidente Automotivo
- Palestra Renault - Fabrice Cambolive
- Presidente
- Painele Caminhões e Ônibus - Ford Caminhões;
Iveco; Mercedes-Benz e Volvo - Bernardo
Fedalto - Diretor
- Palestra PSA - Carlos Gomes - Presidente

Desde o ano passado o setor automotivo brasileiro vem sofrendo com a crise econômica e em especial com a crise política que estamos vivendo no Brasil. Em razão disto, a busca constante por informações de qualidade que possam balizar as decisões principalmente de curto prazo passou a ser de fundamental importância para o planejamento das empresas. Neste segundo semestre o que podemos ainda esperar em termos de produção e vendas de veículos no País? Podemos ter esperança de uma retomada ainda neste 2016? A atual crise política e econômica terão ainda grande influência no futuro? Como as principais empresas, sejam montadoras ou fabricantes de autopeças, estão negociando com suas matrizes o atual momento do Brasil? Quais são as perspectivas em termos de vendas e produção nos segmentos de automóveis, caminhões, ônibus e máquinas agrícolas e de construção para os próximos meses? Estas e outras importantes questões é que serão respondidas no Seminário AutoData Revisão das Perspectivas 2016, que acontecerá no dia 13 de junho no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, evento este que será uma oportunidade importante para se conhecer o que a indústria automotiva nacional espera para o segundo semestre de 2016.

INVESTIMENTO

Até 13/05: 25% de desconto R\$1.230,00
De 14/05 até 27/05: 15% de desconto R\$1.394,00
De 28/05 até 03/06: 10% de desconto R\$1.476,00
De 04/06 até 12/06: R\$1.640,00

- Inscrições de 3 a 5 participantes + 5% de desconto
- Inscrições de 6 ou mais participantes + 10% desconto

Patrocinador
Diamante



Lubrificantes



Patrocinador
Ouro



Patrocinador
Prata



Companhia Brasileira de Alumínio
Votorantim
Alumina

Apoio



Apoio Divulgação



INSCRIÇÕES: 11 5189-8900

www.autodata.com.br

Vão-se as cordas, ficam os cabos de aço

Embora a legislação veicular tenha progredido nos últimos anos com a inclusão de diversos itens de segurança como airbags, freios ABS e protetor lateral para veículos de carga, os acidentes de trânsito ocupam hoje o segundo lugar dentre as causas externas de morte segundo dados do Ministério da Saúde.

Com a recente adesão brasileira ao Fórum Mundial para a Harmonização dos Regulamentos Veiculares, da ONU, respondemos à chamada por mais segurança veicular com a resolução nº 567, de 16 de dezembro de 2015, que torna obrigatória a instalação do Sistema de Controle de Estabilidade, ESC, para carros, ônibus e caminhões vendidos no País.

O índice da frota brasileira equipada com essa tecnologia, de singelos

9%, é muito inferior à média mundial, de 63%.

O ESC é uma tecnologia de segurança ativa, que corrige a trajetória do carro e tira do motorista a decisão de controlar o veículo em situações de risco, como curvas fechadas e pistas com baixa aderência. Vai contribuir muito para a redução do número de acidentes de trânsito com vítimas porque protege diretamente motoristas e passageiros.

Mas para atingir o deadline de 2022 ainda existem algumas questões a resolver:

Seguiremos a norma europeia, a norte-americana, ou faremos adaptações?

Quais campos de provas estão preparados com pistas para homologação de veículos de carga? De que forma o

ESC poderá se estender a todo o portfólio dos implementos rodoviários com suspensão mecânica?

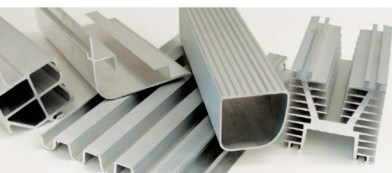
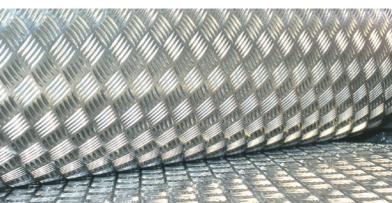
Vale destacar que a direção segura não passa exclusivamente por controles eletrônicos. É o caso, por exemplo, da amarração e da contenção de carga em caminhões. Uma resolução que tem por objetivo a redução de acidentes acaba de ser regulamentada pelo Contran dentro do Código de Trânsito Brasileiro. Portanto, de agora em diante, policiais rodoviários também terão meios legais para acionar infratores.

Vão-se as cordas, mas ficam os cabos de aço, as cintas e as correntes. A corda não poderá ser usada para acabamento ou vedação da carga ou do vento. A lona lateral do sider não é mais considerada meio de contenção da carga. A discussão agora envolve o prazo para adequações em veículos novos e usados, o tempo necessário para a alteração de projetos para atender à nova norma e o tempo de reação dos usuários das carrocerias de madeira, surpreendidos com o fato de que os ganchos não podem mais ser fixados no piso.

Esses e outros temas serão discutidos durante o 9º Colloquium Internacional SAE Brasil de Suspensões e Implementos Rodoviários & Mostra de Engenharia, que se propõe a avaliar e debater o atual cenário, na ótica da indústria, do governo e dos frotistas. O encontro será realizado nos dias 11 e 12 de maio, no Hotel Intercity Premium, em Caxias do Sul, RS. **AD**

João Felipe Araujo | [chairperson do 9º Colloquium Internacional SAE Brasil de Suspensões e Implementos Rodoviários](#)

NOSSO ALUMÍNIO É COMPETITIVIDADE EM MOVIMENTO.



A Votorantim Metais CBA oferece soluções de alumínio para as indústrias de implementos rodoviários e encarroçadores, com um amplo portfólio de produtos extrudados e laminados. Uma empresa brasileira, líder no mercado nacional e que exporta para diversos países da América do Sul e da América do Norte. Com o nosso alumínio, os transportes levam alta performance, qualidade e responsabilidade ambiental a todo lugar.

Leveza | Resistência | Baixa emissão de CO²

Saiba mais em: www.vmetais.com.br.



Companhia Brasileira de Alumínio





"Pra mim, o motor tem que ser forte para encarar qualquer carga."

Motor de 13 L com 460 cv e 510 cv.

"Tem que juntar beleza e manutenção simples, porque caminhão parado é prejuízo."

Novo para-choque com material resistente e conjunto ótico modular.

"Durante a noite, preciso ter uma cabine fresca para ter uma noite agradável."

Climatizador de série.

"O tanque precisa ser grande o suficiente para não ter que abastecer toda hora."

Tanques de até 1.080 litros.

"A suspensão precisa ser resistente, não importa o tipo de terreno."

6x4 com suspensão metálica e freios a tambor.

Na cidade somos todos pedestres.



Novo Actros. As estradas falam. A Mercedes-Benz ouve.

Mais forte, confortável e econômico do que nunca.
Do jeito que as estradas pediram.

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

 MercedesBenzCaminhoes

Mercedes-Benz
A marca que todo mundo confia.

