

AutoData 25

AutoData Editora

Ano 25 | Outubro 2016 | Edição 326

PERSPECTIVAS 2017

Tudo indica que o fundo do poço chegou, com as vendas estabilizando-se em patamar 50% inferior ao de dois anos atrás. Diante dos erros do passado, a maioria dos executivos do setor mostra cautela quanto às projeções de novo crescimento.



Apresentado por



TORQSHIFT

TRABALHO PESADO EM EQUIPE

Três empresas, dois anos de projeto. A Ford Caminhões lança uma nova linha de veículos com tecnologia desenvolvida em parceria exclusiva com a Eaton, líder mundial entre as fornecedoras de transmissões automotivas, e a Cummins, maior fabricante independente de motores diesel do País. O resultado são funções que facilitam o trabalho do condutor, sem prejudicar a robustez do conjunto.



ASSISTENTE DE PARTIDA EM RAMPA (HLA)

O Assistente de Partida em Rampa – ou HLA, do inglês Hill Launch Assistant – atua no sistema de frenagem do veículo, deixando-o parado no lugar após a retirada do pé do freio por até três segundos. Esse tempo a mais facilita a retomada do movimento do caminhão mesmo em parada total.



INOVAÇÃO ROBUSTA

A LINHA CARGO TORQSHIFT é a grande novidade dos lançamentos da Ford. O sistema de transmissão automatizada, que dispensa as trocas de marcha manuais, vem em três versões: duas com dez velocidades e outra com 16. Os objetivos do projeto, que foi iniciado em 2014, são claros: aumentar a economia de combustível, a durabilidade dos componentes e o desempenho do motor. Entenda, a seguir, suas principais funções.

A CÂMBIO AUTOMATIZADO EATON

Produzido a partir da caixa Eaton RT, famosa por sua força e resistência, o sistema escolhe a melhor marcha de partida, tanto no modo drive quanto no manual, e o piloto automático mantém a mesma velocidade em subidas e descidas. A manutenção é simples, com custo similar ao de uma caixa de câmbio manual.



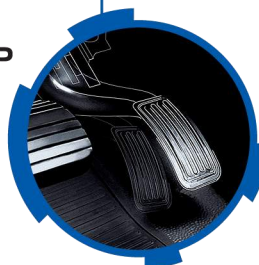
B FUNÇÃO LOW

Indicada para enfrentar longas descidas, a função Low reduz as marchas de forma gradual durante a frenagem, garantindo que o motor esteja sempre na faixa de rotação mais adequada para a velocidade do momento. Isso aumenta a eficiência do freio-motor e a durabilidade do freio de serviço, menos acionado ao longo da viagem.

C FUNÇÕES KICKDOWN E CREEP

São duas opções de condução: o modo Economia de Combustível privilegia a eficiência do motor. Já o modo Performance, ideal para retomadas e ultrapassagens, é ativado quando o motorista pisa fundo no acelerador.

A função Creep utiliza a rotação do motor em marcha lenta para permitir o avanço do veículo sem a necessidade de manter o pé no acelerador – é preciso apenas um toque no pedal.



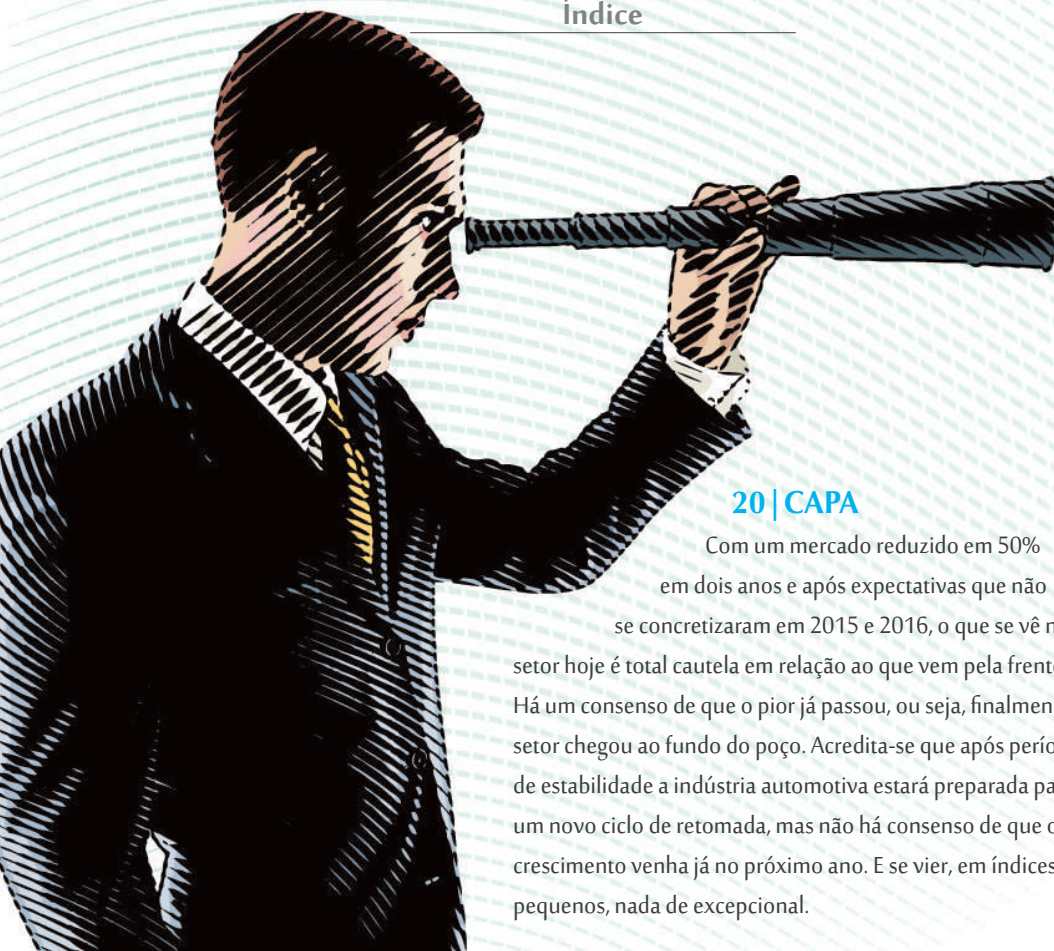
0800-703 FORD
3 6 7 3



Saiba mais em: fordcargotorqshift.com.br

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Índice



©iStockphoto.com/George Peters

20 | CAPA

Com um mercado reduzido em 50% em dois anos e após expectativas que não se concretizaram em 2015 e 2016, o que se vê no setor hoje é total cautela em relação ao que vem pela frente. Há um consenso de que o pior já passou, ou seja, finalmente setor chegou ao fundo do poço. Acredita-se que após período de estabilidade a indústria automotiva estará preparada para um novo ciclo de retomada, mas não há consenso de que o crescimento venha já no próximo ano. E se vier, em índices pequenos, nada de excepcional.

- 28 | [Anfavea](#)
- 30 | [Sindipeças](#)
- 34 | [Fenabrave](#)
- 38 | [Anef](#)
- 42 | [Agrale](#)
- 46 | [BMW](#)
- 50 | [DAF](#)
- 52 | [Fiat](#)
- 54 | [Ford](#)
- 58 | [General Motors](#)
- 62 | [Honda](#)
- 66 | [MAN](#)
- 68 | [Mercedes-Benz](#)
- 72 | [PSA](#)
- 76 | [Toyota](#)
- 78 | [Volvo](#)
- 82 | [Volkswagen](#)
- 86 | [Fornecedores](#)
- 90 | [Motores diesel](#)
- 94 | [Máquinas agrícolas e rodoviárias](#)



Divulgação/MAN

98 | Hannover

O IAA 2016, Salão Internacional de Veículos Comerciais de Hannover, realizado na Alemanha em setembro, foi palco de vários lançamentos que indicam tendência crescente do uso da conectividade no mundo do transporte.



Divulgação/Jeep

102 | Lançamento

A FCA promove em Pernambuco o lançamento global do Jeep Compass, que estará nas concessionárias em novembro. Fabricado em Goiana, PE, o SUV é um dos veículos mais repleto de tecnologias fabricado no País e terá preço na faixa R\$ 100 mil a R\$ 150 mil.

08 | On&Off

Notícias que mexem
com o setor automotivo

12 | From the Top

Letícia Costa, sócia da
Prada Consultoria

104 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado
automotivo

106 | Artigo

Fernando Bortolini, das
Empresas Randon

Lições do passado

Há exatamente um ano, na edição 314 de AutoData, trazíamos em nosso editorial a expectativa do setor com relação a 2016, destacando a esperança, já naquela época, de que o pior havia passado. A maioria acreditava que o fundo do poço seria naquele final de ano, ou seja, ante o tombo de quase 25% nas vendas de 2015 com relação a 2014 a indústria teria pela frente um 2016 estável.

O primeiro semestre passou e nada do tão esperado fundo do poço chegar. Foi apenas por volta de agosto que alguns executivos da área começaram a falar que, finalmente, o pior estava ficando para trás, crença que — assim como havia acontecido há um ano — volta a prevalecer na maioria das entrevistas feitas para esta edição Perspectivas 2017. Ainda há alguns céticos, mas no geral aposta-se que não haverá mais queda. E se houver crescimento, será pequeno, nada que leve o setor a retomar no curto prazo o recorde de 2012.

Resta torcer agora para que a expectativa em relação a 2017, após dois anos de projeções frustradas, se concretize. Que ao menos haja estabilidade. E que as empresas, como dizem alguns executivos, aprendam com os erros do passado, apostando agora em planejamentos mais racionais, que contemplem a volatilidade do mercado brasileiro. **AD**

Alzira Rodrigues | editora
alzira@autodata.com.br

AutoData
Editora

Diretoria Márcio Stéfani, Publisher, Roberta Mariah, Comercial | **Conselho Editorial** Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho, Sérgio Duarte | **Redação** George Guimarães, diretor adjunto, Alzira Rodrigues, editora-chefe, Décio Costa, editor executivo | **Projeto gráfico/Arte** Romeu Bassi Neto | **Fotografia** DR e Divulgação | **Foto capa** ©iStockphoto.com/stocksnapper | **Eventos/Seminários** Paulo Fagundes | **Comercial e Publicidade** Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Rosa Damiano, executivos de contas | **Assinaturas/Atendimento ao Cliente** Tel.: PABX 11 5189 8900, fax 11 5189 8942 | **Departamento Administrativo/Financeiro** Vera Lúcia Cunha, diretora adjunta, Hidelbrando C de Oliveira | **Distribuição** Correios | **Tiragem** 8 500 mil exemplares | **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** Márcio Stéfani



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br



Imagens meramente ilustrativas.



**Assim como nossos caminhões,
o seu voto é sob medida
para nossa necessidade.**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



A MAN Latin America é finalista no Prêmio Autodata 2016 em três categorias:

- Montadora de Veículos Comerciais
- Veículo Caminhão: VW Constellation 19.330 Titan
- Veículo Ônibus: Volksbus 8.160 OD Piso Baixo

Contamos com o seu voto.

Entre no site www.man-la.com e vote. MAN Latin America,
fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.

MAN



**Caminhões
Ônibus**

BMB

O primeiro centro de customização de veículos comerciais brasileiro a entregar modelos personalizados com garantia de fábrica comemora 15 anos. A BMB acumula mais de 130 mil unidades modificadas de caminhões e ônibus Volkswagen e MAN no Brasil e até o fim do ano abrirá operação semelhante em Querétaro, México, também para trabalhar com a MAN.

Enfim

A FCA já produz em Betim, MG, sua aguardada nova geração de motores denominada Firefly. Por enquanto, são duas versões: 1.3 de quatro cilindros e 1.0 de três cilindros. As duas bicompostíveis, com bloco de alumínio, estrearam no Uno 2017 e em breve serão incorporadas em outros modelos nacionais.

Mais uma

A Aliança Renault-Nissan fechou parceria global com a Microsoft para desenvolvimento conjunto de tecnologias de conectividade para automóveis. O conglomerado automotivo quer colocar nas ruas ao menos dez veículos autônomos até 2020.

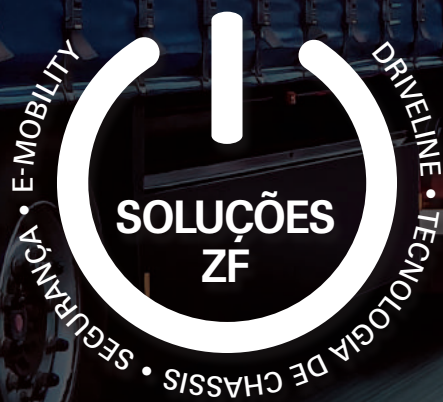
BorgWarner

Para ocupar capacidade ociosa em tempo de baixos volumes de vendas internas, a fábrica da BorgWarner em Itatiba, SP, começa a exportar turbos para motores 1.0 produzidos na Europa. A informação é de Arnaldo Iezzi, por anos diretor geral da unidade brasileira e desde fevereiro de 2015 em idêntico cargo na Alemanha. Iezzi não revela os volumes de remessas, mas antecipa que a operação brasileira incorporará outras divisões de produtos.



A Mercedes-Benz não economizou novidades na Feira Internacional de Eletrônica de Stuttgart, Alemanha. Dentre as várias atrações, apresentou sua visão de van do futuro, a Vision Van – conectada, automatizada e movida a energia elétrica – e flashes da sua estratégia global adVANce. O Grupo Daimler está se preparando para ser grande provedor de soluções de logística no ramo do transporte. “Queremos ser líderes também nesse processo”, disse Volker Mornhinweg, chefe mundial de vans da companhia. “Nosso programa é muito denso. Hoje já temos alguma prática de futuro e muitos conceitos ainda a desenvolver.”

Respeite a sinalização de trânsito



PRODUTIVIDADE 

SISTEMAS MECÂNICOS E ELETRÔNICOS TRABALHANDO EM CONJUNTO DE FORMA INTELIGENTE E AVANÇADA. WWW.ZF.COM/TECHNOLOGY-TRENDS



MOTION AND MOBILITY

“Nenhum robô dirigirá uma Ferrari”

Sergio Marchionne | CEO da FCA, sobre carros autônomos

Neo Rodas 1

Um dos principais fornecedores de rodas de alumínio da indústria brasileira trocou de dono: a fábrica da Alujet em Vinhedo, SP, agora pertence à Neo Rodas, grupo formado por empresários curitibanos. A empresa foi adquirida do Grupo Sifco por R\$ 18,2 milhões.

Neo rodas 2

Os 270 funcionários e o corpo diretivo e gerencial da empresa foram mantidos. Embora tenha em seu portfólio a tradicional marca de rodas Binno, a empresa seguirá, por enquanto, fornecendo apenas para montadoras no Brasil e Argentina.

Linha ligada

Os primeiros caminhões pré-série da Foton começaram a sair das linhas de montagem da fábrica da Agrale em Caxias do Sul, RS, onde serão provisoriamente produzidos enquanto a unidade produtiva em Guaíba, RS, estiver em construção. A empresa espera concluir as obras até o fim de 2017.

Leque maior

A Termomecanica expandiu sua área de atuação e agora competirá também no segmento de alumínio, em complemento ao seu principal negócio, o cobre. Quer fornecer para indústrias como automotiva, construção e refrigeração.

Tudo parado

A Metro-Schacman chegou a anunciar, em 2011, investimento de R\$ 1 bilhão para produzir caminhões em Caruaru, PE. Depois de muitas revisões, o projeto ainda não saiu do papel. Nem mesmo em Tatuí, SP, onde oficialmente está instalada. “Está tudo parado. São dez funcionários, a maior parte no serviço de atendimento ao consumidor para dar suporte aos consumidores”, afirmou funcionário por telefone. Desde 2012 a empresa vendeu pouco mais de cem caminhões o Brasil.

Por etapa 1

A Cummins começa a oferecer motores diesel da família ISG, de 12 litros, às fabricantes nacionais de veículos. Ainda sem contrato fechado ou negociações avançadas, segundo garantiram executivos da própria empresa, os propulsores deverão chegar em um primeiro momento importados da China, para depois, gradativamente, serem nacionalizados.

Por etapa 2

Os ISG12 são destinados a veículos extra-pesados. Podem ser aplicados tanto em caminhões quanto em ônibus ou máquinas agrícolas. “Para baratear os custos, a compra deverá ser feita diretamente pelo cliente com a Cummins da China”, revelou Maurício Rossi, diretor de vendas de motores, peças e serviços da empresa.

Por etapa 3

A intenção é nacionalizar a produção, mas tudo dependerá da demanda. Segundo Rossi, a importação deste motor chega a ser 15% mais em conta do que a eventual produção local, colocados aí todos os impostos e custos - na China são produzidos cerca de 900 mil motores por ano, sendo Foton e JAC os principais clientes do ISG12.

Comil

Apenas oito meses depois de fechar as portas de sua unidade industrial de Lorena, no Interior de São Paulo, a Comil entrou com pedido de recuperação judicial na Justiça gaúcha. A encarregadora já havia demitido 850 trabalhadores no começo de setembro e adotado somente meio turno de trabalho na sede de Erechim, RS.



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Imagens meramente ilustrativas. Consulte modelos e acessórios disponíveis.

Audi Vorsprung durch Technik



Audi. A marca mais desejada, segundo os concessionários.

Audi. Vencedora do prêmio FENABRAVE 2016.

A Audi do Brasil foi eleita a marca mais desejada por quem mais entende do assunto: os concessionários. Levamos para casa o prêmio FENABRAVE e o orgulho de trabalhar com os melhores franqueados do Brasil.



Período de inflexão

Entrevista a Alzira Rodrigues,
George Guimarães e S.Stéfani
Fotos | Simão Salomão

A complexidade do atual momento político faz com que Letícia Costa, sócia da Prada Consultoria, seja cautelosa quanto à análise do que vem pela frente na área econômica e, em particular, no mercado automotivo brasileiro. Ela acredita em retomada a partir de 2017, mas bastante lenta: “A recuperação não será exuberante. Estão falando em alta do PIB na faixa de 0,5% a 1%. Depende mais de questões políticas do que econômicas. O Brasil não precisa de um diagnóstico. Já se sabe seus problemas. Eu tendo a ser conservadora porque o ambiente político é muito complexo”.

Na sua análise, o que existe por enquanto é uma inversão de perspectivas. Há indicadores de retomada da confiança, mas ainda não se vê reversão nos indicadores econômicos. É um período de inflexão. O que vemos, segundo ela, é que o ritmo de queda vai ser desacelerado.

“Para que a economia e o mercado automotivo voltem a crescer é preciso primeiro que haja, ao menos em parte, as reformas prometidas. E segundo que a inflação caia. Só assim os juros serão reduzidos”, comenta Letícia, destacando que para haver a retomada dos investimentos é preciso que o

custo do dinheiro caia. “E quem terá de investir é o setor privado, o que por si só já envolve reformas. Para a iniciativa privada investir em infraestrutura é preciso passar o programa de concessões. É por isso que não acredito em retomada ainda neste ano. Tem muita coisa para acontecer e o prazo que falta para o ano acabar é curto.”

Quanto ao mercado brasileiro de veículos, ela acredita mais em estabilidade nas vendas do que em recuperação efetiva: “Poderemos ter um pouco de crescimento ou mesmo uma pequena queda em 2017. Será um ano de transição”.

Há indicadores de retomada da confiança, mas ainda não se vê reversão nos indicadores econômicos

A análise do mercado hoje, no geral, é que chegamos ao fundo do poço. A senhora acredita nisso. É o momento da retomada?

Vamos definir primeiro o que é chegar lá embaixo. Que há uma inversão de perspectiva é fato. Há indicadores de retomada da confiança. Mas não se vê reversão nos indicadores econômicos. É um período de inflexão. O que vemos é que o ritmo de queda vai ser desacelerado.

Não se pode, então, falar em retomada?

Retomada mesmo só no ano que vem. Por enquanto tem sinal de mais confiança, mas não de retomada. Falando na questão política, o que vemos é que a Dilma (Rousseff) não tinha mais governabilidade e o Temer (Michael) é por natureza um

articulador político, não entra em conflitos. Mas ainda é um momento de expectativa quanto às reformas que virão. O discurso dele é correto, fala em mudanças na legislação trabalhista, terceirização, previdência etc. Não tenho a ilusão, no entanto, de que todas elas serão concretizadas. Mas algumas devem ser encaminhadas e aprovadas no Congresso.

O que precisaríamos para efetivamente haver a retomada?

Primeiro que haja, ao menos em parte, as reformas prometidas. E segundo que a inflação caia. Só assim os juros serão reduzidos. Para haver a retomada dos investimentos é preciso que o custo do dinheiro caia. E vale destacar que quem vai ter de investir é o setor privado, o que por si só já envolve reformas. Para a iniciativa



privada investir em infraestrutura é preciso passar o programa de concessões. É por isso que não acredito em retomada ainda neste segundo semestre. Tem muita coisa para acontecer e o prazo que falta para o ano acabar é curto.

Há risco de as reformas, mesmo que parcialmente, não ocorrerem?

O atual presidente tem um perfil de não entrar em confronto. Se houver muita acomodação, as reformas não passam. E se nada for feito há risco de colapso do governo. E só vemos o que está acontecendo no Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro. Sem contar que na minha avaliação o grande ponto de interrogação é a Lava Jato. É um jogo mais político do que econômico e tem

“Para a iniciativa privada investir em infraestrutura é preciso passar o programa de concessões”

muita coisa acontecendo que a gente não tem acesso. É difícil prever seus desdobramentos.

Mas voltando à economia, a senhora acredita em crescimento do PIB em 2017?

Acredito sim, mas pequeno. A recuperação não será exuberante, vai ser lenta. Estão falando em alta do PIB em torno de 0,5% a 1%. O crescimento, no entanto, dependerá mais de questões políticas do que econômicas. O Brasil não precisa de um diagnóstico. Já se sabe seus problemas. Eu tendo a ser conservadora porque o ambiente político é muito complexo.

E quanto ao setor automotivo?

Há um nó a ser desatado no setor que é o Inovar-Auto. Ele vence dia 31 de outubro do ano que vem e no meu ponto de vista foi um programa que ficou limitado à proteção do mercado.

A senhora não acha que houve avanços em eficiência energética?

Essa questão não demandaria um programa como o Inovar-Auto. Os avanços nos caminhões, por exemplo, se deram com a legislação Euto 5. Poderia ter sido feito algo similar com os automóveis e comerciais leves, sem a necessidade de adicionar 30 pontos percentuais ao IPI dos carros importados.

Na sua avaliação, então, o programa só serviu para restringir a venda de importados?

CAOA HYUNDAI PREMIUM SERVICES. INDICADA AO PRÊMIO AUTODATA 2016 NA CATEGORIA GESTÃO.

UM ANO DE EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS. MAIS DE 22 MIL CLIENTES TOTALMENTE SATISFEITOS.

A CAO Hyundai Premium Services acaba de ser indicada ao Prêmio Autodata 2016. Mais que uma honra, para nós é um reconhecimento pela inovação nos serviços de pós-vendas e pelo alto padrão de atendimento prestado aos clientes.



Investimento constante em equipamentos de alta precisão e tecnologia.

Conforto e conectividade aprovados por milhares de clientes: free Wi-Fi, Espaço Kids e muito mais.

Mais de 70 mil litros de óleo de motor trocados e 180 mil peças substituídas.

Mais de 300 horas de treinamento e multiplicação de boas práticas.

Mais de 15 mil revisões realizadas em uma oficina de 7 mil m² com organização e limpeza impecáveis.

CAOA HYUNDAI PREMIUM SERVICES

AV. DOS IMARÉS, 923 – MOEMA – SÃO PAULO-SP – TEL.: (11) 3386-9900
Saiba mais em nosso site: www.hyundai-motor.com.br/premium-services

A verdade é que durante os dois primeiros anos do Inovar-Auto a única medida colocada efetivamente em prática foi essa. A rastreabilidade só veio depois desse período e até hoje ninguém viu nenhum resultado concreto desse processo. Pode até ter havido investimento em laboratórios de pesquisa e desenvolvimento e também em nacionalização de autopeças. Mas nada que justificasse os 30 pontos de IPI sobre o importado. E vale lembrar aqui que a OMC, Organização Mundial do Comércio, não gostou nada dessa proteção adotada pelo governo brasileiro.

Mas com o Inovar-Auto vieram novas fábricas para cá, em especial as de marcas de luxo...

Não serão fábricas com capacidade para produzir apenas 20 mil ou 30 mil carros por ano que farão a diferença no mercado automobilístico brasileiro. O problema maior é que o País não tem clareza nenhuma quanto à forma que vai se enquadrar no contexto global da indústria automotiva. Somos um grande mercado, mas com proteção. Não é por aí. É preciso criar uma estratégia que não se limite a proteger o mercado. E aí entra também a questão da eficiência energética. Qual o papel do Brasil no campo dos veículos elétricos e híbridos? O que vamos ser quando crescer?

Como a senhora vê esse futuro?

Não podemos ser bons em tudo. Temos de escolher um caminho. O Brasil não vai ser competitivo,



“Qual é o papel do Brasil no campo dos veículos elétricos e híbridos? O que vamos ser quando crescer?”

por exemplo, em semicondutores. Mas pode ser bom em várias outras coisas. A área de engenharia aqui é bem razoável. Em torno do chip, por exemplo, vai o software. E a indústria brasileira de software é muito boa.

Qual o potencial de exportação do Brasil?

Sempre vi o Brasil um pouco à frente dos demais países emergentes. Nosso carro, por exemplo, é melhor do que o chinês, temos produtos com mais conteúdo do que os feitos em outros países emergentes. E nosso potencial de venda é exatamente para esses países. O mercado norte-americano, por exemplo, tem um consumidor de



automóvel com perfil diferente do nosso. E na Europa acaba havendo proteção de mercado via legislações ambientais. Nosso foco tem de ser os países emergentes, até porque são esses mercados que têm potencial efetivo de crescimento. A África do Sul, por exemplo, é um mercado pouco falado que certamente terá no futuro demanda ampliada.

Falta uma visão de longo prazo para a indústria brasileira?

Em 1994 apresentei um estudo sobre o setor no Salão do Automóvel em São Paulo. Nele eu abordava o maior desafio da nossa indústria naquela época, que era o de se inserir no

contexto automotivo global. Lá se vão 22 anos e nada mudou. Em geral a visão aqui é de muito curto prazo. A produtividade no País não melhorou muito nesse período todo. No Brasil há uma confusão entre redução de custo e produtividade. E não é por aí. Um dado importante nesse contexto é o número de veículos montados por empregado.

Mas há anos se fala na indústria em investimentos na busca por maior produtividade. Não há nada de concreto nesse sentido?

Podemos citar como exemplo de salto em produtividade a fábrica da Volkswagen Caminhões (hoje MAN Latin America) em Resende, no Rio de Janeiro, que revolucionou o conceito de produção na época e inclusive acabou servindo de exemplo para outros projetos do setor automotivo aqui e lá fora.

Voltando a falar do momento atual, o que acontecerá com a nossa base fornecedora?

O número de recuperações judiciais aumentou muito nas empresas de autopeças. Não sabemos quantas vão sobreviver a esse processo, mas sabemos que é duro investir em produtividade sem ter lucratividade. O grande problema no Brasil é que ao longo dos últimos anos vivemos crise em cima de crise, o que gerou dificuldades tanto nos fornecedores como também na rede de concessionárias. A sucessão de crises fragilizou muita gente.

Qual crescimento a senhora projeta para o mercado de veículos no ano que vem?

Vejo um mercado meio estável. Poderemos ter um pouco de crescimento ou mesmo uma pequena queda nas vendas. 2017 será um ano de transição.

O mercado brasileiro passou por uma mudança no últimos anos, com a maioria dos chamados carros de entrada, aqueles na faixa de R\$ 30 mil, saindo de linha. Isso não significa um potencial de venda menor?

A questão de preço tem de ser analisada de forma mais profunda. É preciso ver, por exemplo, quantos salários mínimos são necessários para comprar um carro. Esse é um dos indicativos para situar adequadamente o seu valor. Sem contar que o consumidor brasileiro mudou e, com isso, talvez seja necessário redefinir o conceito de carro de entrada. Ar condicionado e direção hidráulica são itens exigidos hoje pela maioria dos consumidores, o que não acontecia antes.

E quanto ao carro autônomo?

Essa é uma discussão mais complexa, porém uma tendência mundial. É relativamente de curto prazo. Quando se fala em 2030 no setor, se fala em amanhã. E o Brasil não poderá ficar de fora. Os investimentos em conectividade são essenciais para acompanhar a evolução do setor no mundo.

AD

**Novo Passat com Active Info Display.
Um painel igual a você:
moderno, sofisticado e digital.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Mais um item tecnológico que destaca o Novo Passat dos demais: o Active Info Display, um painel digital que coloca todas as informações de navegação dentro do campo de visão do motorista. Acesse mapas, músicas, contatos e muito mais sem olhar para o lado. **Novo Passat. Uma nova categoria de sofisticação.**



Volkswagen

Há consenso de que o fundo do poço chegou, mas são divergentes as projeções sobre como será o ritmo da retomada

Rumo a um novo ciclo

S. Stéfani | stefani@autodata.com.br

Depois de dois anos seguidos de grandes quedas nas vendas, que não estavam no radar de qualquer empresa e derrubaram a produção do setor praticamente pela metade, as projeções para o próximo ano naturalmente chegam cercadas de condicionantes e com muitas variações. No centro das apostas e de comum entre elas há a quase certeza de que neste ano, ao contrário do que aconteceu no passado, o fundo do poço já foi, enfim, alcançado. E que, assim, está efetivamente aberta a possibilidade de alguma estabilidade e, na sequência, o início de um novo ciclo de retomada.

Tal raciocínio apoia-se no fato de que desde abril a média diária de vendas manteve-se em torno de 8 mil unidades. Com a honrosa exceção de setembro, em princípio por razões bem concretas e específicas do mês: rescal-

do da realização das Olimpíadas no Rio de Janeiro, um dos maiores mercados do País, e a quase total paralisação da produção da Volkswagen em decorrência da falta de componentes gerada por desacordo de preço com fornecedores.

Se mantida no último trimestre a média de 8 mil unidades/dia, o setor encerrará este ano com cerca de 2 milhões de veículos comercializados, queda de 20% em relação a 2015. Será, assim, o segundo ano consecutivo com decréscimo na faixa dos 20% e o quarto ano seguido de retração. Um desastre de bom tamanho quando comparado aos 3,8 milhões de veículos emplacados em 2012.

Com ênfase particular na área de caminhões, cujas vendas neste ano não deverão ir além de 55 mil unidades, apenas um terço dos 172,8 mil que



chegaram a ser vendidos em 2011. E será, também, o segundo ano consecutivo em que os empresários e executivos amargarão erros consideráveis nas projeções para o ano seguinte: para 2015 o que se projetava era queda não superior a 5% e para este ano empate técnico com o anterior, talvez até algum pequeno crescimento.

Daí, aliás, a natural e compreensível prudência desta vez na hora de fazer as projeções para o próximo período gregoriano de doze meses à frente. De forma geral, tanto para automóveis quando para caminhões e ônibus, as projeções indicam equilíbrio até o final deste ano, início da retomada em 2017 e, a partir de 2018, abertura de um novo ciclo de crescimento constante e mais acentuado.

O que muda de empresa para empresa, de entidade para entidade, é a graduação de como esta retomada se dará e, por decorrência, de quanto tempo será necessário para se voltar aos tempos em que o Brasil tinha lugar cativo entre os cinco maiores mercados do mundo, equiparado – e às vezes até superior – ao da Alemanha, o maior da Europa.

TAMANHO REAL – Na verdade, tão grande foi a surpresa com as duras quedas de vendas registradas nestes dois últimos anos que não há mais consenso nem mesmo sobre o real tamanho do mercado brasileiro de automóveis e de veículos comerciais, cami-

nhões em particular. A partir da baixa relação carro por habitantes que ainda existe no Brasil, bem menor que a da Argentina e a do México, por exemplo, há a certeza generalizada de ser grande a possibilidade de crescimento em relação aos números que estão sendo registrados neste ano. Mas qual seria, hoje, o porte efetivo deste mercado?

Com a experiência de fazer parte de uma família que está no negócio há três gerações, Alarico Assumpção Jr., presidente da Fenabreve, crava sua aposta particular: 3 milhões de automóveis e 100 mil caminhões por ano a serem alcançados em 2019 ou, mais provavelmente, 2020.

O mercado automotivo real seria, então, cerca de 20% abaixo do recorde de 2012, mas, de qualquer forma, mais de 50% acima dos números que estão sendo registrados neste ano.

Ritmo da retomada projetada por Assumpção Jr.: 5% de crescimento em 2017 e, a partir daí, cerca de 10% a 15% ao ano. Nos caminhões, em particular, que registram queda mais acentuada, os dois dígitos de crescimento chegariam já em 2017.

Barry Engle, presidente da General Motors América do Sul, é mais otimista. No Congresso da Fenabreve em agosto, projetou 2 milhões 150 mil já neste ano e 2,4 milhões em 2017, de maneira a abrir o caminho para, em cinco anos, chegar a 3,4 milhões, já bem próximo do recorde anterior.

Na outra ponta, Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, prefere ser mais conservador: alta de 3% no segmento

de leves em 2017, seguida de 5% em 2018, 4% em 2019 e 3% nos dois anos seguintes. Nos caminhões, cuja base está muito baixa, o crescimento em 2017 seria, nas contas da Fenabreve, de 8% e, na sequência, ano a ano, 9%, 10%, 9% e 5%.

Leticia Costa, da Prada Consultoria, fica no meio termo. A exemplo do Sindipeças também prefere apostar em crescimento de apenas um dígito no período de 2018 em diante. “Mas um dígito alto, já bem perto de dois dígitos”, especifica. Em compensação, para 2017 projeta algo abaixo de 5%, “bem próximo de zero”.

A Anfavea, tal como sempre faz, deixa sua projeção oficial mais para o final do ano. Mas Antonio Megale, presidente da entidade não esconde que também considera que o pior já ficou para trás e que, em princípio, 2017 deverá marcar o início da retomada. Crescimento ainda do porte de um dígito. “Mas um dígito parrudo”, aposta.

Para os caminhões, em particular, Megale concorda com as projeções feitas, de forma geral, pelos principais executivos das montadoras que operam neste segmento: crescimento de dois dígitos muito provavelmente já a partir de 2017. “A base, neste caso, está muito baixa”, justifica.

QUESTÕES POLÍTICAS — Esta dificuldade em projetar o futuro com maior exatidão liga-se diretamente, desta vez, ao diagnóstico comum a todos em relação às razões que levaram a queda das vendas especificamente neste ano: mais do que questões eco-

nômicas, o que derrubou o mercado foi a instabilidade política e a consequente insegurança dos consumidores em relação ao futuro.

Em agosto, com o afastamento por impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff e a posse do novo presidente Michel Temer, o quadro político ganhou contornos mais definitivos e representou uma espécie de garantia de nova política econômica e, sobretudo, de que as reformas estruturais — fiscal, previdenciária e trabalhista — estavam a caminho.

Permanecem, todavia, as dúvidas em relação ao tempo que o novo governo consumiria até conseguir a maioria indispensável para a aprovação de novas legislações nestas áreas, tidas como fundamentais para tirar o País da recessão e abrir o caminho para novo ciclo de crescimento.

Daí, aliás, as diferentes projeções. Afinal, embora todos se declarem certos de que o que vem pela frente é um novo clíco de crescimento constante em relação aos baixos números deste ano, a velocidade desta retomada estará na dependência direta do ritmo a ser imprimido na aprovação e realização das reformas.

A outra dúvida ainda existente, essa referente ao novo teto do mercado automotivo no Brasil, tem origem diferente. Há consenso de que tanto no caso dos automóveis quanto no dos caminhões e ônibus, parte da queda das vendas decorreu de antecipações de compras geradas no período anterior pela política anticíclica adotada pelo então ministro da Fazenda, Gui-

Mais do que
questões
econômicas, o
que derrubou o
mercado este ano
foi a instabilidade
política



Jeep



KEKO: FORNECEDORA OFICIAL DAS PRINCIPAIS MONTADORAS DO MUNDO.

Esse é o resultado dos 30 anos de investimento em tecnologia, design e inovação, oferecendo ao mercado toda a cadeia de valor que a indústria automotiva exige. Desde o projeto e produção até a logística e montagem, a solidez e eficiência da Keko são refletidas em cada etapa do processo.



WWW.KEKO.COM.BR



KEKOACESSORIOS

QUALIDADE
INTEGRADA
KEKO



ISO 14001
ISO/TS 16949
ISO 9001
QSB GM



Os tiers 2 e 3 enfrentam dificuldades para bancar o capital de giro necessário para novos investimentos

do Mantega, em boa parte calcada em crédito farto, barato e de longo prazo, bem como por grandes lotes de compras governamentais, tanto de caminhões quanto de ônibus e de máquinas agrícolas.

Dentro desse raciocínio, os últimos recordes registrados em cada um dos segmentos seriam, de certa forma, falsos. Resultariam de vendas anabolizadas por financiamento de carros sem entrada e em 60 parcelas ou até mesmo com juros oficiais negativos, como aconteceu na área específica de caminhões.

O chamado círculo vicioso encarregou-se do restante. O crédito farto resultou em maior inadimplência e no decorrente aumento da seletividade por parte dos bancos. As vendas caíram e vieram as demissões em massa que, por sua vez, geraram grande desconfiança dos consumidores em relação ao futuro, o que costuma ser mortal para o setor automotivo.

CAMINHO ABERTO – É nesse contexto que a relativa estabilidade das vendas a partir de abril foi recebida com festas pelo setor. Os números registrados continuavam bem abaixo dos vigentes no ano anterior, mas, ao menos, pararam de cair na margem, na comparação com o mês imediatamente anterior.

Depois de meses e meses, a curva negativa de tendência estava, enfim, interrompida. E abria-se, assim, o caminho para o início de uma nova fase: vendas maiores, mais produção, contratações, aumento da segurança dos

consumidores em relação ao futuro e menor seletividade e apetite dos bancos em relação ao crédito.

O setor automotivo que agora começa a emergir da crise e já se anima a projetar um novo ciclo de crescimento constante a partir do próximo ano é, contudo, bastante diferente do anterior. E apresenta pontos de fragilidade que, se não forem convenientemente resolvidos, podem comprometer, e muito, qualquer retomada mais acentuada da produção.

Na área de autopeças, em particular, os sistemistas, todos financeiramente amparados por grande grupos globais, conseguiram compensar a queda das encomendas das montadoras com o aumento das exportações e das vendas no mercado de reposição.

No entanto, na esfera dos tiers 2 e 3, a chamada base da pirâmide de fornecimento, espremidos entre a queda da demanda e a falta de crédito bancário, as empresas certamente terão muita dificuldade para bancar o aumento de capital de giro sem o qual não há como promover qualquer eventual aumento da produção.

É nesse segmento que está a maior parte das 58 empresas filiadas ao Sindipeças que estão, hoje, em recuperação judicial, mais da metade das quais a partir de algum momento do primeiro semestre deste ano, num forte indicativo de que se trata de quadro ainda em fase de agravamento. “Muitos dos fornecedores não têm dinheiro e nem interesse em investir, o que é preocupante”, constata, por exemplo, David Powels, presidente da Volkswagen.

“Sem resolver a situação dos tiers 2 e 3, teremos muitas dificuldades para qualquer aumento da produção”, complementa Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil.

Na área dos concessionários, a Fenabreve contabiliza que, considerando os segmentos de veículos leves e pesados, bem como motocicletas e máquinas agrícolas, pelo menos 1,3 mil pontos de vendas foram fechados nos últimos 15 meses, 800 dos quais na área específica de automóveis e de comerciais leves.

Entre as montadoras aconteceu o oposto. Atraídas pelo anterior crescimento das vendas e incentivadas pelo Inovar-Auto, várias novas montadoras de automóveis ou caminhões fincaram bases de produção no Brasil nos últimos dois a três anos, ao mesmo tempo em que as que já produziam no País tratavam defensivamente de aumentar a capacidade de produção.

BOLO MENOR — Resultado prático, o setor ingressa no próximo ano com alguma possibilidade de crescimento, mas tendo que dividir entre muito mais gente um bolo que já está reduzido praticamente pela metade em relação ao que chegou a ser no passado — ou mesmo a apenas um terço no caso dos caminhões, ônibus e motos. É, em compensação, um setor que entra em 2017 mais maduro, melhor estruturado, com fábricas mais modernas e uma linha bem mais atualizada de produtos.

Na área específica de autopeças, por exemplo, muitos ficaram pelo ca-

minho. Mas sistemistas que há anos vinham fechando o foco nas montadoras voltaram a apoiar seu faturamento num tripé que inclui, também, vendas externas e mercado de reposição.

No mundo dos concessionários, a estrutura baseia-se, agora, em grandes grupos econômicos que contam com estrutura administrativa bem mais enxuta, além de forte atuação no mercado de usados e na prestação de serviços de manutenção.

As montadoras, por sua vez, entram neste novo ano levando na bagagem todas as duras lições que emanaram da crise cujos estertores ainda machucam seus resultados.

A General Motors, por exemplo, segundo Engle, acredita ser até possível que o Brasil volte a registrar vendas anuais de 3,5 milhões de unidades vendidas em menos de cinco anos. “Mas a indústria nunca mais pode deixar de levar em conta a volatilidade do nosso mercado”, adverte.

A FCA mostra outra face da grande mudança em curso: todos os produtos lançados pela Fiat e pela Jeep a partir deste ano já estão sendo desenvolvido para competir não mais apenas no Brasil ou na América Latina, mas, sim, em qualquer lugar do mundo.

Stefan Ketter, presidente da empresa, lembra que pelas mãos do programa Inovar-Auto o setor conseguiu tornar viável grandes centros de engenharia no Brasil que, por sua vez, vêm possibilitando a atualização dos veículos aqui produzidos: “Não podemos, agora, correr o risco de voltar a perder esta inserção global”. **AD**

As montadoras,
em sua maioria,
saem da crise
mais maduras e
com uma linha
de produtos mais
atualizada

HONDA

The Power of Dreams



O PODER DE UM SONHO É TRANSFORMADOR

Sonhar com o desejo de mobilidade é transformar em realidade automóveis, motocicletas e produtos de força. Uma realidade cada vez mais próxima com os serviços financeiros Honda. Sonhar é visitar o futuro e ver os passos realistas e suaves do ASIMO. É voar alto com o HondaJet e gerar energia limpa para sua fábrica. Mas sonho que transforma, é o que valoriza o aspecto humano e educa para um trânsito harmonioso e seguro. **Porque não basta apenas sonhar, é preciso transformar.**





Antonio Megale

Simão Salomão

Um dígito parrudo

Antonio Megale prefere não adiantar números, mas crê na retomada. E diz que a prioridade é definir nova política industrial para o setor.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

O principal desafio da indústria automotiva hoje é definir o que virá após o Inovar-Auto. Regras claras para que o setor volte a crescer e ter competitividade interna e externa são essenciais, segundo o presidente da Anfavea, Antonio Megale: “Só assim as empresas poderão se planejar neste momento de retomada”.

“Como ficará, por exemplo, a questão da eficiência energética. Não precisaremos mais cumprir as metas estabelecidas no Inovar-Auto após o seu término? Vamos perder o fantástico avanço que tivemos nessa área?”, questiona Megale.

Definindo a crise vivida pelo setor nos últimos tempos como a mais pro-

funda e mais longa de sua história, Megale aposta em uma retomada gradual do mercado a partir do ano que vem. Sem cravar um número específico, diz acreditar em crescimento para 2017 na casa de um dígito. “Mas um dígito parrudo”, reforça.

Se a expansão fosse maior, avalia o executivo, haveria dificuldades no for-

necimento de peças, pois além de enfrentar problemas financeiros as empresas do setor ajustaram suas linhas de produção aos novos patamares.

A cadeia de autopeças está muito fragilizada, como reconhece o presidente da Anfavea, e esse deverá ser um dos pontos centrais na nova política industrial que a entidade e o Sindipeças discutem com o governo. Um dos itens em debate é a criação de um fundo que garanta recursos para a base fornecedora voltar a investir. “O desafio é ter o capital de giro para permitir os aportes necessários em novos desenvolvimentos e novas tecnologias”, avalia o presidente da Anfavea.

REGRAS CLARAS — A palavra de ordem hoje, segundo Megale, é previsibilidade. “É isso principalmente que estamos pedindo. A instabilidade e a insegurança atrapalham tomadas de decisões e dificultam sobremaneira o planejamento das empresas.”

Aí a importância de se definir novas regras de longo prazo no contexto de uma política industrial para o setor. “Se como empresa não sei como ficará a eficiência energética a partir de outubro de 2017, como planejo o desenvolvimento de um novo produto.”

Junto com o Sindipeças, a Anfavea defende a definição de regras para um período de dez anos, com reavaliações a cada cinco anos. A ideia é garantir competitividade não só internamente, mas também no contexto mundial. Para isso é preciso, por exemplo, uma revisão da carga tributária brasileira e um câmbio estável.

“Tem medidas de curto prazo, como definir um fundo para dar suporte ao capital de giro das autopeças, mas tem também as de longo prazo que precisam ser definidas em uma política industrial”, explica Megale. “Não estamos indo ao governo fazer pedidos. Estamos mostrando o que o setor significa para o País.” Megale avalia que se o risco Brasil diminuir, são grandes as chances de os investimentos no País serem retomados: “Há liquidez no mundo e todos estão de olho no Brasil porque aqui o retorno é bom”.

Para ele, a manutenção do emprego é a roda da economia: “O governo fala em algumas prioridades, como teto de ajustes e mudanças na previdência. Esse sinais têm de ficar claros e as decisões serem encaminhadas para o investimento voltar”. Apesar de problemas ainda existentes, o presidente da Anfavea diz estar otimista. “Está todo mundo cansado com esse quadro de crise. Esperamos um final de ano mais favorável e, com isso, a volta do otimismo no ano que vem”.

Com relação aos caminhões, o presidente da Anfavea lembra que há hoje uma frota parada devido à antecipação de compras na época em que os juros para o segmento estavam negativos. “Quando a economia retomar, primeiro serão utilizados os caminhões já em estoque. Os reflexos nas vendas só virão em um segundo momento.”

Quanto ao mercado de veículos em geral, Megale acha possível crescimento na casa de 10% a partir de 2018 caso efetivamente o País volte a ter estabilidade política e econômica. **AD**

Um dos itens em debate com o governo é a criação de um fundo que garanta recursos para a base fornecedora voltar a investir

”

O presidente do Sindipeças, Dan Ioschpe, prevê recuperação do mercado a partir do ano que vem, mas na casa de apenas um dígito até 2021 no caso dos automóveis e comerciais leves. “Estamos no fim de um ciclo de recessão, mas não vamos ter crescimento em V. Será um L esticadinho”, comenta Ioschpe, projetando alta de 3% no segmento de veículos leves para 2017 e de 5% para 2018. E a expansão, na sua avaliação, seguirá nesta mesma toada nos anos subsequentes: 4% em 2019, 3% em 2020 e outros 3% em 2021.

Com relação aos caminhões, projeta que a alta será um pouco maior, fruto de uma base ainda mais baixa de comparação, visto que o tombo nas vendas desse segmento foi bem maior do que a verificada nos automóveis. Pelas suas estimativas, o segmento de pesados cresce 8% em 2017, e, na sequência, ano a ano, 9%, 10%, 9% e 5%.

A expectativa com relação à indústria de autopeças é de pequeno crescimento de 2,7% em seu faturamento no próximo ano, que atingiria assim R\$ 64,7 bilhões. A receita nominal projetada para 2016 é de R\$ 63 bilhões, o que representará queda de 4,5% em relação à obtida pelo setor em 2015.

Ioschpe defende a adoção de uma política industrial automotiva que seja de longo prazo e traga regras claras para a venda de veículos no Brasil em termos de emissões, segurança e conectividade.

“É preciso investir no adensamento da cadeia automotiva”, diz o empresário, para quem a indústria de autope-

No limite dos ajustes

Presidente do Sindipeças acredita em recuperação a partir de 2017, mas com crescimento de apenas um dígito por ano até 2021

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Dan Ioschpe

Divulgação/Sindipeças



RENAULT
Passion for life

Na DUSTER OROCH cabe tudo. Inclusive mais um prêmio.

Vote na Renault DUSTER OROCH como o melhor
Veículo Comercial Leve no prêmio Auto Data.

#PickUpYourLife



NEO_GAMA



Agora com Câmbio Automático / 5 lugares / Media Nav /
Conforto de um SUV / Suspensão Multilink /
Capacidade de até 650kg / Extensor de Caçamba*



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

renault.com.br

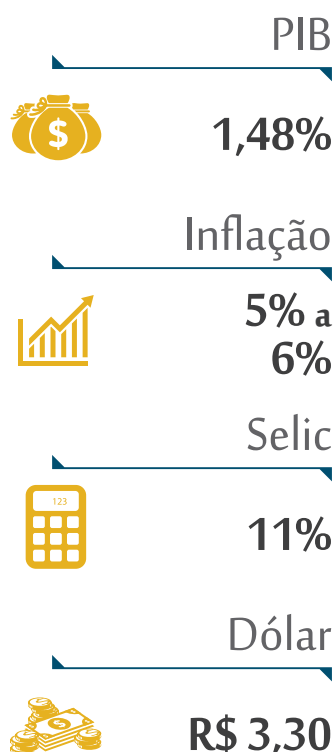
*Item vendido separadamente como acessório.

ças vive este ano a pior crise da sua história. Até agosto o setor bateu recorde de pedidos de recuperação judicial, em um total de 30. No ano passado todo foram 28. “O setor sai desta crise muito machucado, mas também sai absolutamente capacitado para atender a indústria nacional. Toda crise obriga as empresas a se revisarem e isso é positivo. Houve um reenquadramento de suas estruturas. Até o limite em que os ajustes poderiam ser feitos, eles foram.”

FRUSTRAÇÃO — Ioschpe avalia que pior do que o tamanho da retração nas vendas internas foram as projeções frustradas quanto ao comportamento do mercado automotivo. Todo mundo vinha investindo em capacidade, ferramentais e treinamento da força de trabalho e hoje, diante das quedas inesperadas, se convive com alta ociosidade. Segundo o último levantamento da entidade, 51% do potencial produtivo do setor estão ociosos. “Tudo isso agravado pela alta dos juros e a falta de crédito”, diz Ioschpe.

Com quase 200 mil empregados no final de 2014, as autopeças demitiram 28 mil no ano passado e a previsão para 2016 é que o quadro seja reduzido em mais 7,5 mil, com um efetivo em dezembro de 164 mil trabalhadores. Sem contar, lembra o presidente do Sindipeças, que de 20 mil a 30 mil funcionários da base estão hoje em regime de lay-off, licença remuneração ou PPE, Programa de Proteção ao Emprego.

Com problemas de capital de giro e



dificuldades para obtenção de empréstimos, também foram reduzidos os investimentos da indústria de autopeças no País. A projeção para este ano é de um aporte de US\$ 414 milhões, valor 25% inferior ao do ano passado, de US\$ 553 milhões.

Ao defender a adoção de uma política industrial automotiva, que o Sindipeças e a Anfavea já vêm discutindo com o governo, Ioschpe diz que a ideia a princípio é definir regras para um período de dez anos, com discussões e reavaliações a cada cinco.

O Sindipeças quer discutir, dentre outros itens, a produção local de peças ligadas à eletrônica: “Os veículos serão cada vez mais conectados e vamos brigar para haver investimento na produção desse tipo de componente aqui no Brasil. É uma área na qual somos ainda muito incipientes”.

Outro ponto relevante, na sua avaliação, é que sem uma visão de inserção no mundo a busca de competitividade fica prejudicada. “Não se pode limitar mercado a um território.”

Segundo Ioschpe, é fundamental que o setor continue processo já em curso de ampliar suas exportações para diminuir a dependência do mercado interno. Pelas projeções do Sindipeças, as vendas externas devem crescer 5% este ano, para US\$ 7,95 bilhões. As importações caem 9%, baixando para US\$ 11,97 bilhões.

Com isso, a balança comercial das autopeças, embora ainda deficitária, terá saldo negativo este ano 28% inferior ao de 2015, ficando na casa de US\$ 4 bilhões.

AD

Você sabe quem são e onde estão seus clientes?



Sílvio, 45 anos, Três Corações/MG
Caminhão **Volkswagen** 15-190 E Constellation (2009)
Compra pneus **Firestone** e óleo **Alumax**
Abastece preferencialmente em postos **Shell**
Está agora na Rod. Presidente Dutra Km 220



Edson, 51 anos, Londrina/PR
Caminhão **Mercedes-Benz** Atego 2425 (2011)
Compra pneus **Pirelli** e óleos **Mobil**
Abastece preferencialmente em postos **Ipiranga**
Está agora na Avenida Marechal Tito, 7499 - São Paulo



Nós sabemos!

Enquanto caminhoneiros autônomos rodam pelo Brasil transportando cargas fechadas pelo aplicativo 'TruckPad', eles fornecem **dados sobre seu caminhão, preferências de consumo, comportamento de compra, marcas preferidas e localização em tempo real**. Estas valiosas informações agora estão ao alcance dos fornecedores do setor de transportes através do nosso serviço de inteligência de mercado chamado 'RoadDrivers'.

Saiba como se relacionar de uma forma **precisa e inteligente** com o seu cliente. Fale com a gente!



RoadDrivers
Consumidores nas Estradas

Inteligência de Mercado trazida até você pelo



TRUCKPAD

O Aplicativo que Conecta o Caminhoneiro à Carga

www.ROADDRIVERS.com.br

contato@roaddrivers.com.br

www.TRUCKPAD.com.br

Alarico Assumpção Jr.



Simão Salomão

Mais de 3 milhões só em 2020

Alarico Assumpção Jr. acredita em alta de 5% a 6% nas vendas de veículos em 2017 e crescimento acima do PIB também nos anos seguintes

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

O setor de distribuição encerrará o ano com uma rede mais enxuta e, assim, mais adequada aos novos patamares do mercado brasileiro. Ante projeção feita há um ano de estabilidade em 2016, a Fenabreve agora trabalha com previsão de queda de 18% nas vendas de automóveis e comerciais leves este

ano, num total de 2 milhões 30 mil unidades, e de 25,4% nas de caminhões e ônibus, perto de 68 mil veículos. Retomada, mesmo, só em 2017. E assim mesmo em índices baixos.

O presidente da entidade, Alarico Assumpção Jr., acredita em alta de 5% a 6% nas vendas totais de veículos no próximo ano, isso se houver esta-

bilidade política e econômica e o PIB voltar a crescer, mesmo que na faixa de apenas 1% a 1,5%. Prevê, assim, um mercado em torno de 2,2 milhões de veículos para 2017, ante os 2,1 milhões estimados pela Fenabreve para este ano.

Ele acredita que até o final da década o mercado automotivo brasileiro

Ministério da Cultura e Volvo apresentam:

GPAC



memorial
da **segurança**
no **transporte**

CURITIBA - PR

Visite o único espaço do
Brasil dedicado à evolução
da segurança e surpreenda-se.

AGENDE SUA VISITA:

www.memorialdaseguranca.com.br



Patrocínio:

VOLVO

Realização:



MINISTÉRIO DA
CULTURA



poderá crescer em níveis acima dos projetados para o PIB, estimando que o segmento de automóveis e comerciais leves atingirá até 3 milhões de unidades em 2020 e o de caminhões entre 100 mil a 110 mil.

No final de agosto, quando concedeu entrevista à AutoData sobre as perspectivas para o ano que vem, Assumpção Jr. disse ter a crença de que o pior havia passado.

“A hemorragia estancou. Saímos do coma”, avaliou. Com relação ao final deste ano apontou como fatores positivos as definições na área política e a realização do Salão Internacional do Automóvel em São Paulo, que acontece em novembro:

“A maioria das marcas apresentará novidades em seus estandes e isso sempre movimentou o mercado. Sem contar que o segundo semestre é tradicionalmente mais robusto que o primeiro e este ano será proporcionalmente ainda melhor.”

FAIXA ELEVADA – O grande problema do mercado, segundo Assumpção Jr., são as restrições ao crédito que atingem principalmente os consumidores de veículos de menor valor. Citou levantamento da entidade que mostra a queda da participação dos chamados carros de entrada nas vendas totais do setor.

Em janeiro de 2014 os modelos que custavam até R\$ 40 mil respondiam por 59% das vendas totais do segmento de automóveis e comerciais leves. Hoje esse índice é de apenas 6%. Em contrapartida, automóveis com preço

na faixa de R\$ 40 mil a R\$ 50 mil tiveram fatia elevada de 19% para 40% e os situados entre R\$ 50 mil e R\$ 60 mil de 10% para 23%. Também cresceu a participação dos que custam acima de R\$ 60 mil – de 12% para 31%.

O presidente da Fenabreve atribuiu essa alteração no perfil de compra principalmente às dificuldades que o consumidor da faixa de entrada encontra ainda hoje para obter financiamento. Mas reconhece que a retirada de linha de vários modelos de entrada a partir de janeiro de 2014, quando o ABS passou a ser obrigatório no País, também contribuiu para essa mudança. Saíram de linha modelos como Fiat Mille, VW Gol Geração 4, a versão anterior do Ford Ka e Chevrolet Celta, dentre outros.

Na avaliação de Assumpção Jr., os automóveis de preço mais baixo podem voltar a vender mais se houver mais crédito. Mas reconhece que dificilmente voltará ao patamar de antes, de quase 60% do mercado. Com relação às restrições à concessão de financiamento, o presidente da Fenabreve reconhece ter sido um remédio amargo, porém necessário.

“É importante para o País ter instituições financeiras fortes”, avalia o empresário. “Além do que, o crédito muito barato, como aconteceu com os juros negativos na área de veículos pesados, acaba distorcendo o mercado. Na época houve antecipação de compra, com as vendas superando 170 mil caminhões/ano, o que não reflete o potencial real do segmento.”

Uma das apostas do presidente da

Fenabreve é na volta do leasing operacional, o que seria bom tanto para o mercado de veículos leves como de pesados.

Pelos dados da Fenabreve, a rede brasileira perdeu 1,3 mil pontos de venda nos últimos quinze meses, reduzindo seu total – incluindo veículos leves, pesados, implementos e motos –, para cerca de 7 mil. Só no segmento de automóveis e comerciais leves o número foi reduzido em 800 pontos, saldo que leva em conta os que fecharam e os que abriram.

De acordo com Assumpção Jr., esse processo de enxugamento ainda está em curso, mas já na reta final. “Quem conseguir atravessar essa ponte vai ter dias melhores. Vai ter mais competitividade e sairá fortalecido da crise.”

DUAS RODAS – Dentre os segmentos representados pela entidade um dos que ainda não vem mostrando sinais de recuperação é o de motocicletas. Enquanto as vendas de automóveis e caminhões reagiram em julho sobre junho, as de motos caíram 2,3% nesse comparativo e no acumulado dos primeiros sete meses decresceram em 16,4%, limitando-se a 626,2 mil emplacamentos.

Para o ano a Fenabreve estima venda de 1 milhão 120 mil motos, o que representará retração de 12% sobre 2015. O maior problema nesse segmento, segundo Alarico Jr., continua sendo as restrições ao crédito. “O que tem salvo em parte o segmento é o consórcio, que vem respondendo por mais da metade das vendas.” **AD**

TOYOTA DO BRASIL

Construindo um futuro em harmonia com o meio ambiente.

PROJETO ARARA AZUL

Localizado no Pantanal sul-mato-grossense, é responsável por tirar a ave da lista de animais em extinção.

ECOFABORY PORTO FELIZ (SP)

Fábrica de alto padrão em eficiência socioambiental no Brasil.

TOYOTA APA COSTA DOS CORAIS

413 mil hectares de área protegida, que se estende de Alagoas a Pernambuco.

TOYOTA PRIUS 2016

Tecnologia Híbrida Eco-Friendly. Eficiente consumo de combustível, com excelente desempenho.

PROJETO AMBIENTAÇÃO

Promove a educação ambiental e capacitação de pessoas, nas cidades de Guaíba (RS), Sorocaba (SP), Indaiatuba (SP) e São Bernardo do Campo (SP).



A Toyota do Brasil, empenhada com o desenvolvimento sustentável, assumiu o desafio de reduzir os impactos ambientais até 2050 e, principalmente, proporcionar resultados positivos ao meio ambiente, que aumentem a qualidade de vida da população. O objetivo é estabelecer, no futuro, uma sociedade onde pessoas, automóveis e natureza convivam em harmonia.

Para mais informações, acesse: www.fundacaotoyotadobrasil.org.br



TOYOTA



No trânsito, somos todos pedestres.

Confiança e crédito têm sido as palavras-chave quando o tema é a possibilidade de retomada da economia em geral e, em particular, do mercado de veículos. Em geral a análise é de que já existem os primeiros sinais de volta da confiança, o que pode motivar o consumidor a arriscar novos financiamentos. Dinheiro não falta, mas ainda são grandes as restrições dos bancos na hora de conceder o crédito, até porque a inadimplência se mantém em alta.

Com base em seu último levantamento, concluído em julho, a Anef, Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras, refez para baixo suas projeções para este ano. A entidade estima que o saldo de financiamento deverá ficar em R\$ 155,7 bilhões, queda de 15% em relação ao resultado alcançado em 2015, que foi de R\$ 183,2 bilhões. Já o volume de recursos liberados deverá cair 15,8%, passando de R\$ 92 bilhões para R\$ 77,5 bilhões.

Outro dado negativo refere-se à taxa de inadimplência para pessoas físicas. Em julho, o índice de não pagadores na modalidade CDC foi de 4,6%, contra os 3,9% registrados no mesmo mês do ano passado. Para pessoas jurídicas também houve aumento, passando de 4,3% para 5,2% no mesmo período. Na avaliação do presidente da Anef, Gilson Carvalho, esses números demonstram o efeito da atual crise nos consumidores:

“Existe, por um lado, uma redução de procura pelos financiamentos e, por outro, aqueles que, impactados pela

Gilson Carvalho



Divulgação/Anef

Cheiro de crescimento

Volume de recursos liberados deve cair 15,8% este ano. O presidente da Anef acredita em retomada, mas não arrisca números.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

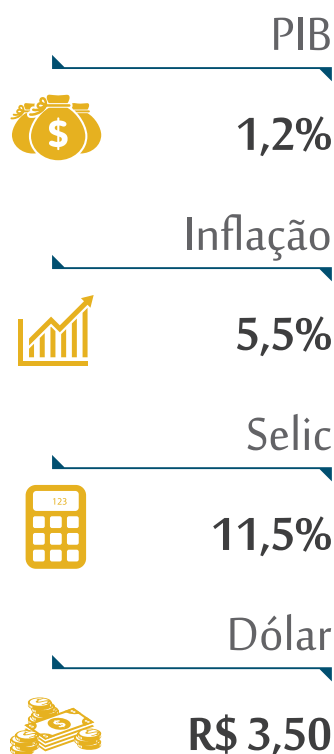
queda de renda e pelo desemprego, acabam não conseguindo honrar os financiamentos assumidos”.

Segundo Carvalho, não há problema de liquidez. Mas a volta do mercado à normalidade depende essencialmente da retomada da confiança dos consumidores. “É preciso recuperar renda, via aumento do nível de emprego, e haver início de um processo de queda da inflação. A ausência de um desses três pilares impacta diretamente no nosso nível de atividade.”

O presidente da Anef diz já haver sinais de inflexão da curva de confiança da indústria, do comércio e do setor de serviços, mas ainda não há esse indicativo no caso dos consumidores. De qualquer forma, admite que há tendência de ser estancada a queda do mercado e também da procura por crédito. “Parece que o fundo do poço já chegou. Mas a retomada da renda e do crédito será lenta”.

Carvalho mostra-se um pouco otimista com relação ao último trimestre do ano, tradicionalmente mais aquecido em função da liberação do 13º salário, que gera mais renda, e da própria sazonalidade do período: “Poderá ser a base para termos um ano melhor. Já tem instituições financeiras projetando alta de até 2% no PIB de 2017”.

Apesar de apostar em crescimento da carteira de crédito para o ano que vem, o executivo prefere não arriscar números. Limita-se a falar em “cheiro de crescimento”. Com relação ao mercado de veículos projeta alta de 5% a 10% para 2017. “Acima dos 10% talvez em 2018, mas ainda é cedo para



fazer qualquer prognóstico de prazo mais longo. Um pouco mais de aceleração só a partir de meados de 2017.”

O presidente da Anef defende uma modernização do crédito no País, dizendo que apesar da adoção de regras para acelerar a retomada do bem no caso de inadimplência, o processo ainda hoje é mais longo por aqui — de pelo menos seis meses — do que no resto do mundo. Carvalho lembra que os bons pagadores acabam pagando mais juro por causa dos inadimplentes, dizendo que o justo seria ter taxas diferenciadas de acordo com as fichas dos consumidores. “Temos conversado sobre essa questão de acesso ao crédito a preço justo. Mas tem de ser justo para todos, ou seja, para quem contrata o crédito e para quem o libera.”

DADOS PARCIAIS — De acordo com dados da Anef, o saldo das carteiras até julho totalizou R\$ 167,8 bilhões, queda de 13,5 bilhões no acumulado dos últimos 12 meses. Esse indicador corresponde a 2,8% do PIB, contra 3,2% no mesmo período de 2015. O total de recursos liberados até aquele mês foi de R\$ 45,4 bilhões, queda de 17,2% no mesmo comparativo.

As taxas dos bancos das montadoras continuam mais atraentes para o consumidor. Em julho, os índices foram de 1,75% ao mês e de 23,1% ao ano, enquanto os bancos independentes ofereceram taxas de 1,94% e de 26% respectivamente. O prazo médio das concessões se manteve em 42 meses. O prazo máximo oferecido pelos bancos é de 60 meses.

AD



Buscar novos caminhos é fazer o carro mais vendido do Brasil revolucionar a categoria mais uma vez, agora com o exclusivo sistema OnStar combinado com a nova geração do MyLink, compatível com Apple CarPlay e Android Auto.

NOVO CHEVROLET ONIX 2017

**3 ANOS
DE GARANTIA**

chevrolet.com.br



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Os serviços OnStar são uma cortesia da Chevrolet apenas pelos primeiros 12 meses; após esse período, passarão a gerar custos ao proprietário do veículo. Os serviços OnStar dependem da disponibilidade e dependem das regras, cobertura e disponibilidade deles. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar os preços dos serviços OnStar, sua área de cobertura e do atendimento de Emergência e suas Apple que requer compatibilidade com iPhone e um plano de dados. CarPlay, iPhone e Siri são marcas registradas da Apple Inc. Android Auto é um produto da Google Inc. sujeito aos termos e condições de "Onix, o carro mais vendido do Brasil." – Fonte: Fenabrave – todos os emplacamentos acumulados de janeiro a dezembro 2015 e de janeiro a agosto de 2016. Os veículos Chevrolet estão em conformidade

**SEU SMARTPHONE SÓ NÃO VAI
FICAR COM CIÚME PORQUE ELES
VÃO SE DAR MUITO BEM JUNTOS.**



FIND NEW ROADS™

CHEVROLET



de rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade de sinal de GPS. Os serviços de emergência funcionam como uma maneira de auxiliar na conexão entre o cliente e os Serviços Públicos de Emergência demais limitações. Algumas funções apresentadas são sujeitas à disponibilidade do aplicativo Apple CarPlay. Apple CarPlay é um produto da Apple Inc. sujeito aos termos e condições de uso e à política de privacidade da uso e à política de privacidade do Google que requer compatibilidade com um smartphone com sistema operacional Android e um plano de dados. Android Auto, Android e Google são marcas registradas da Google Inc. com o PROCONVE - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. Preserve a vida. Use o cinto de segurança. Faça revisões em seu veículo regularmente. www.chevrolet.com.br - CAC: 0800 702 4200.

Acertos conjunturais

Para o diretor de vendas da Agrale, a combinação de queda nos volumes de vendas com guerra de preços é devastadora para o mercado de caminhões

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Embora admita certa melhoria do humor nos bastidores dos negócios, o diretor de vendas da Agrale, Edson Martins, acha que as incertezas do mercado ainda persistem. “Para as compras de caminhões e ônibus voltarem à normalidade é preciso de uma conjuntura mais positiva e concreta. Depende de medidas a serem tomadas pelo governo, não podemos conviver com déficits milionários.”

Para o executivo está sendo difícil para indústria em geral conviver com a pronunciada queda nas vendas. No caso da Agrale, fabricante que atua nas categorias de caminhões leves e médios, as retrações nos dois segmentos estão na casa dos 40%.

“A situação é ainda mais crítica porque não se trata apenas das quedas nas vendas, mas também do nível de preço hoje praticado.”

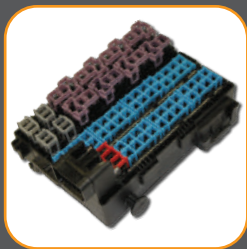
Segundo Martins, as montadoras oferecem “preços nunca antes praticados” para adequarem estoques. Lembra ainda que junto com a baixa nos volumes de negócios, os custos de pro-



Edson Martins

Divulgação/Agrale

40 anos de produção no Brasil!



Conectados com o futuro!



EVERY CONNECTION COUNTS

Rua Ampére, 304 - Penha
Bragança Paulista / SP
11 3404 6000

dução aumentaram, da matéria-prima à mão de obra. “É um contrassenso, pois os aumentos, muitos deles na casa dos dois dígitos, não foram repassados para o mercado. Não duvido que muitas montadoras estejam trabalhando com prejuízo. Têm de ser feitos reajustes para tornar o negócio saudável e atuar com o atual tamanho do mercado sem artifícios.”

Por sua ótica de curto prazo não imagina um segundo semestre melhor, como habitualmente costuma ser. Estima, no mínimo, um ritmo semelhante ao registrado na primeira metade do ano. Aposta em uma queda acumulada de 35% na soma das categorias nas quais atua. Se em 2015 o mercado de leves e médios fechou com 49 mil unidades vendidas, este ano deve ficar entre 32 mil e 33 mil.

DEMANDA REPRIMIDA — Para o ano que vem, o diretor de vendas aposta em um crescimento de dois dígitos nas vendas geral de caminhões, para um volume de 60 mil a 62 mil unidades, com a Agrale acompanhando a evolução do mercado. “Acho um desempenho razoável. Todas as situações que empataram o País até agora começaram a melhorar e, depois, existe uma demanda reprimida de pelo menos dois anos consecutivos.”

Tradicional exportadora, a Agrale também enxerga as remessas de caminhões e ônibus como oportunidade para ocupar capacidade ociosa. Martins, no entanto, faz ressalvas com relação ao câmbio. “Com a alta desvalorização do real frente ao dólar há al-

guns meses, a cadeia se reajustou a um câmbio de R\$ 4,00 e os custos, por sua vez, acima desse patamar. Com o dólar na casa de R\$ 3,20, a indústria perde novamente sua competitividade.”

Apesar do temor, o executivo projeta crescimento no faturamento das exportações na ordem de 10% em 2016 sobre o ano passado e de mais 15% em 2017, resultado dos contratos que tem com mercados da América Latina, África e Oriente Médio.

Como representante da terceira montadora que mais vende chassis para ônibus no País, atrás de Mercedes-Benz e MAN, o diretor de vendas da Agrale também lamenta a atual situação do mercado com queda nos negócios do segmento acima de 30%.

“A crise impacta o transporte de passageiros de uma maneira geral. O sistema de transporte público perdeu de 7% a 9% da receita com o congelamento de tarifas nos últimos anos em diversos municípios. O empresário hoje só compra o que precisa, o mínimo para rodar a operação, ou quando é obrigado diante do cumprimento de legislação.”

Para Martins, no ano que vem o mercado de ônibus deve seguir por dois caminhos. Na categoria de micro-ônibus tende a ser similar a este ano, pois não se vislumbra a volta de políticas públicas, como o programa Caminho da Escola, que possam alavancar as vendas. Já nas categorias acima de 10 toneladas, o executivo vislumbra a volta de alguma compra. “Devemos ter aí um volume em torno de 12 mil unidades.”

AD

PIB



0,5% a
1,2%

Inflação



4,5% a
5%

Selic



12% a
13,75%

Dólar



R\$ 3,40 a
R\$ 3,50

NEO RODAS. JÁ NASCEMOS GRANDES.

A Neo Rodas, localizada em Vinhedo, São Paulo, oferece ao mercado rodas em alumínio de alta qualidade e confiabilidade, já possuindo em sua carteira de clientes grandes montadoras instaladas no Brasil, como Volkswagen, FCA, GM, Hyundai-CAOA, Mitsubishi e BYD. Contamos com os melhores profissionais do mercado, e oferecemos soluções completas aos clientes, desde a engenharia de desenvolvimento de produtos, passando pela ferramentaria própria e pela estrutura completa de laboratórios para validação das rodas automotivas. Venha fazer parte desta nova história e conte sempre com a Neo Rodas.



neo
RODAS

Avenida Fernando Piccinini, 300 - Vinhedo - SP
Tel.: (19) 3846-7739
contato@neorodas.com.br / www.neorodas.com.br

Certified ISO/TS 16949 by

BVQI

Helder Boavida assumiu a presidência do BMW Group Brasil há apenas sete meses. Não deu muita sorte. Enquanto seu antecessor viveu dois ou três anos com o mercado interno de veículos premium em ascensão, o português vindo de dois anos de comando da operação mexicana encontrou o segmento em forte baixa, de quase 30% sobre o ano passado. Pior, sem grandes perspectivas de mudança imediata, no seu entender. Boavida prevê para este ano mercado interno total de automóveis e comerciais leves 28% menor do que o de 2015 — algo como 1,8 milhão de unidades. E nada muito diferente disso também em 2017. Mas a análise do executivo traz uma boa notícia. Para ele, o Brasil tocou o fundo:

“Com certeza, 2017 não será pior do que este ano. Isso é certo. E até começaremos a ver alguma recuperação”.

Para o mercado de veículos premium, em particular, ele até imagina crescimento perto de dois dígitos. Se espera 48 mil unidades em 2016, projeta 52 mil ou até 53 mil com algum vento a favor. “Mas as dúvidas ainda são grandes”, pondera.

Boavida entende, de qualquer forma, que o quadro macroeconômico deve ser melhor e poderá ajudar nesse sentido. O executivo acredita que o PIB possa esbarrar nos 2% e que a inflação recue para cerca de 6% a 7%, com as taxas de juros em níveis mais aceitáveis, por volta dos 10% a 11%, o que deve favorecer novamente o consumo — ainda que desemprego demore um tanto a mais para cair.

Vento a favor

Após queda de 30% este ano, segmento premium pode ter alta de dois dígitos no próximo, acredita o presidente da BMW

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br



Helder Boavida

Divulgação/BMW

Mais eficiência e menos emissões. Nós sabemos como.

Menos emissões

Mais eficiência



Mais eficiência com redução de emissões.

A **BorgWarner** torna isso possível. Como um dos principais fornecedores automotivos, nós desenvolvemos tecnologias-chave para os veículos do amanhã. Assim, contribuimos para que cada encontro com a estrada seja mais eficiente e limpo. Saiba mais sobre as soluções para veículos a combustão, híbridos e elétricos da BorgWarner.

borgwarner.com

 **BorgWarner**
feel good about driving

Mesmo com este cenário mais favorável o presidente da BMW não vê margem para que o segmento de automóveis premium retorne ao patamar dos 60 mil emplacamentos do ano passado. “Isso pode acontecer somente em 2018 ou até 2019.” Mesmo com algum crescimento de vendas em 2017 o presidente da BMW descarta grande evolução também na produção da fábrica de Araquari, SC.

Trabalhando em um turno completo, a unidade, que foi concebida para fabricar até 32 mil veículos, deve fechar 2016 com 15 mil unidades de cinco modelos — o último, o X4, entrou na linha de montagem há dois meses.

Isso porque em março deve ser entregue o último lote dos 10 mil X1 encomendados para o mercado dos Estados Unidos e cujos primeiros embarques começaram em julho. “Portanto, não teremos em 2017 esse volume adicional para a exportação, que este ano representará 6 mil veículos.”

Boavida não vê ainda condições de a BMW brasileira se tornar base exportadora nem mesmo para países vizinhos da América do Sul, ainda que detenha padrão de qualidade semelhante ao das melhores plantas da empresa na Europa ou Estados Unidos.

Os 10 mil X1 encomendados, que asseguraram também a contratação temporária de trezentos trabalhadores — o quadro total agora é de 1 mil — foram uma oportunidade única, gerada pela crescente demanda pelo modelo no mercado estadunidense somada à impossibilidade de aumentar a produção em outro país.

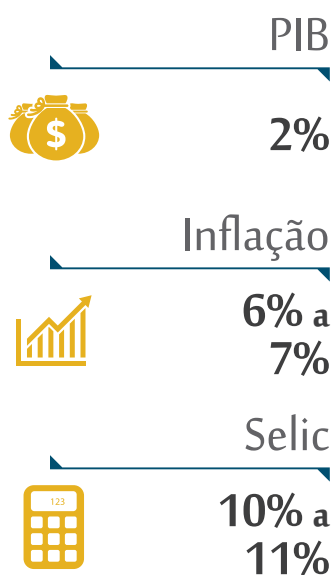
“É prematuro pensar em transformar a fábrica de Araquari em uma base de exportação. O nível de conteúdo local exigido no Mercosul é muito alto e os custos, elevados. Isso diminui muito a competitividade dos produtos que fabricamos em Santa Catarina mesmo em países da América do Sul, que seguirão abastecidos com veículos da Europa e Estados Unidos”.

Boavida, que logo que chegou admitira estudos incipientes para exportar um segundo produto, lembra que em 2019 a empresa inaugurará fábrica no México com capacidade anual para 150 mil veículos, o que deve limitar ainda mais as possibilidades da operação brasileira como base exportadora.

INTERNO — A preocupação maior da empresa, assim, continuará mesmo sendo o mercado interno de veículos premium, que recuou 29% até agosto. A BMW teve algum consolo ao registrar encolhimento abaixo dessa média. Os emplacamentos da marca superaram 7,6 mil unidades, 22,6% menos do que em igual período do ano passado.

Até o fim do ano, porém, Boavida espera que o decréscimo seja menor, por volta de 20%. No ano passado os emplacamentos da marca alemã foram de 15,8 mil veículos.

Para Boavida, que também enfrentou grave crise econômica em Portugal em 2011 e 2012, o setor automotivo brasileiro deve enfrentar dificuldades por mais dois anos: “Voltar ao mercado total de 2014 somente dentro de uns três anos, e isso caso ajustes econômicos sejam feitos a partir de agora”. **AD**





LINHA GLOBAL FORD.

**CONSULTE AGORA UM DISTRIBUIDOR
E APROVEITE.**



Na cidade, somos todos pedestres.

Go Further

Ser pequeno tem as suas vantagens. No caso da DAF, recém-chegada ao mercado brasileiro — a inauguração da fábrica de Ponta Grossa, PR, completa três anos em outubro —, o benefício foi não sentir tanto a crise do mercado de caminhões, que acumula duas quedas consecutivas na casa dos 30%.

Neste ano a companhia inclusive vive situação oposta ao mercado: até agosto foram comercializados 436 caminhões da marca, avanço de 70% com relação ao mesmo período do ano passado. “Já superamos as vendas de 2015”, comemora Michael Kuester, presidente da DAF. “Fecharemos o ano com 750 caminhões vendidos.”

A comemoração vem com um porém: no fim do ano passado a companhia projetava vender 1 mil caminhões durante o ano e precisou pisar no freio por causa da demanda reduzida. Algo inimaginável para Kuester, que chegou ao Brasil em 2011, em pleno frenesi do mercado de caminhões puxado pelos financiamentos do BNDES a juros negativos e demanda antecipada por modelos com tecnologia Euro 3 — o Euro 5 entrou em vigor no ano seguinte —, que resultou justamente no recorde de vendas do setor, com 173 mil unidades comercializadas.

As retrações nos anos seguintes mexeram nos planos da DAF, que está 75% menor do que o inicialmente projetado. “Saiu tudo ao contrário. A indústria tem capacidade para produzir 480 mil unidades e tem ociosidade de 80%. Nossa fábrica pode produzir 10 mil caminhões em um turno”.

Olhando para fora

DAF colhe as vantagens de uma operação ainda em fase de implantação e até agosto vende mais do que no ano passado todo

André Barros | andreb@autodata.com.br

Michael Kuester



Divulgação/DAF

Os fornecedores estão receosos em elevar a produção em 25%. O que é natural diante do atual cenário.

Se por um lado reduzir o ritmo de implantação da fábrica pode soar negativo, exatamente por diminuir as vendas, por outro pode ser encarado de forma positiva, uma vez que não foram necessárias medidas drásticas, como as demissões que suas concorrentes precisaram fazer.

“Enquanto todo mundo está preocupado com a área interna, procurando resolver os problemas de excedentes nas fábricas, nós estamos com os olhos justamente para fora, em busca de mercado. Eu passo a semana viajando para visitar clientes. Queremos fazer o máximo possível dentro desse mercado”.

A receptividade dos clientes e as negociações com a área comercial, que Kuester afirma terem crescido recentemente, convenceram o executivo a bater na matriz e pedir autorização para aumentar o ritmo na fábrica para-naense em pelo menos 25%, subindo a produção de três para quatro caminhões por dia.

“Estamos em negociação com os fornecedores. Antes de aprovar com a matriz imaginávamos que seria mais fácil, mas eles estão receosos em elevar a produção em 25%. O que é natural diante do atual cenário”.

O objetivo do presidente é deixar a fábrica pronta para a retomada do mercado — que virá, embora não saiba precisar quando.

Para 2017 Kuester projeta crescimento de 10% a 25% nas vendas de caminhões pesados, comparado com o resultado deste ano. Tudo dependerá de quatro variáveis, em sua opinião: o

impacto do fim do pagamento de todos os financiamentos obtidos por meio do BNDES Finame em 2011, cujo prazo vence agora em 2016, o crescimento ou não do PIB, a possível queda nos juros e a capacidade do transportador de reajustar o preço do frete.

PREÇOS — Um grande desafio para o ano que vem — e para os próximos — será reajustar os preços. Kuester estima que seria necessário elevar em 10% o preço médio de seus produtos apenas para readequar os custos. “Será difícil na atual conjuntura, com estoques em alta e uma competição forte no mercado”.

Outro grande esforço da DAF é elevar a nacionalização de peças. Independentemente do grau de exigência mínima do BNDES para elegibilidade ao Finame, Kuester acredita que a venda em real exige um custo na mesma moeda. Cita como exemplo o nível de câmbio quando chegou aqui, R\$ 1,60, quase metade do preço atual, R\$ 3,30. “Pode ser favorável um dia, desfavorável em outro. Por isso queremos localizar ao máximo”.

Kuester promete também novidades no portfólio, com a chegada de configurações fora-de-estrada do CF. E, mais à frente, um modelo novo semipesado, ainda não decidido. Essas apostas e promessas mostram que, apesar de viver um cenário desfavorável, a DAF acredita no mercado local. “Há três anos ouço que o mercado brasileiro vai reagir e até o momento nada”, brinca o presidente que, agora, acredita que vai mesmo. **AD**

Stefan Ketter, presidente da FCA na América Latina, ainda não está totalmente convencido de que 2017 será ano de recuperação. “Gostaria de acreditar nisso, mas é melhor ser mais conservador neste momento”, avalia o executivo. “Ser conservador é bom, diminui-se o risco.”

Ketter diz que prefere aguardar fatos concretos que justifiquem uma aposta mais firme no crescimento já em 2017: “Quero acreditar que tudo isso que foi dito (medidas econômicas) aconteça e no prazo prometido. Se ocorrer, automaticamente a engrenagem começa a funcionar. Só a inflexão da inflação e dos juros já induziria um ambiente melhor, independente do patamar que estamos”.

Na avaliação do executivo, os próximos meses serão muito importantes neste aspecto. “Hoje, mesmo com alguma retomada do nível de confiança dos consumidores e dos investidores, não vemos reflexos nas vendas e a indústria aguarda algo concreto, números efetivos. A questão é essa: concretizar as expectativas.”

Ketter, contudo, não acredita que 2017 ficará aquém de 2016, que caminha no ritmo de 2 milhões de unidades na projeção da FCA. “Será, creio, mais um ano de assentamento. Em tempos extraordinários, como o atual, não existem regras ou manuais que digam se a recuperação será tão rápida quanto a queda. E o Brasil, é bom lembrar, é muito emocional: quando está bem, vai muito bem! Quando está mal, vai muito mal.”

O executivo, de qualquer forma,

Ano de assentar

Para Ketter, a recuperação das montadoras no curto prazo, principalmente das veteranas, exigirá esforço ainda maior diante da chegada de novos fabricantes

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br



Stefan Ketter

Simão Salomão

prefere enfatizar a potencialidade do Brasil como polo consumidor de veículos e, simultaneamente, produtor. Existem, no seu entender, condições de o País voltar, no médio prazo, a ter mercado interno e exportações compatíveis com a enorme capacidade instalada. Mas para isso seria necessária a conjunção de muitos fatores positivos: macroeconômicos, políticas públicas, industriais e da recuperação do poder aquisitivo do consumidor.

Ketter acredita que a recuperação no curto prazo das montadoras, principalmente das veteranas — a queda de vendas da Fiat chegou a 35% no acumulado até agosto — exigirá esforço ainda maior, afinal o número de fabricantes voltou a crescer a partir do Inovar-Auto, programa que ele julga ter sido importante para colocar o setor em outro plano: “O futuro do setor é determinado por requerimentos mundiais, dos quais ninguém pode fugir, como segurança, preservação do meio ambiente, mobilidade. O Inovar-Auto nos fez evoluir e, portanto, uma política industrial deveria garantir essas conquistas”.

Outra premissa defendida pelo executivo é que o setor deixe de depender quase que exclusivamente do mercado interno: “Precisamos acreditar mais nos nossos valores. O Brasil tem muito potencial e muitas competências. Há uma força financeira e criativa muito grandes. O desenho do Toro, por exemplo, é criação brasileira, de jovens de 25 anos. Devemos colocar isso como nossas cartas no jogo.”

Ketter lembra que, antes de che-

Precisamos
acreditar mais nos
nossos valores. O
Brasil tem muito
potencial e muitas
competências.

gar lá, a indústria brasileira deve estar mais bem preparada, calcada em produtos e processos de excelência. Sua empresa caminha nesse sentido. Todos os produtos Fiat e Jeep que sairão nos próximos dois anos das fábricas de Betim, MG, e Goiana têm em seu projeto o preceito da exportação.

“É um plano consistente. Será a maior reviravolta da FCA em produtos. São projetos que comportam essa possibilidade de estratégia exportadora perene, para sempre, não apenas uma situação de oportunidade. E para isso não há milagre: é preciso ter um bom produto e uma boa base produtora.”

A mesma situação se verifica na operação da Argentina. A fábrica de Córdoba produzirá, em 2017, modelo exclusivo que também tem a exportação como preceito em sua concepção. “O investimento lá é em uma grande reestruturação, não apenas em um automóvel”, diz Ketter, que vê Brasil e Argentina como um único polo produtor de veículos a ser inserido na estratégia mundial da empresa.

Ele não detalha em quais mercados os atuais e futuros veículos brasileiros da FCA poderiam estar presentes. Mas deixa a entender que a América Latina seguirá como prioridade. De qualquer maneira, a produção da picape Toro, forte candidata a produto de exportação, já está saturada em dois turnos de trabalho em Goiana. “Todos os dias, buscamos alternativas para produzir mais picapes,” afirma Ketter, que descarta, pelo menos não antes de 2017, a adoção de um terceiro turno. Natural: a cautela é agora seu mote. **AD**

O retorno do irlandês Lyle Watters ao Brasil para comandar a subsidiária sul-americana da Ford tem uma missão clara e prioritária: reduzir rapidamente as perdas que a montadora acumulou no País, especialmente nos últimos dois anos. Com carreira na área financeira — foi diretor financeiro da Ford Brasil de 2008 a 2011 e vinha atuando na Europa como CFO e principal responsável pelos estudos de posicionamento e desenvolvimento estratégico da montadora —, o executivo já vislumbra um prazo para o retorno das contas ao azul.

“Não é segredo para ninguém que temos trabalhado com resultados negativos no Brasil. Precisamos saber lidar com esta realidade e reduzir rapidamente as perdas para, se possível, revertermos a situação já em 2017”, afirmou, completando que, segundo seu planejamento, 2018 será o ano em que a montadora estará certamente operando do lado positivo do balanço.

Watters deu sua primeira entrevista à imprensa em setembro durante o lançamento da nova linha Fusion 2017, em Salvador, BA. Na ocasião o presidente da Ford América do Sul elencou cinco atividades estratégicas que deverão ser rapidamente adotadas ou intensificadas na região para que o objetivo seja alcançado.

São elas: fortalecer ainda mais a marca junto ao mercado, manter o foco no cliente, inclusive com o lançamento de novos produtos ao longo dos próximos anos, introduzir política que possibilite levar os custos locais de

Em busca do lucro

Estimando mercado de 2,6 milhões de veículos em 2018, Lyle Watters diz que sua prioridade é resgatar a rentabilidade da empresa na região

Márcio Stéfani | marcio@autodata.com.br



Lyle Watters

Divulgação/Ford



mkt 1016

Queremos o reconhecimento de quem mais
entende do setor automotivo: **o seu.**

Escolha a Marcopolo como
Melhor Encarroçador de Ônibus.



Cinto de segurança salva vidas.
Imagens meramente ilustrativas. Consulte o representante de sua região
para saber mais sobre os modelos e suas configurações.
www.marcopolo.com.br - nas redes sociais: ÔnibusMarcopolo



produção a um nível de maior eficiência e competitividade, trabalhar com maior equilíbrio entre demanda e oferta, tanto pelo lado da montadora como dos fornecedores, de forma a otimizar a produção e equalizar os estoques e, finalmente, ter permanente atenção aos sinais advindos do mercado que permitirão uma maior integração com os benefícios gerados pelos recursos globais da montadora.

Com relação às perspectivas de curto prazo do mercado brasileiro, Watters ponderou que retornou ao Brasil há apenas cinco semanas. Enfatizou, porém, que já existem vários sinais que possibilitam acreditar que a pior fase da atual crise pode estar começando a ficar para trás, segundo apurou em suas primeiras conversas com os executivos brasileiros da empresa.

PRIMEIROS SINAIS — “Estamos começando a perceber alguns sinais de virada, mas não podemos esquecer que vivemos talvez a pior crise econômica que este País já viu deste a grande depressão”, ponderou. O novo presidente da Ford América do Sul informou que sua companhia trabalha com previsão de que o mercado brasileiro deverá chegar a 2,1 milhão de veículos em 2016, iniciando um processo de recuperação constante já a partir do próximo ano.

Seguindo este raciocínio, de que é preciso cautela para analisar o futuro em razão da gravidade do atual momento vivido pelo Brasil, Watters afirmou que para o próximo exercício, analisado em particular, acredita em

um potencial de crescimento em torno de 100 mil unidades em relação à este ano. Em termos percentuais, isto significará, na prática, uma variação positiva de mais ou menos 5% sobre as vendas deste ano.

Embora acredite que o pior da crise pode já ter ficado para trás, ele alerta para o fato de que 2017, apesar de todo o potencial positivo, ainda poderá amargar alguns possíveis reflexos advindos do atual delicado momento econômico vivido pelo País: “A confiança do consumidor, por exemplo, não irá ser retomada de uma hora para a outra, pois depende diretamente da retomada do crescimento dos empregos. E isto acontecerá ainda de forma mais lenta neste final de ano e princípio do próximo”.

Segundo ele, vencida esta etapa, o ritmo da recuperação deverá ser mais rápido e sustentável: “Acreditamos em 2,2 milhões de unidades em 2017 e na possibilidade de chegar a 2,6 milhões já em 2018”.

Com relação ao lançamento de novos produtos no mercado brasileiro, Watters lembrou que a Ford vem atuando com muita força no processo de renovação do seu portfólio e deverá manter essa política ativa ao longo dos próximos exercícios.

Sem querer entrar em detalhes, o novo presidente da Ford afirmou que vários novos produtos deverão ganhar as ruas brasileiras já em 2017, antecipando, no entanto, que a maioria desses lançamentos deverão ser importados. Novidades nacionais estão previstas para 2018.

AD

Acreditamos em
2,2 milhões de
unidades em 2017
e na possibilidade
de chegar a
2,6 milhões já
em 2018

**PESQUISA, INOVAÇÃO, TRADIÇÃO E SINERGIA.
CNH INDUSTRIAL É FINALISTA EM 5 CATEGORIAS
DO PRÊMIO AUTODATA 2016.**



Uma empresa, 12 marcas, 65 fábricas, 64 mil empregados, 50 centros de P&D e presença em 180 países. A grandiosidade da CNH Industrial vai além desses números: faz da empresa uma das líderes globais no setor de bens de capital e a única capaz de oferecer com sinergia soluções para potencializar o agronegócio, a construção e a infraestrutura, o transporte e a logística e a geração de energia.

Vote nas marcas da CNH Industrial | Para mais informações, acesse o site www.autodata.com.br

Planejamentos mais racionais

Presidente da GM América do Sul diz que o Brasil sairá fortalecido da crise, mas que a indústria agora tem de ser mais conservadora em suas projeções

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Ser mais conservador nas projeções e planejar de forma mais racional o futuro são algumas das lições aprendidas ao longo do processo de euforia seguido de retração vivido pela indústria automotiva nos últimos anos. A análise é do presidente da General Motors América do Sul, Barry Engle, ao destacar que o setor deverá levar cinco anos para atingir 3,4 milhões de unidades e um período de dez anos para chegar a 4,2 milhões.

Ao participar em meados de agosto da abertura do 26º Congresso Fena-brave, em São Paulo, Engle mostrou projeções da General Motors indicando venda de 2 milhões 150 mil veículos este ano e de expansão na faixa de 12% para o próximo, o que representará um mercado próximo de 2,4 milhões de unidades.

Ele aproveitou a oportunidade para falar do momento econômico atual, destacando que “o Brasil será mais seguro e mais forte ao término desta crise”. Mas fez questão de destacar que o importante é a indústria ter aprendido



Barry Engle

Divulgação/GM

SISTEMAS ELETRÔNICOS MAGNETI MARELLI. A TECNOLOGIA DE DADOS QUE VOCÊ QUER VER AMANHÃ NO SEU CARRO JÁ CHEGOU.



A Magneti Marelli está projetando hoje os sistemas de informação e inteligência que você vai usar amanhã no seu automóvel. Para isso, investe em soluções inovadoras capazes de combinar segurança, facilidade de uso, qualidade e tecnologias de última geração para desenvolver e produzir os mais avançados painéis de instrumentos e display, sistemas de infotainment e telemáticos. Por isso, seja como for o acesso a informações e dados no futuro, pode ter certeza de que estaremos lá, com você.

PRODUZINDO O FUTURO HOJE.

“Para crescer importamos peças em vez de produzi-las aqui e agora temos fornecedores quebrados

com todos os altos e baixos vividos nos últimos anos.

Segundo ele, as estimativas da GM para os próximos cinco a dez anos são conservadoras justamente por causa do comportamento do mercado ao longo desta década.

“É possível atingir 3,4 milhões antes de cinco anos? É possível sim. Mas ao sair desta crise a indústria não pode mais se esquecer da volatilidade do nosso mercado. Tem de partir para planejamentos mais racionais e, por isso, trabalhamos com essas projeções”.

Na avaliação de Engle, a indústria automotiva brasileira em geral superestimou o mercado ao investir pesadamente em aumento de capacidade num momento de aquecimento excessivo do mercado.

“Investimos demais e agora temos ociosidade tanto nas indústrias como nas redes de concessionários. Além disso, para crescer importamos peças em vez de produzi-las aqui e agora temos fornecedores quebrados.”

Com relação ao mercado, Engle enxergava já em agosto um processo de recuperação das vendas internas, ou seja, acreditava já naquela ocasião que o fundo do poço tinha finalmente chegado.

Engle citou em sua palestra no Congresso Fenabreve alguns indicadores positivos na econômica, como a volta dos investidores ao País: “A Bovespa cresceu mais de 50% deste o início do ano e o real se fortaleceu. Há uma correlação forte entre volumes da indústria e câmbio. Quando a moeda é forte a indústria é forte”.

O presidente da General Motors América do Sul aproveitou o encontro anual dos concessionários brasileiros para passar um recado aos empresários desse segmento: “É preciso reduzir despesas e buscar novas fontes para aumentar receita. Sabemos que todo mundo está fazendo isso, mas sempre é possível fazer mais. É fundamental buscar novas oportunidades, vigiar de perto o fluxo de caixa e privilegiar os talentos”.

Também falou da importância de os concessionários darem maior atenção à internet, principalmente a móvel, que é hoje a principal base de consulta dos consumidores:

“A resposta para qualquer tipo de demanda via esse canal tem de ser dada em uma hora. É provado que quanto maior a satisfação do cliente, maior a rentabilidade da empresa”.

LIDERANÇA — Além de ter conquistado a liderança das vendas de veículos no Brasil, a General Motors também consolidou neste ano o Chevrolet Onix no topo do ranking dos modelos mais vendidos por aqui. Pelo balanço do acumulado de janeiro a agosto divulgado pela Fenabreve, dificilmente o hatch da GM perderá o posto. No período foram mais de 92,6 mil Onix emplacados, volume que gera confortável vantagem sobre o vice-líder de mercado, o Hyundai HB20, com 75,9 mil unidades negociadas no mesmo período. A diferença do Onix para o seu concorrente da marca coreana, de 16,7 mil unidades, corresponde a mais de um mês de vendas. **AD**

Vote Librelato no Prêmio AutoData.



Mais uma vez, fomos indicados ao Prêmio AutoData, na categoria “Produtor de Implementos Rodoviários”. Estamos contando com você para alcançar essa conquista.


LIBRELATO
VOCÊ NA FRENTE

À espera da retomada

Akiyama prefere não fazer previsões, mas lembra que a empresa tem fábrica pronta para atender aumento da demanda assim que ela ocorrer

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Diante de um cenário econômico ainda imprevisível, o vice-presidente da Honda, Roberto Akiyama, prefere por enquanto não fazer projeções para 2017. Ele acha melhor aguardar até que o mercado mostre estabilidade quanto às principais variáveis macroeconômicas, mas adianta que a empresa está preparada para atender maior demanda do mercado caso ela venha a ocorrer.

“É importante ressaltar que temos uma fábrica recém-concluída em Itirapina, no Interior paulista, pronta para iniciar a produção em massa assim que houver melhor previsibilidade do mercado. Atualmente trabalhamos com uma projeção de 125 mil unidades vendidas.”

Na avaliação de Akiyama, as pessoas só se sentirão mais motivadas a adquirirem um veículo quando houver melhor horizonte econômico: “Sabemos que este ambiente instável freia o consumo em geral. O importante é que quando o mercado retomar teremos condições de acelerar nossa

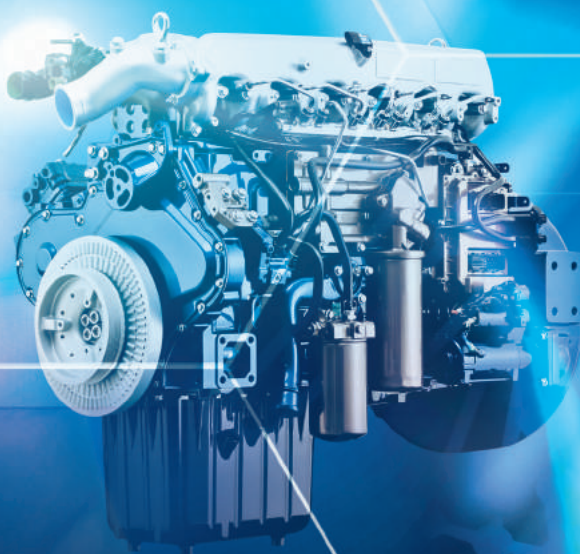


Roberto Akiyama

Divulgação/Honda

**MWM NO PRÊMIO
AUTODATA 2016.**

**É VOCÊ QUE NOS TRAZ
ATÉ AQUI.**



**TECNOLOGIA FAZ PARTE
DO NOSSO DNA.**

Contamos com seu voto.



PRODUTOR DE MOTORES

Reduza a velocidade, preserve a vida.

Veicular • Industrial • Agrícola • Construção • Geração de Energia • Marítimo



facebook.com/MWMmotores



@MWMmotores

MWM
A NAVISTAR COMPANY
mwm.com.br

produção". O executivo garante que a Honda segue apostando no crescimento dos negócios da marca no Brasil e reafirma a manutenção dos investimentos na renovação da sua linha.

No acumulado de janeiro a agosto deste ano, a fabricante comercializou 80,5 mil veículos, registrando decréscimo de 18,5% em relação ao mesmo período do ano passado. Estima encerrar 2016 com queda na faixa de 19%, dentro da média de retração do mercado de automóveis e comerciais leves em geral.

"A percepção em relação às dificuldades do mercado de trabalho e à situação financeira das famílias, aliada à restrição de crédito, inibiram o consumo e afetaram diversos setores da economia brasileira, dentre eles o automotivo. E a redução no volume de vendas fez com que os nossos planos de produção fossem revisados para baixo, levando em consideração os impactos nos estoques da nossa rede de concessionárias", comenta o vice-presidente.

Adianta, porém, que a empresa continua atenta às oportunidades de mercado e reforçou sua estrutura no Centro de Pesquisa & Desenvolvimento da região, sediado no complexo de Sumaré, para oferecer produtos que excedam às expectativas dos clientes:

"Oferecemos produtos de mais alta qualidade, com valor de revenda garantido e excelência em serviços pós-vendas. Esses diferenciais nos permitem manter um alto índice de fidelização dos clientes na marca, além de atrair novos admiradores".

O executivo diz ainda que a empresa mantém objetivos ambiciosos para o País, que tem um mercado potencial importantíssimo apesar do atual cenário econômico.

"Recentemente, iniciamos a comercialização do novo Civic Geração 10, modelo que é ícone da marca no mundo, e posso adiantar que recepção do carro está sendo muito boa."

Quanto às estratégias da Honda para o ano que vem, Akiyama ressalta que as metas da companhia estão focadas em acelerar o processo de desenvolvimento, produção e comercialização de novos produtos "cada vez mais alinhados às expectativas do consumidor brasileiro".

MERCADO EXTERNO — A Honda praticamente não exportou nada este ano, concentrando a produção para o mercado interno. Segundo o vice-presidente, os negócios externos da empresa limitam-se basicamente em vendas para a Argentina: "Só que o principal produto para exportação, o HR-V, também é produzido lá, inclusive com exportação de algumas unidades para o Brasil. Agora, com o início da produção do Civic Geração 10 no Brasil, a ideia é começar a exportar esse modelo para a Argentina".

Quanto às estimativas macroeconômicas para 2017, Akiyama diz que o momento ainda é de bastante turbulência política e econômica, dificultando qualquer projeção mais consistente: "Trabalhamos, portanto, com as projeções dos grandes bancos brasileiros".

Reforçamos
nossa estrutura
de pesquisa e
desenvolvimento
para oferecer
produtos que
excedam às
expectativas dos
clientes



Vote Cummins na
categoria **Produtor de
Motores** no Prêmio
AutoData 2016.



A Cummins concorre em mais uma edição do Prêmio AutoData. Tal reconhecimento é fruto de um trabalho contínuo para oferecer motores com a confiança e a tecnologia de uma marca que alia potência e os menores custos para seus clientes.

Você, assinante da Revista AutoData, pode ajudar a transformar essa indicação em algo ainda maior. Vote Cummins na categoria Produtor de Motores.



Motores



Peças



Sistemas de
Emissões



Filtros



Turbos



Serviços



Ao fim de 2016 o mercado de caminhões acumulará o terceiro ano consecutivo de queda nas vendas. Em 2013, o mais recente período de alta, fechou com 154,6 mil unidades. De lá para cá os negócios vêm ladeira abaixo, devendo encerrar este ano em 54 mil unidades, um terço do tamanho do mercado de 2013. Tudo indica, no entanto, que o ponto de inflexão chegou e, como aposta Roberto Cortes, presidente da MAN Latin America, "2017 deverá ser o ano do início da recuperação, com potencial de crescimento de dois dígitos."

A ordem de grandeza salta aos olhos, mas como bem adianta Cortes, a base de comparação é muito baixa e o mercado em 2017, mesmo com a expansão que o executivo estima, absorverá volume perto de 60 mil cami-

Potencial para dois dígitos

Roberto Cortes avalia que o pior da crise já passou, apostando em início da retomada já no ano que vem

Décio Costa | decio@autodata.com.br



Roberto Cortes

Divulgação/MAN

nhões. “Seguramente passamos pela pior crise de todas, mas a recuperação agora, espero, será diferente das outras, mais lenta e aos poucos, em compensação mais sustentável.”

MAIS CONSULTAS — Segundo Cortes, a partir de agosto o humor do empresariado do transporte mudou, está melhor. “Mesmo que o negócio não se concretize, temos recebido mais consultas do mercado. Depois, é preciso lembrar que os caminhões comprados no pico do mercado do passado já estão pagos e começam agora a não ser tão rentáveis para o transportador.”

A volta dos compradores ao mercado, portanto, também virá à reboque de um eventual risco de prejudicar o negócio de transporte com caminhões velhos, o que significa acrescentar à planilha maiores gastos com manutenção. Custos, aliás, fazem parte de um drama de Cortes, que somam dificuldades para este início de retomada.

Primeiro o presidente da MAN observa que não há mais como fechar as contas sem reajuste de preço nos produtos. “Desde 2012, com a introdução da tecnologia Euro 5, acumulamos uma defasagem de 30%. Infelizmente tivemos de fazer correções nesse sentido que em um primeiro momento provoca resistência no mercado.”

Depois, conforme pensa o representante da MAN, as regras do jogo do financiamento, embora dadas como aí estão, poderiam ser mais convidativas. Para ele, o Finame deveria ser estendido para caminhões usados e com uma taxa de juro um pouco menor da pra-

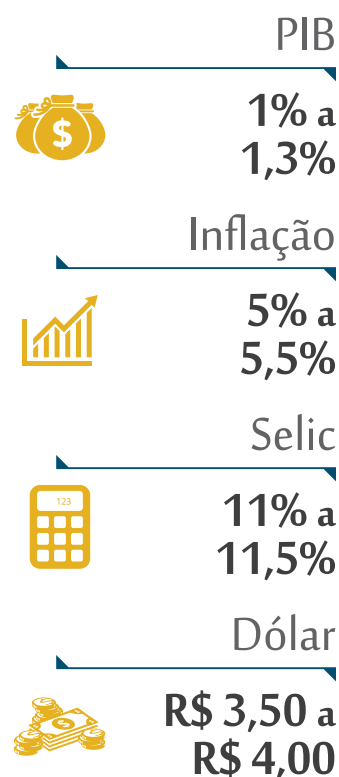
ticada hoje em dia: “Não é uma questão de reivindicar subsídios, como está hoje o comprador acabará quitando o bem com índices mais altos do que a Selic atual. Também vale pensar em voltar com a possibilidade de financiar 100% do caminhão, como antes.”

De qualquer maneira, Cortes diz que a empresa vem atravessando a crise com menos traumas. Apesar dos 80% de capacidade ociosa e a eliminação de dois turnos, conseguiu adequar a operação sem ações de grande impacto. “Desde 2012 temos tomado medidas corretivas. Viemos ao longo do tempo abrindo Programas de Demissão Voluntária que foram suficientes para a atual realidade. Também temos a sorte de estar em um polo automotivo em crescimento e boa parte da mão de obra que saiu foi absorvida por empresas que estão chegando.”

Cortes também reforça outra frente de negócio com as exportações. “Temos planos de internacionalização. A empresa quer a liderança nas exportações na América Latina.” A MAN projeta iniciar operações em CKD na Nigéria e Quênia e estima crescimento de 5% nas vendas externas em 2017.

Com relação ao segmento de ônibus, Cortes também acredita no início de sua recuperação no ano que vem, mas com potencial menor de crescimento se comparado com o de caminhões. Ele estima alta, nesse caso, na faixa de 5%. Segundo o executivo, o mercado de ônibus é um pouco diferente, pois depende de fatores como políticas públicas e retomada do nível de emprego.

AD





Simão Salomão

Menor chance de errar

Para o presidente da Mercedes-Benz, está mais fácil fazer previsões este ano do que nos anteriores. Tudo indica melhoria nas vendas, só que em cima de uma base baixa.

Décio Costa | decio@autodata.com.br

A pesar da acentuada crise no mercado de pesados, os dirigentes das fabricantes de caminhões e ônibus têm a percepção de que os sinais presentes no horizonte dizem mais que em anos anteriores. Diferentemente de passado recente, quando incertezas políticas se mostravam mais contundentes, minando

a confiança do investidor, a impressão agora é de tendências mais claras.

“A chance de errar já não é tão grande”, avalia Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil. “As notícias são mais otimistas, o que melhora o humor em geral e sinaliza algum crescimento para o setor.”

O executivo se baseia nas tendên-

cias apresentadas pelo mercado. Além do retorno de consultas ao balcão de negócios da montadora, há a percepção de que daqui para frente os juros tendem a cair e a inflação recuará.

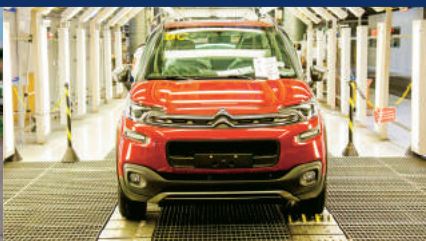
Schiemer dá como certo um mercado de caminhões pouco maior de 50 mil unidades em 2016 e algo em torno de 60 mil no ano que vem. “O volu-

GRUPO PSA. INDICADO AO PRÊMIO AUTODATA, MELHORES DO SETOR AUTOMOTIVO 2016.

COM GRANDE ORGULHO, O GRUPO PSA RECEBEU DUAS INDICAÇÕES A ESSA IMPORTANTE PREMIAÇÃO NAS CATEGORIAS "GESTÃO" E "PERSONALIDADE DO ANO" - COM CARLOS GOMES, NOSSO PRESIDENTE BRASIL E AMÉRICA LATINA.

GRUPO PSA. CONSTRUINDO UM BRASIL COM CONFIANÇA.

Pedestre, use sua faixa. 0800 01 1 3088



me novamente não vai fazer nenhum carnaval. Porém, mais do que nunca, a bola está no campo do governo. Ele precisa dizer o que quer e correr com as reformas necessárias. Se falhar, o mercado continuará reprimido.”

Na sua opinião, o governo recém-empossado tem oportunidade histórica para mudar o rumo do País. Aponta como positivo os avanços nas discussões a respeito das reformas necessárias, como o ajuste fiscal, a da previdência e a trabalhista, além da sinalização em fazer movimentar a infraestrutura e as privatizações.

“Sem reformas teremos pequeno crescimento. Elas são fundamentais para uma solução definitiva para evoluir. A queda de 3% no PIB nos últimos anos é uma calamidade, precisamos de um horizonte para planejar dois, três anos à frente.”

Para Schiemer, somente com o crescimento da economia e, principalmente, com investimentos em infraestrutura, os mercados de caminhões e de ônibus poderão crescer. Tanto é assim que ele questiona se o mercado de mais de 154 mil caminhões em 2013 foi realmente artificial, na ocasião alavancado por crédito farto e subsídios. “Acho prematuro dizer se aquele não era o mercado real. Na época tínhamos crescimento no País, o desempenho das commodities era forte, as obras de infraestrutura estavam acontecendo, os juros eram mais baixos, como também a inflação. Por que, então, naquele momento o mercado seria diferente daquilo?”

Esse passado recente, no entanto,

Antes de ir ao
mercado o
transportador vai
usar os veículos
que estão
estocados



provocou um impasse para a recuperação do mercado, uma vez que 30% da frota atualmente está parada: “Antes de ir ao mercado o transportador vai usar o que ele tem estocado.”

De qualquer maneira, com o excedente da mão de obra na fábrica de São Bernardo do Campo, SP, resolvido, com aceitação de pouco mais de 1 mil funcionários em um PDV e demissão de outros 370, Schiemer acredita que a empresa estará adequada ao mercado que vislumbra pela frente. O executivo justifica que com uma queda acumulada nas vendas de 70% nos últimos três anos ficou muito difícil absorver os custos e “tudo que podíamos fazer foi feito via negociação com o sindicato”.

Schiemer prefere não revelar as estimativas que tem para as exportações, mas informa que estão em alta os embarques para mercados da América Latina e a empresa está retomando negócios com o Oriente Médio.

ÔNIBUS — Para Schiemer, o segmento de chassi está mais nebuloso do que o de caminhões. A empresa deve fechar este ano com vendas de 10 mil unidades e, conforme o posicionamento do governo, deverá ter um pequeno crescimento em 2017, “se bom, para 12 mil unidades.” O executivo lembra que fretamento e transporte escolar praticamente desapareceram e, embora, a categoria de urbanos tenha comparecido com alguma compra no primeiro semestre, não voltou no segundo, quando costuma ser melhor. “Não podemos esquecer que esse mercado já foi de 30 mil unidades.”

AD

Para **transformar** o futuro,
sonhamos sempre
como se fosse o começo.



Quando você trabalha por um futuro melhor, precisa saber inovar a cada dia. Os sonhos que precisam do aço para se concretizar podem contar com a força transformadora da Gerdau. É assim há mais de um século e assim sempre será.
Gerdau, 115 anos de uma história com a força da transformação.



www.gerdau.com

Aposta forte nas exportações

Sem acreditar em retomada rápida do mercado interno, Carlos Gomes vislumbra a conquista de novos mercados na América Latina para incrementar a produção

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

A PSA tem a expectativa de encerrar 2016 com ligeiro crescimento de participação de mercado no Brasil. Com empurrão da chegada do Peugeot 2008 e do Novo Citroën Aircross, além do motor 1.2 PureTech de três cilindros – já disponível para o Peugeot 208 e Citroën C3 –, a empresa negociou 33,9 mil veículos de janeiro a agosto, 13,6% a menos do que em igual período do ano passado. A participação somada das duas marcas do grupo francês no período chegou a 2,6%, 0,2 ponto porcentual a mais do que em 2015.

Parece pouco, mas é desempenho expressivo se levado em conta o recuo médio acima de 23% do mercado interno. Mas Carlos Gomes, presidente da PSA no Brasil, acredita que até o fim do ano o declínio do mercado interno será ligeiramente menor e que 2017 deverá ter números muitos parecidos com os deste ano:

“Seguimos, de qualquer forma, prudentes em nossas previsões. Acreditamos apenas que um início de recu-



Carlos Gomes

Simão Solomão



MOVENDO O FUTURO

Em 60 anos de Brasil, nós inauguramos

milhões de idas ao trabalho mais confortáveis.

Na cidade somos todos pedestres.



Mercedes-Benz. A gente inaugura o futuro a cada dia.

A Mercedes-Benz está completando 60 anos de Brasil. A história da marca e do próprio transporte de passageiros no país se confundem. O primeiro ônibus fabricado no país foi um Mercedes-Benz. Hoje, são mais de 368 mil ônibus da marca em circulação, o que quer dizer que a cada 10 ônibus rodando, 6 são Mercedes. Bastante, né? A relação com o Brasil é tão forte que hoje, 60 anos depois, a Mercedes-Benz inaugura uma nova fábrica em Iracemápolis, SP. Porque inaugurar o futuro para nós é uma atividade diária. Assim, seguimos nosso caminho para melhorar a vida de todos os brasileiros. Pensando no coletivo, pensando no futuro.

 mercedesbenzonibus

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



Mercedes-Benz

“O grupo vem trabalhando firme no desenvolvimento de novos fornecedores para ampliar seu conteúdo local

peração do mercado brasileiro pode acontecer em 2017 ou 2018”.

Mas, pondera Gomes, ainda existem muitos fatores que podem atrapalhar essa eventual retomada e, por consequência, impedir ritmo mais forte nas linhas de montagem. Ou seja: a produção total brasileira de veículos deve oscilar para cima, mas somente isso, oscilar.

A PSA não pormenoriza o quanto espera evoluir no ano que vem no que se refere às vendas internas. Mas deixa a entender que, no seu caso em particular, há muito mais esperanças de crescimento expressivo na produção e especialmente nas exportações. O 2008 e o novo Aircross vêm registrando bom desempenho na Argentina e está mantido programa de desenvolvimento de novos mercados para o grupo em países da América Latina.

As exportações, na verdade, já cumprem papel decisivo na operação brasileira da PSA. Até agosto foram embarcados 26,4 mil veículos, 106% a mais do que em igual período do ano passado e nada menos do que 49% de todos os carros e utilitários esportivos fabricados em Porto Real, RJ.

Essa busca por novos clientes na região, contudo, deverá obedecer os parâmetros de crescimento consistente e rentável, como definido pelo plano mundial Push to Pass, adotado pelo grupo este ano. “Em 2015, nossas operações na América Latina tiveram resultados positivos pela primeira vez na história, mas ainda precisamos trabalhar forte na recuperação dos resultados no Brasil”.

Passa por esses ditames também o aumento de conteúdo local. A PSA vem trabalhando sistematicamente no desenvolvimento de fornecedores na região. “A ideia é chegar a 90% de integração local em nossos novos veículos até 2021”, afirma Gomes.

Atualmente, mais do que incentivar exportações, diz a PSA, a desvalorização do real tem impactado negativamente em seus custos de produção, ainda muito dependente da importação de algumas peças da Europa, principalmente as de elevado conteúdo tecnológico, o que também afeta a competitividade dos produtos fabricados em Porto Real.

DADOS MACROS — O presidente da PSA aconselha cautela com os aspectos macroeconômicos do Brasil. O momento ainda requer atenção, diz. “O cenário é bastante volátil”. Gomes acredita, porém, que o PIB deve ter leve alta e que o dólar continuará relativamente valorizado em relação ao real, podendo cair dependendo dos esforços do governo em relação à implementação das reformas estruturais mais importantes para o País.

A taxa de inflação, avalia, deve se manter em patamares elevados e estáveis, embora menores do que neste ano, devido à estagnação do consumo, fazendo com que o Banco Central mantenha a Selic ainda alta, de modo que continuaremos com uma das maiores taxas de juros nominais do mundo: “Isso, claro, continuará a prejudicar as vendas a prazo, incluindo-se aqui as de veículos”.

AD

MAXION WHEELS MATTER

Finalista na premiação Melhores do Setor Automotivo



A Maxion Wheels é mais uma vez finalista na premiação “Melhores do Setor Automotivo 2016” na categoria Fornecedores de Peças, Partes e Componentes.

Esta importante indicação reforça ainda mais o nosso compromisso com os maiores e melhores clientes ao redor do mundo, investindo em tecnologia e inovação para produzir rodas com mais design, qualidade e segurança.

www.maxionwheels.com

Siga-nos no Facebook 



Steve St. Angelo



Simão Salomão

Sem segredos nem mágica

Steve St. Angelo, CEO para a América Latina e Caribe, fala da estratégia da Toyota para ganhar mercado em plena crise

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A vida não está fácil para ninguém, mas sem dúvida há os que estão em situação menos desconfortável do que outros. A Toyota mais uma vez conseguirá fechar o ano com vendas estáveis em pleno período de retração — deverá até ter pequeno crescimento de 1,4% —, mantendo trajetória de participação crescente no

disputado mercado brasileiro. Qual o segredo para tal desempenho?

“Não tem segredo e nem mágica”, diz o CEO da Toyota na América do Sul e no Caribe, Steve St. Angelo. “Credito isso aos fundamentos nos quais a Toyota está apoiada, no trabalho em equipe de todas as suas áreas.”

O executivo comenta que quando

assumiu o cargo em 2013, via todos os funcionários da companhia trabalhando duro, mas nem todos na mesma direção. “Em umas áreas havia cortes de custos, em outras eles cresciam. Lembrei da história do executivo que trabalha duro o ano todo e ao tirar as férias com a família o filho ao entrar no carro pergunta: para onde vamos? O

pai responde: vamos tirar férias. Mas vamos para onde?, insiste o filho.”

St. Angelo, então, criou um mapa estratégico para o período 2013-2020, já programado para ser estendido para 2025, dando uma direção comum para todas as áreas, com indicadores de performance e metas. “O importante é a direção”, acredita o executivo. “Essa é a grande diferença da Toyota em relação a outras companhias.”

O objetivo, segundo ele, não se limita a buscar market share, volume e lucro. “A Toyota é mais focada nos processos, nos comportamentos, na cultura. Essa postura é que leva aos resultados de participação e lucratividade”.

O planejamento da Toyota, segundo St. Angelo, baseia-se em uma árvore: “Tem de ter raízes fortes e para isso é preciso tratar o solo, fertilizar, regar. As raízes são as pessoas e é fundamental uma boa relação de confiança e de integridade entre todos. Com tudo isso o tronco também será forte e nele baseia-se o crescimento sustentável. Não adianta crescer rápido”.

E a copa da árvore, explica o CEO, é o resultado final: “Se cuidarmos da raiz e do tronco a copa vem automaticamente. Não demitimos ninguém este ano. E vamos ter mais lucro, mais participação, mais expansão. Estamos crescendo no Brasil e na América Latina. Na Argentina, por exemplo, ampliamos nosso market share de 5,3% em 2013 para 12% este ano.”

De acordo com St. Angelo, a política de comprar mercado é prejudicial ao cliente, pois desvaloriza o valor do bem na hora da revenda: “Por isso não

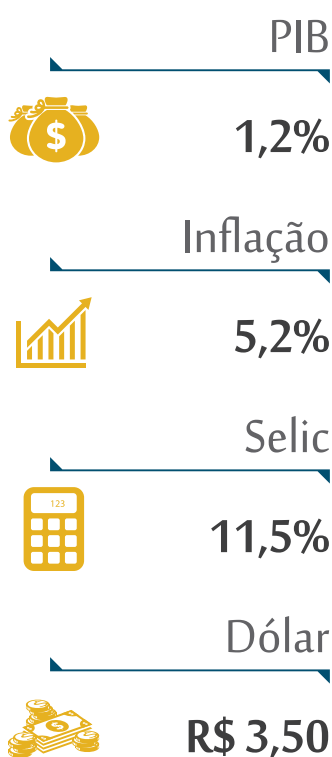
atuamos assim. Somos bem disciplinados no que diz respeito à qualidade e à confiabilidade”.

St. Angelo revela que a empresa investiu fortemente em processos de redução de custos, avaliando peça a peça de cada um dos veículos para ver o que poderia ser feito para melhorar a rentabilidade. “Todas as nossas áreas estão reajustadas, ampliamos a troca de experiências entre elas e todas as oportunidades para reduzir custos são avaliadas. E quando nossos fornecedores estão com problemas nos notificamos de imediato a ajudá-los”.

Enfim, reforça St. Angelo, “não tem mágica”. O importante é ter disciplina e estar sempre melhorando o relacionamento com os fornecedores, com a rede e com o cliente.

NÚMEROS — De toda essa estratégia, acredita o executivo, resultam os números favoráveis que a Toyota vem apresentando na América Latina e no Brasil. A empresa emplacou no mercado brasileiro 176 mil veículos em 2015 e espera encerrar este ano com venda de 178,4 mil unidades. Para 2017 a previsão é chegar a 180 mil.

Sua projeção para o mercado brasileiro é a de um total de 2 milhões 190 mil veículos em 2017, um crescimento de 6,8% em relação a 2015. St. Angelo diz estar cautelosamente otimista em relação à região como um todo: “Na Argentina já é visível que as pessoas estão mais confiantes. E no Brasil começo a sentir uma energia boa. Acredito ser possível o País sair fortalecido desta crise toda”. **AD**



Quem sair na frente leva vantagem

Fabricante de Curitiba estima alta de 20% nas vendas de caminhões em 2017, índice que até assustou a matriz. A base, porém, é muito baixa, lembra seu presidente.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Há sempre o que melhorar nas crises e foi o que a Volvo fez este ano com o seu pós-venda. O presidente do Grupo Volvo no Brasil, Wilson Lirmann, conta que a empresa promoveu grandes investimentos na rede e está hoje com seu estoque adequado. "Ajustes ocorreram em várias áreas e nosso pós-venda, por exemplo, cresceu. Temos equipes nesse departamento maiores do que as do ano passado. Nossa rede se manteve, com poucos fechamentos e algumas aberturas, num processo que envolveu reposicionamento de pontos. Podemos afirmar que nossa rede hoje é sólida e consolidada."

De acordo com Lirmann, o cliente hoje está mais exigente e tudo foi feito para melhor atendê-lo a partir de trabalho conjunto da montadora com as concessionárias: "Nosso objetivo de longo prazo é ser líder no segmento de pesados, mas não vamos nos prender exclusivamente a isso. Queremos prioritariamente a liderança em atendimento e qualidade."



Wilson Lirmann

Divulgação/Volvo

NSK. LINHA COMPLETA DE ROLAMENTOS PARA VEÍCULOS LEVES E PESADOS.



Em 100 anos de atuação, a NSK se tornou a parceira ideal das principais montadoras em todo o mundo. Além de uma linha completa de rolamentos para atender a indústria automotiva, a NSK tem tecnologia de ponta para desenvolver, em conjunto com seus clientes, produtos de alta qualidade com a melhor relação custo-benefício.

A NSK oferece uma linha completa de rolamentos para: Roda | Alternador | Transmissão (AT e MT) | Sistema de Direção | Sistema de Refrigeração (Viscous Fan e Compressor de Ar Condicionado) | Bomba D'água | Polias | Tensionadores | Eixo de Comando de Válvula | Virabrequim | Turbo Compressores e Embreagem Eletromagnética (MCB). Além disso, também oferece o Sistema de Direção Elétrica (EPS).



Leia com seu celular e acesse nosso site.

Com 65 fábricas em 13 países e 14 centros tecnológicos pelo mundo, incluindo o BTC - Centro Tecnológico Brasileiro em Suzano (SP), a NSK tem o conhecimento, a experiência e a estrutura necessária para trazer soluções inovadoras para seus clientes.

O executivo reconhece que a situação do setor ainda hoje é muito desafiadora. Lembra que os fabricantes de caminhões, em geral, acreditavam há um ano que haveria estabilidade nas vendas em 2016 e o que está se configurando atualmente é uma queda na faixa de 25% a 28%. “O volume total de caminhões acima de 16 toneladas será de cerca de 30 mil”, antevê.

Lirmann admite que a Volvo teve ligeira perda de participação no segmento no qual atua, mas garante que é um movimento decorrente de estratégia adotada pela própria empresa. “Nós, em particular, buscamos equilíbrio entre preço e participação, enquanto alguns concorrentes foram mais agressivos e, com isso, ganharam um pouco de mercado.”

A fabricante de Curitiba, PR, ainda tem algum excedente de pessoal, tanto que manterá PDV, Programa de Demissão Voluntária, aberto até o final do ano. “Até lá esperamos equilibrar operações e pessoal”, revela Lirmann.

O executivo fala ainda dos desdobramentos da crise em toda a cadeia. “Como alguns setores foram mais afetados que outros, tivemos de mudar mix de produto, o que afetou também a operação dos nossos fornecedores”.

AMBIENTE MELHOR — Na avaliação do presidente do Grupo Volvo o período de dúvidas parece estar chegando ao seu final: “A névoa começa a se dissipar. O cenário político teve definição e, com isso, os empresários voltam a discutir eventuais investimentos. Já há melhora no ambiente de negócios

e acreditamos que há potencial para retomar a economia”.

Lirmann, no entanto, define seu otimismo como cauteloso, apostando em retomada lenta neste e no próximo ano: “Em agosto tivemos as Olimpíadas e o auge do processo de debates políticos que desaceleraram ainda mais o mercado. Mas agora podemos dizer que as coisas começam a melhorar. Tenho rodado o Brasil todo e os concessionários estão prontos para retomar atividades. Quem sair na frente leva vantagem”.

A Volvo está projetando para 2017 crescimento de 20% no mercado de caminhões. Seu presidente admite que “saltaram os olhos dos executivos da matriz” quando a subsidiária brasileira informou tal índice. “Mas conversando dá para entender que é um percentual relativamente alto mas em cima de uma base muito baixa. Com 20% de expansão sequer voltaremos aos números de 2015. Eles têm compreensão com o que acontece no Brasil”.

Lirmann não descarta, inclusive, a possibilidade de a expansão ser maior do que a projetada, dizendo que é sempre bom estar preparado para um crescimento maior. A empresa, por ser de capital aberto, não divulga números, mas admite que suas exportações cresceram este ano, compensando em parte a queda no mercado interno: “Atendemos América Latina e Caribe e os negócios externos sempre foram importantes para a gente. Somos líderes no segmento de pesados no Peru e estamos crescendo no Chile, onde ampliamos nossa rede de serviços”. **AD**

PIB



1,3%

Inflação



5,12%

Selic



11%

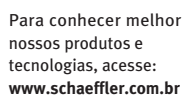
Dólar



R\$ 3,45

Vote Schaeffler! Indicada na Categoria Qualidade e Parceria

A Schaeffler mais uma vez foi indicada entre as melhores empresas do setor e por isso concorre ao Prêmio AutoData 2016. Esse é o reflexo da confiança presente na parceria com os clientes e nas soluções de alto padrão de qualidade para motor, transmissão e chassi, focados na Mobilidade para o Amanhã. Vote Schaeffler na Categoria Qualidade e Parceria!



Faça revisões em seu veículo regularmente



Queda no conteúdo local

Futuros modelos da marca terão índice de nacionalização de 70% devido às dificuldades para acertar novos desenvolvimentos na base fornecedora

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A falta de capital para investimentos na base fornecedora preocupa o presidente da Volkswagen do Brasil, David Powels, para quem é preciso sensibilizar o governo com relação à baixa competitividade da indústria brasileira. Ele revela que os quatro modelos sobre nova plataforma a serem produzidos pela empresa a partir de 2018 terão índice de nacionalização na faixa de 70%, enquanto os atuais têm 92% de conteúdo local:

“Está todo mundo com a margem reduzida e fica difícil investir em novas tecnologias neste momento. Muitos dos fornecedores não têm dinheiro e nem interesse em investir. Não gostamos de importar, mas teremos de fazer isso até a indústria local ter condições de bancar os desenvolvimentos necessários para atender à nossa nova demanda, tanto em componentes como em materiais.”

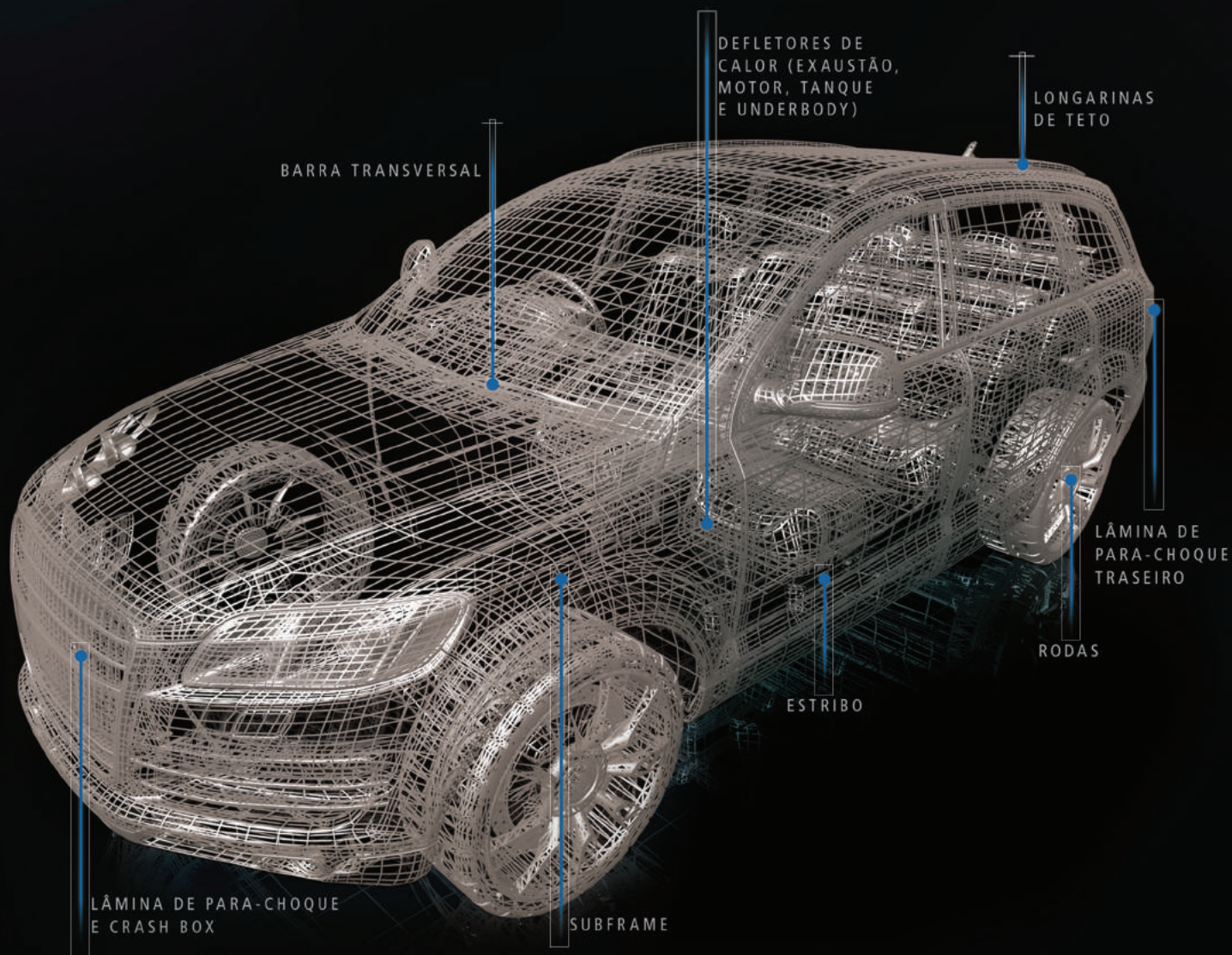
A Volkswagen prepara-se para renovar seu portfólio dentro dos próximos três a quatro anos, sendo que em 2017



David Powels

Divulgação/VW

O FUTURO É FEITO DE ALUMÍNIO.



O alumínio absorve mais energia que o aço, sua densidade é 65% menor e os processos mecânicos pós-extrusão das ligas são muito mais simples, já que ele se adapta a qualquer tipo de máquina e geometria. É por isso que, cada vez mais, o **alumínio ganha espaço na indústria automobilística**.

A CBA é uma das maiores produtoras de alumínio da América Latina, atuando com foco em prover soluções e serviços para os seus principais clientes do mercado automotivo.

Saiba mais em www.aluminiocba.com.br



Companhia Brasileira de Alumínio



chegarão modelos importados e no ano seguinte inicia processo de lançamento dos novos nacionais. Com isso aumentará o tíquete médio do preço de seus veículos de R\$ 48 mil para R\$ 53 mil a R\$ 55 mil.

“Não vamos abandonar os carros de entrada porque precisamos ter volume”, diz Powels. “Mas para ganhar dinheiro não se pode vender só esse tipo de produto. Já temos veículos premium, incluindo o Golf produzido aqui, e vamos mudar essa imagem de sermos uma marca de entrada.”

FATIA REDUZIDA – Além de enfrentar a retração que atingiu o mercado como um todo, a Volkswagen teve um complicador este ano por causa de problemas com fornecimento de peças do Grupo Prevent, com o qual rompeu os contratos em meados do ano em meio a uma disputa judicial. Sua participação no mercado baixou para apenas 12,8% no acumulado até agosto e após férias coletivas de 30 dias em suas fábricas de São Paulo e do Paraná, a empresa acelerará a produção neste último trimestre do ano para tentar recuperar espaço perdido no mercado.

Serão produzidas cerca de 50 mil unidades/mês neste final de ano, contra a média anterior em torno de 35 mil. Com o aumento da oferta no último trimestre a montadora quer ao menos retomar participação de 14% no mercado interno. Desde o início do ano passado a Volkswagen deixou de produzir 150 mil veículos por causa de problemas com falta de peça. Tais dificuldades também afetaram suas

exportações. A meta era repetir as 125 mil unidades de 2015, mas os embarques deverão ficar em 120 mil.

Com relação ao mercado brasileiro, Powels avalia que “o fundo do poço já chegou”. Sua projeção para 2017 é de um crescimento na faixa de 5% a 10%, ou algo em torno de 2,1 milhões a 2,2 milhões de automóveis e comerciais leves. A Volkswagen, em particular, quer abocanhar 14% desse mercado.

O executivo acredita que a produção brasileira chegará a 2,5 milhões de veículos no próximo ano e a retomada de volumes na faixa de 3 milhões a 3,5 milhões só acontecerá daqui a cinco anos. Powels defende a adoção de uma política de longo prazo que incentive os investimentos locais principalmente na base fornecedora:

“Se não investirmos em novas tecnologias, daqui cinco a dez anos vamos perder parte da nossa indústria. É uma situação muito desafiadora nesse sentido. Talvez fosse o caso de haver linhas do BNDES para as autopeças poderem acompanhar os novos desenvolvimentos das montadoras.”

Na sua opinião, não adianta os Tiers 1 serem fortes e importar peças ao invés de comprá-las internamente. “Temos de ter Tiers 2 e 3 também fortes.” O presidente da Volkswagen insiste na necessidade de todos os elos da cadeia se unirem para voltar a crescer e de o governo se sensibilizar com os problemas do setor. Dentre outras medidas, defende a redução dos impostos em cascata e a eliminação do imposto de importação de matérias-primas não disponíveis aqui.

AD

PIB



1%

Inflação



5,5%

Selic



13,8%

Dólar



R\$ 4,17

S-in motion®

Descubra a força do nosso S-in motion® nas soluções em aço de alta resistência para redução de peso dos veículos.



ArcelorMittal



Oferecer as melhores soluções em aço é algo que levamos a sério.

A imagem do aço quanto à sua resistência e durabilidade já é conhecida, mas isso não é tudo. A ArcelorMittal oferece soluções modernas em aços planos e longos de alta resistência que possibilitam a redução de peso dos veículos, melhor desempenho na aplicação e menor custo total, melhorando a eficiência energética e diminuindo as emissões de gases poluentes, além de proporcionarem **maior resistência contra impactos**.

Descubra o aço do amanhã em brasil.arcelormittal.com.br • auto.arcelormittal.com

Dinâmica maior

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Fornecedores tiveram de se adaptar a uma nova demanda das montadoras, com a oferta de automóveis concentrada em faixa acima de R\$ 40 mil

Além de enfrentar retração nas vendas OEM, em alguns casos compensada por exportação e reposição, os fornecedores de autopeças conviveram este ano com uma mudança no perfil da demanda das montadoras. De um lado alterou-se significativamente o mix de produtos ofertados pela indústria local e de outro algumas marcas ganharam espaço em detrimento de outras.

“O consumidor da faixa de entrada, que antes era bancado pelo crédito, sumiu, o que exigiu adaptações em toda a cadeia”, comenta o presidente da Bosch, Besalier Botelho. “Serão comercializados este ano 2 milhões de automóveis que custam acima de R\$ 40 mil e trazem mais tecnologia. Estão se dando bem, assim, principalmente os que trabalham no segmento de produtos acima de R\$ 50 mil, menos afetado pela crise de mercado.”

Também o perfil dos clientes de cada fornecedor teve peso nas dificuldades deste ano. Os que dependiam prioritariamente de marcas que estão com participação em queda sofreram mais do que os que têm um leque mais abrangente de clientes. Sem contar, como lembra Botelho, problemas de paradas em algumas montadoras, decorrentes de retração do mercado

e também de falta de peças, caso da Volkswagen que entrou em licença remunerada por mais de um mês no período agosto/setembro.

“Para os fornecedores em geral e também para os sistemistas tudo isso exigiu adaptações no processo produtivo. Deixamos de fabricar alguns itens e tivemos de produzir outros. Teve uma dinâmica maior no mercado por causa da mudança de mix de produto e do reposicionamento das marcas”.

Como reflexo dessa situação há fornecedores crescendo em plena crise — ou, ao menos, caindo menos do que a média do mercado —, e outros em processo de recuperação judicial (58 segundo dados do Sindipeças) por problemas financeiros gerados, ao menos em parte, pela queda de volumes.

A expectativa, agora, é a de que o mercado pelo menos não caia mais. Botelho, por exemplo, acredita que o setor finalmente chegou ao fundo do poço. Mas não vê espaço para o segmento de veículos leves crescer já no ano que vem, nem aqui no Brasil e nem na Argentina. Já o de pesados, que teve queda mais acentuada este ano, deverá expandir-se em cerca de 10%.

A Bosch prevê para este ano uma queda de 5% em seu faturamento, índice menor do que a redução veri-

ficada no mercado de veículos. As exportações, segundo Botelho, ficaram praticamente estáveis em relação a 2015 e respondem hoje por 32% do faturamento de empresa. O câmbio, na sua avaliação, não está favorável no momento. As importações caíram um pouco este ano, por causa de queda de volume e também de algumas nacionalizações, havendo equilíbrio na balança comercial da empresa.

A sistemista, que teve sua capacidade ociosa ampliada este ano, opera em dois turnos em algumas linhas e em um turno em outras. Sua expectativa para 2017 é ao menos manter faturamento na área automotiva. “Continuamos fazendo a lição de casa, otimizando processos e reduzindo estruturas”, conta Botelho.

ESTRATÉGIA GLOBAL — Para compensar a queda no mercado OEM a Delphi vem se esforçando para aumentar seus negócios em outros segmentos. Segundo o presidente da empresa, Paulo Santos, 30% do faturamento da empresa hoje vêm das exportações, agora não mais só para o Mercosul, mas também América do Norte e Europa. Há três anos os embarques respondiam por apenas 15%.

“Esse salto deve-se não só ao câmbio mais favorável, mas também a uma estratégia global da Delphi de ocupar a capacidade ociosa de suas operações”, comenta Santos, estimando dólar médio de R\$ 3,50 para o ano que vem. Segundo informa, a sistemista avançou ainda na reposição, que respondia por 10% do faturamento e deve fechar

“Continuamos fazendo a lição de casa, otimizando processos e reduzindo estruturas”
Besalviel Botelho



Marcos Peron

2016 com 17%, porcentual que deve ser repetido em 2017, assim como os 30% das exportações.

Com relação ao mercado interno, Santos tem perspectiva conservadora para este último trimestre do ano. Ele projeta queda de 12% na produção de veículos em 2016, que deverá fechar com 2,1 milhões de unidades, e vendas próximas de 1,9 milhão, recuo de 24% sobre o ano passado.

Quanto a 2017, prevê recuperação lenta só a partir do último quadrimestre, com o mercado, na média, repetindo 2016, apesar da perspectiva de crescimento da economia de 1,5%, queda da inflação para 5% e recuo das taxas de juros para 10,5%. “Embora haja algum otimismo com os sinais de melhora na economia, o Brasil ainda terá nível elevado de desemprego e do endividamento das famílias. Numa crise, é bom lembrar, o setor automotivo é o primeiro a entrar e o último a sair.”

A produção brasileira, na avaliação de Santos, deve oscilar para cima algo como 2%. Santos diz que a indústria de autopeças, por causa dos ajustes feitos nos últimos anos, sofrerá menos em 2017. A própria Delphi, lembra, concluiu um período de adequação à nova realidade do mercado: “Fizemos nossa lição mas mantivemos, claro, algum nível de capacidade extra para o caso de haver alguma reação inesperada”.

MODO CRISE — O presidente do Grupo Continental, Frédéric Sebbagh, reconhece que não se esperava uma retração do mercado interno como a ocorrida este ano. Mas também no seu



Divulgação/Delphi

“A Delphi agora vende também para a América do Norte e Europa. As exportações responderão por 30% da nossa receita este ano.

Paulo Santos

caso houve ampliação das vendas na reposição e no Exterior, o que minimizou em parte as perdas nos negócios OEM. No caso do aftermarket a empresa estima crescer de 15% a 20% em 2016 sobre o ano passado e, nas exportações, em torno de 5%.

O executivo destaca que devido ao desaquecimento do mercado brasileiro sobrou capacidade, o que abriu oportunidade para exportar para os Estados Unidos e Europa, mercados normalmente abastecidos por unidades mais próximas a eles. O faturamento global da empresa é de € 40 bilhões, com os negócios da América Latina tendo participação de 2,5%. O faturamento na região crescerá 5% em 2016, de acordo com Sebbagh.

Em meio à formação do budget para 2017, Sebbagh diz que o atual sentimento é de cautela, com um orçamento conservador diante da perspectiva de vendas lineares em relação a 2016. “Esse é na verdade o pior cenário. Entendemos que o setor chegou ao fundo do poço, mas preferimos trabalhar em ‘modo crise’ para não termos surpresas adiante.” Com relação ao faturamento da Continental, projeta-se alta de 5% em 2017, mais uma vez decorrente de negócios vindos do mercado de reposição e das exportações.

O executivo acredita que o ambiente político é que definirá o comportamento do mercado no curto prazo. “Se os movimentos em direção às reformas que o País precisa forem concretos, aí sim podemos estimar crescimentos de 10% no mercado de veículos leves e até de 10% a 20% no segmento de

pesados, o que não quer dizer muito porque a base atual é baixa.”

EM ALTA — Apesar de todas as dificuldades deste ano algumas empresas conseguiram crescer em plena crise. É o caso da TMD Friction, fabricante de lonas e pastilhas de freios da marca Cobreq pertencente ao Grupo Nishinbo, que deve ampliar receita este ano em 7% com relação a 2015. “Compensamos a queda nas vendas para as montadoras com aumento dos negócios no aftermarket tanto aqui dentro como lá fora. Nossas exportações cresceram 15% e, no total, a reposição responde hoje por 75% da nossa receita”, conta o diretor presidente da TMD Friction no Brasil, Marcoabel Moreira.

Na sua avaliação, a retomada do mercado doméstico se dará a partir do final deste ano, mas de forma lenta, com crescimento de apenas 3% em 2017. “Com as definições na área política já estamos sentindo os primeiros sinais positivos, com aumento de pedidos tanto na reposição como por parte de algumas montadoras. Mas para a retomada ser efetiva é preciso que os juros caiam e o desemprego diminua.”

A TMD, particularmente, prevê crescer um pouco mais em 2017, na faixa de 8%, principalmente por causa da inauguração de nova fábrica em Salto, SP, que lhe garantirá maior competitividade. Também projeta continuar ganhando participação no mercado de reposição e, além disso, a empresa conquistou novo negócio OEM recentemente, passando a oferecer componentes para o novo Honda Civic.

A unidade industrial de Salto, que consumiu R\$ 142 milhões de investimento e já tem algumas linhas em operação, será inaugurada oficialmente em meados do ano que vem. Sua capacidade será de 13 milhões de peças/ano contra as 8 milhões da fábrica atual, localizada em Indaiatuba, SP, que será desativada.

Também a Zen, fabricante de autopeças de Brusque, SC, amplia receita este ano graças, principalmente, ao aumento das vendas externas. Gilberto Heinzelmann, presidente da empresa, diz que o faturamento do primeiro semestre foi 14% superior ao do mesmo período de 2015, mas no encerramento do ano a alta será de 4% a 5% por causa da desvalorização do real.

“Não dá para celebrar. Vamos crescer, mas menos do que prevíamos. No Brasil chegamos a ter uma variação cambial em um único mês que não acontece na China em cinco anos. A instabilidade é péssima para os empresários, dificulta qualquer planejamento”, comenta Heinzelmann.

Na sua avaliação, com o dólar na faixa de R\$ 3,20 o Brasil voltou a ficar caro, reduzindo, assim, sua competitividade externa. O ideal, segundo ele, seria algo na faixa de R\$ 3,50 a R\$ 3,60. De qualquer forma a empresa pensa em fazer seu planejamento para 2017 com base na paridade atual. “Vamos tomar uma atitude mais conservadora”, explica Heinzelmann, dizendo que para 2017 a Zen prevê crescimento de apenas um dígito. Em relação às vendas de veículos no mercado interno, o executivo projeta alta

“Entendemos que o setor chegou ao fundo do poço, mas preferimos trabalhar em “modo crise” para não termos surpresas adiante

Frédéric Sebbagh



Divulgação/Continental

em torno de 10%, um índice que não é significativo considerando o baixo patamar deste ano.

O que tem efetivamente garantido desempenho positivo para a Zen são as exportações, hoje responsáveis por 65% do seu faturamento. “Ampliamos nossa carteira de clientes em todo o mundo, incluindo Europa, Estados Unidos, México e América do Sul”.

Diante do novo quadro político brasileiro, Heinzelmann diz estar otimista quanto à perspectiva de menos volatilidade. Mas avalia que a saída da crise não será rápida. A empresa fez sua lição de casa e enxugou custos com investimentos em processos internos. “Estamos fazendo mais com menos.”

O executivo lamenta, no entanto, os investimentos feitos em 2012/2013 em novos equipamentos e maquinários: “Foram aportes que não se converteram em receita. Estamos longe de utilizar tudo o que adquirimos”.

A NGK, por sua vez, prevê fechar 2016 com resultado similar ao de 2015. “É difícil determinar o quanto, mas estamos aumentando a nossa participação”, diz Célio Takata, diretor de vendas da fabricante de velas de ignição. Embora tenha forte presença no mercado OEM, o bom desempenho dos segmentos de reposição e exportação foi decisivo para balancear os negócios da empresa. “O resultado final será satisfatório, vamos conseguir faturamento similar ao do ano passado”, estima Takata, sem citar valores. O executivo acredita que em 2017 o mercado avance em torno de 5% com relação ao resultado deste ano. **AD**

Cenário pé no chão

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

As fabricantes de motores diesel acreditam em alta de no máximo 10% no mercado de pesados. Fornecedores, inclusive, teriam dificuldades para acompanhar uma expansão maior.

Enquanto as montadoras de caminhões arriscam palpites de alta de 20% nas vendas para o ano que vem, os fabricantes de motores diesel preferem ser mais cautelosos em suas projeções. Dirigentes da MWM, Cummins e FPT Industrial, por exemplo, apostam em alta de no máximo 10% nas vendas de pesados.

“Temos sido mais pessimistas que a média do mercado por causa dos erros do passado”, diz Luís Pasquotto, presidente da Cummins América do Sul. “No final de 2015 já prevíamos um 2016 mais difícil, tanto é que estamos um pouco acima do nosso planejamento.” A expectativa da empresa, que já chegou a produzir aqui 111 mil unidades/ano, é a de encerrar 2016 com produção entre 28 mil e 30 mil motores e ter pequeno crescimento, na faixa de 5% a 10% em 2017.

Pasquotto projeta para o ano que vem a venda de 65 mil caminhões no mercado brasileiro, ante os 60 mil que deverão ser emplacados este ano. “O momento do País ainda é delicado”, avalia. “Não chegamos nem à metade do processo e, ao menos por enquanto, temos mais fé na retomada do que certeza. Acabamos o primeiro tempo, ainda vai ter o segundo e não sabemos se haverá prorrogação.”

Na sua opinião, tem muita gente otimista com a troca do governo e a mudança talvez traga mais confiança. De outro lado, no entanto, haverá medidas duras de ajuste, como a redução dos gastos públicos, o que pesará no ritmo da retomada econômica: “Não há motivos ainda para comemoração”.

Há ainda, na análise de Pasquotto, outro fator limitante. “Muitos fornecedores quebraram e se houver retomada forte não tem como a cadeia reagir. É um impeditivo até para localização. Todo mundo se adequou ao novo patamar do mercado e a base fornecedora não teria como acompanhar crescimento muito grande.”

Assim como os demais fabricantes do setor, a Cummins investiu em novas linhas de produto, principalmente em mineração e geração de energia, e fez reestruturação ampla de processos, racionalizando operações. Como exemplo, Pasquotto cita que a empresa tinha vários almoxarifados fora e trouxe tudo para dentro da fábrica. Além disso, investiu forte em programas de redução de custos de material. “Trocamos de fornecedor para obter preço melhor, simplificamos peças sem perder qualidade, deixamos de produzir algumas linhas que eram para exportação e não eram rentáveis,

como a dos blocos de motores de 19 litros, e localizamos os motores 3.8 e 2.8, com ganhos na parte de logística.”

Sobre lucratividade, o executivo diz não poder dar números: “Mas posso afirmar que nossas condições hoje são bem melhores do que há um ano. Estamos muito mais saudáveis”.

AGORA NA ÁFRICA — Também a MWM Motores Diesel aproveitou a crise para reestruturar suas operações produtivas, investir em novos nichos e ampliar negócios externos. Dentre as medidas, transferiu a produção de motores de Canoas, RS, para a fábrica do bairro de Santo Amaro, na capital paulista, e criou novo centro de distribuição em Jundiá, SP, desativando o que mantinha na cidade gaúcha.

O diretor de vendas de motores e de marketing da MWM, Thomas Püschel, garante que apesar de todos os problemas vividos nos últimos anos, a empresa hoje está sólida e preparada para a retomada: “Acreditamos que haverá crescimento em 2017 em torno de 5% a 10% no caso dos caminhões. Alguns clientes estão até um pouco mais otimistas, mas preferimos ser mais conservadores neste momento”.

A empresa prepara vários lançamentos para 2017 e continua trabalhando firme na área de reposição. Além disso, ampliará suas vendas externas em 2016 na faixa de 6% a 10%. Neste final de ano iniciou exportação de peças para a África do Sul, novo mercado conquistado pela empresa e que em breve também receberá motores da subsidiária brasileira.

“Temos sido mais pessimistas do que a média do mercado por causa dos erros do passado”

Luís Paquotto



Divulgação/Cummins

De acordo com Püschel, em uma primeira fase os pedidos envolvem o segmento fora de estrada: “Mas já estamos batalhando para estender os negócios para outros tipos de veículos”. Para conquistar clientes na África do Sul, a MWM criou uma rede de dez concessionárias no país, que funcionam junto a revendas de caminhões da Navistar. A participação da fabricante brasileira naquele mercado até o momento se dava apenas via indireta, ou seja, seus motores e peças seguiam para lá em veículos exportados por montadoras daqui.

“Mesmo em época de mercado interno aquecido nós nunca abandonamos nossos clientes externos. Com a crise, intensificamos ainda mais a busca de novos mercados e atualmente exportamos para a própria matriz da Navistar, para o México, Coreia e países da América do Sul”, comenta Püschel. As exportações hoje representam 15% do faturamento da empresa, 5 pontos percentuais a mais do que há dois anos.

Ante produção de 60 mil motores no ano passado, a MWM pretende fechar este ano com 40 mil. Apesar da retração, a empresa manteve investimentos em novos produtos e tecnologia, como os relativos à adoção da legislação MAR-1 para o segmento de fora de estrada.

FORA DE ESTRADA — O presidente da FPT Industrial, Marco Rangel, lembra que há um ano já se achava que o setor de pesados estava chegando ao fundo do poço, “o que infelizmen-

te não aconteceu”. Ele comenta que a matriz alega que já ouviu demais falar que está piorando, mas mesmo assim optou por manter investimentos. “Essa posição nos deixou um pouco menos preocupados, pois ao darmos continuidade nos aportes em produtos e tecnologia nos mantivemos competitivos para o momento da retomada.”

A subsidiária brasileira antecipou-se no desenvolvimento de produtos adequados à nova legislação ambiental de máquinas agrícolas e rodoviárias e agora investe nos segmentos fora de estrada e de energia. Em abril apresentou nova linha de motores para caminhões e ônibus Iveco, mais potentes e com soluções inéditas no mercado.

Na opinião de Rangel, a área agrícola deve ser a primeira a reagir e voltar a ter crescimento, contaminando depois outros segmentos econômicos: “Já houve uma mudança de humor com o novo cenário político, mas ainda estamos aguardando para ver como se dará a retomada nos segmentos nos quais atuamos. É certo, na nossa avaliação, que o fundo do poço chegou”.

A recuperação, no entanto, será lenta e Rangel não acredita que o mercado de caminhões venha a crescer na casa dos dois dígitos. A FPT, de qualquer forma, pretende ampliar seus negócios na América Latina. “Vamos ter novos lançamentos por aqui”, conta. Os novos motores de gás natural e biometano apresentados pela FPT na feira de pesados de Hannover, na Alemanha, também serão comercializados aqui. “Eles já estão em fase de teste no Brasil”, revela o executivo. **AD**

“A empresa hoje está sólida e preparada para a retomada. Temos vários lançamentos programados para 2017.”

Thomas Püschel

“A matriz diz que já ouviu demais a gente falar que está piorando, mas mesmo assim optou por manter investimentos.”

Marco Rangel



Divulgação/AdWol



Divulgação/FPT

*A NECESSIDADE PODE SER ESPECÍFICA.
A SOLUÇÃO É SEMPRE COMPLETA.*



A Tuzzi opera com as maiores montadoras globais de máquinas agrícolas, desde a concepção do projeto até a execução final do produto. Para cada necessidade a Tuzzi possui soluções personalizadas, experiência, parque fabril completo, Centro Tecnológico avançado com softwares de última geração e profissionais especializados.

www.tuzzi.com.br



TUZZI

TEL: 16 3810-7000 - AV. CEAGESP, 1630 - DISTRITO INDUSTRIAL - SÃO JOAQUIM DA BARRA - SP

Investimentos mantidos

Fabricantes do setor não esperam retomada rápida do mercado, mas prometem novos produtos para movimentar os negócios no ano que vem

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Com previsão de encerrar este ano com queda de 15,5% nas vendas internas, o segmento de máquinas agrícolas e rodoviárias está confiante na retomada do mercado, mas não se espera nada de excepcional para 2017.

“Por enquanto não arriscamos índice de crescimento”, diz o diretor de portfólio de produtos da CNH Industrial, Rafael Miotto: “Na área agrícola acreditamos que a rentabilidade será melhor em 2017, o que pode favorecer nossos negócios. Se a liberação de crédito se estabilizar, sem os problemas do passado, a tendência é positiva”.

De acordo com o executivo, um fator que vinha inibindo os investimentos em aquisição de novos maquinários era a falta de confiança do agricultor. Mas a partir de meados deste ano, segundo ele, o mercado já começou a aquecer um pouco, o que é um bom indicativo para o setor.

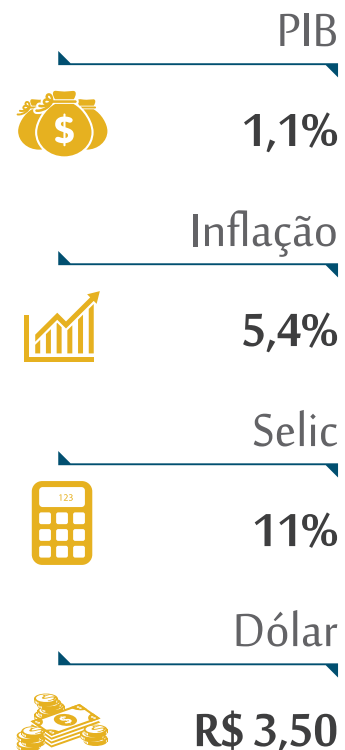
Também o presidente da Volvo Construction Equipment Latin America, Afrânio Chueire, acredita na reto-

mada do mercado, mas sem nenhum movimento rápido nesse sentido: “Trazemos em nosso planejamento considerando um crescimento de até 5% nas vendas em 2017”.

Segundo Chueire, condições macroeconômicas mais equilibradas, juntamente com o necessário equilíbrio das contas públicas e a regulação das PPPs (Parcerias Públicas Privadas) e concessões, precisam ser anunciadas e assimiladas pelo mercado. “Vencida esta etapa acreditamos no retorno dos investimentos com mais vigor e consequentemente com efeitos positivos em nosso mercado”.

Por ser subsidiária de um grupo internacional com ações na Bolsa de Valores, a Volvo CE América Latina não antecipa resultados. Chueire garante, no entanto, que várias ações estão sendo tomadas no sentido de assegurar o desempenho esperado para 2016.

Um dado positivo na indústria de máquinas agrícolas e rodoviárias é a manutenção de investimentos em novos produtos. “Tomamos a decisão



*Projeções Volvo CE

01 SERIES

SÉRIE 01 PIRELLI E NOSSA PARCERIA: FEITAS PARA DURAR.

É a mais completa gama de produtos Pirelli para caminhões e ônibus. Incorpora tecnologias de ponta que proporcionam maior performance, durabilidade e segurança.

FR:01

O pneu oficial da Fórmula TRUCK.



SATT™ (Spiral Advanced Technology for Truck): melhora a performance do pneu assegurando maior durabilidade, baixo consumo de combustível com menor resistência ao rolamento e menor impacto ao meio ambiente.



HETT™ (High Elongation Technology for Truck): confere maior resistência contra impactos, deformações e oxidações, além de proporcionar maior durabilidade à cintura.



HWTT™ (Hexagonal Wire Technology for Truck): confere menor suscetibilidade a deformações no talão, maior vida útil à carcaça e rapidez na montagem e desmontagem do pneu.

VISITE UM DOS NOSSOS TRUCK CENTERS.
Saiba mais em www.pirelli.com.br ou entre
em contato com nosso SAC (0800 728 76 38)





Divulgação/CNH

“Nossa filosofia continua sendo a de apostar no longo prazo, vislumbrando um horizonte de cinco a dez anos

Rafael Miotto



Divulgação/Volvo CE

“Estamos comprometidos com o crescimento da nossa empresa e com o sucesso dos nossos clientes

Afrânio Chueire

estratégica acertada de não desacelerar nosso planos de desenvolvimento e aportes em novas tecnologias. Não tiramos o pé do acelerador”, garante Miotto, da CNHi. “O volume de lançamentos que fizemos em período de crise é impressionante e a nossa filosofia continua sendo a de apostar no longo prazo, vislumbrando um horizonte de cinco a dez anos.”

Nessa mesma linha atua a Volvo CE, que promete vários lançamentos para 2017 no mercado latino-americano. “Temos um foco muito grande não apenas na preparação técnica de nossos funcionários e na rede de distribuição, mas também na melhoria contínua da qualidade de nossos serviços”, comenta Chueire. “Estamos comprometidos com o crescimento de nossa empresa e com o sucesso de nossos clientes.”

Dentre os nichos que se mostram promissores, Chueire destaca, no Brasil, os negócios agrícola e florestal: “Vemos grandes oportunidades de aumentarmos nossa participação nestes segmentos. Temos também algumas ações de mercado e produtos para o setor de mineração, que também deverá apresentar recuperação”.

Quanto aos reflexos da desvalorização do real nos negócios do setor, o executivo comenta que de um lado isso gerou aumento nos custos de fabricação em função dos componentes importados, mas de outro alavancou a estratégia da empresa de ampliar participação em outros mercados da América Latina: “A resultante deste balanço tem sido positivo para a empresa”. **AD**

Prêmio AutoData

Vote em quem mais
investe em inovação
e tecnologia para o
mercado brasileiro



Powering Business Worldwide

A Eaton foi indicada como finalista do **Prêmio AutoData 2016 - Categoria Sistemista** por acreditar na retomada do mercado brasileiro e investir pesadamente no desenvolvimento e lançamento de novas tecnologias e produtos adaptados às condições específicas do mercado brasileiro, como por exemplo o desenvolvimento de novas transmissões automatizadas para caminhões leves, médios e semi-pesados, sendo duas delas totalmente desenvolvidas pela engenharia brasileira.

Vote Eaton!
www.eaton.com.br

Ao que tudo indica, daqui para frente, a indústria de veículos pesados não será somente um produtor de caminhão e ônibus. Pelo que se viu no Salão Internacional de Veículos Comerciais de Hannover, na Alemanha, o IAA 2016, de portas abertas ao público de 22 a 29 de setembro, as empresas do segmento passam a ser também fornecedoras de soluções em mobilidade. Ganham papéis múltiplos na cena do transporte ao atuarem no desenvolvimento do próprio veículo à entrega de serviços. Foi consenso entre os fabricantes presentes na mostra que transporte mais eficiente e rentável estará em futuro próximo baseado na eletricidade e na conectividade. O primeiro conceito porque se busca menos emissões de poluentes e ruído, o segundo, devido à sua capacidade de proporcionar um negócio mais lucrativo e controlável.

Uma das estreias mundiais vem da Mercedes-Benz com o que a marca chamou de Urban etruck. O modelo

ainda é um conceito, mas já adianta boa parte do que a companhia vem preparando para entregar ao mercado em breve. O veículo é o primeiro caminhão pesado elétrico, pensado para distribuição de carga urbana. O caminhão com capacidade para até 26 toneladas possui dois motores elétricos de 125 kw, com autonomia de 200 km.

De acordo com o CEO mundial da companhia, Wolfgang Bernhard, o

custo das baterias vem diminuindo ao longo dos anos, o que permite “pensar no transporte urbano de carga com veículo pesado sem nenhuma emissão de poluente”.

Disponível já para o fim do ano que vem, porém, e também baseado na tecnologia elétrica, o pequeno caminhão Canter, da Fuso, marca do Grupo Daimler, começará ser produzido em série e, portanto, disponível para o mercado. Segundo Marc Llistosella, chefe da Daimler Trucks para a Ásia, o modelo está em teste nos clientes desde 2014 e deve convencer pela rentabilidade que oferece, afinal, é possível economizar € 1 mil a cada 10 mil quilômetros rodados. “O custo adicional é amortizado em três anos.”

Na esteira de oferecer veículos que consumam menos combustível — ou até nenhum — a companhia comemorou os 20 anos de lançamento do Actros com melhorias nos motores de 11 e 13 litros. Os aperfeiçoamentos os tornaram 6% mais econômicos em

Múltiplos papéis

Mostra alemã aponta as tendências da indústria de pesados, incluindo o fornecimento de soluções em mobilidade baseada na conectividade

Décio Costa, de Hannover, Alemanha | decio@autodata.com.br



Mercedes-Benz
Urban etruck

Divulgação/MB

ZF Innovation
Truck



Divulgação/ZF

relação à geração anterior. De acordo com a fabricante, desde 2011 a redução no consumo já passa de 15%.

SERVIÇOS — No pacote das apresentações da Daimler, a empresa reforça seu compromisso em também ser uma fornecedora de serviços. A novidade é o Uptime, um sistema baseado na conectividade que garante ao frotista maior controle ao seu negócio, pois

oferece a possibilidade de antecipar defeitos e planejar visitas às oficinas mecânicas, minimizando tempo parado. Tudo por aplicativos.

O conceito de integrar rede, diagnóstico de falhas e processos logísticos também é foco da maior concorrente da Daimler, a MAN. No Salão de Hannover a empresa lançou o Rio, um sistema baseado na nuvem que reúne e compartilha informações, conectando

os atores da cadeia do transporte em tempo real, desde o embarcador da carga à rede de concessionários. Segundo o CEO Andreas Renschler, a partir do ano que vem o programa será oferecido como equipamento de série em todos os veículos do Grupo.

O evento, aliás, serviu para o Grupo Volkswagen apresentar oficialmente a nova cara da sua divisão de negócios de veículos comerciais, a Volkswagen Truck & Bus, no qual estão reunidos a MAN, a Scania, a Volkswagen Caminhões e Ônibus e a Navistar. Segundo Renschler, há um ano e meio a ideia do negócio de como se configura hoje era somente um plano e, agora, surge como uma potência global.

Das boas novidades apresentadas pela MAN cabe o destaque de sua estreia no segmento de vans e furgões com a família TGE e sua firme proposta de lançar até 2020 de maneira comercial um ônibus e uma versão de cavalo-mecânico elétricos.

Presente no evento, Roberto Cor-

Nova família
TGE da MAN



Divulgação/MAN

tes, presidente da MAN Latin America, apresentou plano de internacionalização da companhia. Segundo ele, o movimento já está em processo de implantação e tem como objetivo elevar a participação das vendas externas da empresa dos atuais 15% para 35% nos próximos anos. “Queremos ser líder em toda a América Latina e conquistar novos mercados, especialmente na África e Oriente Médio, aumentando as operações em CKD”, resumiu.

A fabricante revela que já soma 460 veículos adicionais enviados para os principais destinos da empresa, entre eles Bolívia, Argentina e Chile, e adianta que já conta com extensa rede de revendedores, com 186 concessionárias na América Latina e na África e outras 156 somente no Brasil. No ano passado saíram da fábrica de Resende, RJ, quase 5,7 mil caminhões e ônibus para outros países.

“Nosso objetivo é crescer dois dí-

gitos nas exportações nos próximos anos e, sem dúvida, a recuperação dos mercados da América Latina faz parte do plano.”

As tendências de eletrificação e conectividade também são parte do que a ZF persegue sob o mantra de Visão Zero, no qual se busca um ambiente sem acidentes automotivos. A companhia avança em sistemas de radares e sensores para entregar às montadoras dispositivos ou soluções que evitam acidentes e protejam o meio ambiente. É assim com os sistemas de manobra autônoma ou ainda programas que detectam pedestres, ciclistas ou qualquer que seja o obstáculo.

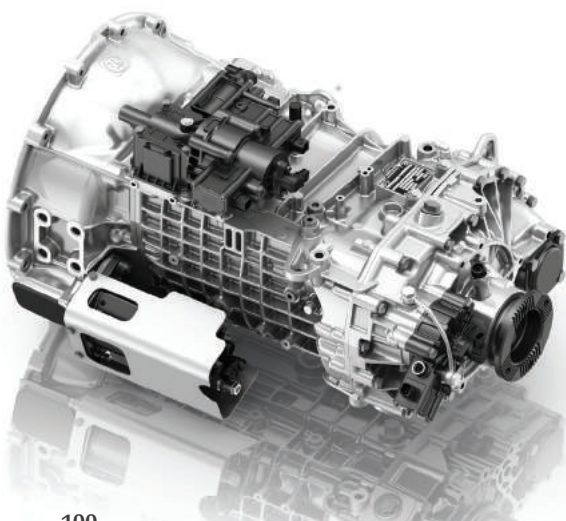
Sob a ótica do que a companhia chama de Ver, Julgar e Agir, o Innovation Truck, caminhão que soma tecnologias autônomas, resume todo o conceito. Nele a integração de sensores permitiu à companhia elaborar protótipo capaz de perceber o meio ambien-

te e agir por conta própria diante de emergências.

Segundo Frederik Staedler, engenheiro responsável pela área, uma parceria com a Wabco permitiu introduzir sistemas de assistências na direção e nos freios capazes de frear e ao mesmo tempo desviar de obstáculos. “O Innovation Truck é a nossa visão de futuro e acreditamos que a frenagem, sozinha, não impede a colisão.”

A empresa também aproveitou o salão para anunciar que está prestes a concluir a compra da fabricante sueca de sistema de freios para veículos comerciais Haldex. Para isso, de acordo com o CEO da ZF, Stefan Sommer, basta agora apenas a confirmação positiva dos acionistas do conglomerado alemão. “Gostaríamos de concretizar esta aquisição, o que também acreditamos que seja o desejo da Haldex”, disse durante coletiva de imprensa no Salão de Hannover. **AD**

Nacionalização



A ZF dá continuidade ao plano anunciado há dois anos de localizar a produção da caixa de transmissão Traxxon de 12 e 16 marchas em sua unidade de Sorocaba, SP, a partir de programa de investimentos de R\$ 100 milhões. Acompanha o movimento também a nacionalização do câmbio de 9 marchas AS EcoTronic.

“As primeiras entregas aos clientes do Brasil serão feitas em 2018, junto à programação das montadoras de futu-

ros lançamentos”, revelou Wilson Brício, presidente da ZF América do Sul, durante encontro com jornalistas brasileiros no Salão de Hannover, Alemanha, na quinta-feira, 22. “Estamos levando para o mercado brasileiro os mais modernos câmbios automatizados do mundo.”

Para introduzir a segunda caixa de 9 marchas, a companhia realiza aporte adicional de R\$ 5 milhões, pois utilizará basicamente a mesma linha onde será produzida a Traxxon.

Comunicação eficiente não se constrói do dia para a noite.

Uma grande construção começa com boas ideias.
Sem estratégia e planejamento, não existe estrutura que aguarde.

Só quem está há 20 anos com a mão na massa, entende o dia a dia de
seus clientes. Não é à toa que a relação com nossos parceiros é duradoura.

*Aqui, a gente não faz só comunicação.
A gente constrói reputações.*



RELAÇÕES COM A MÍDIA • RELAÇÕES PÚBLICAS •
ENDOMARKETING E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL •
GERENCIAMENTO DE CRISE • TREINAMENTO DE
COMUNICAÇÃO • INTELIGÊNCIA DE MERCADO •
PUBLICIDADE • COMUNICAÇÃO DIGITAL • EVENTOS •
RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS-ALVO

Ligue **5582.1581**
ou acesse grupoprinter.com.br





Em outro estágio

Jeep Compass tem estreia mundial no Brasil e determina outro patamar tecnológico para veículos nacionais

George Guimarães, de Goiana, PE | gguimaraes@autodata.com.br

O mais novo Jeep, o Compass, estará nas concessionárias em novembro. Mais do que um novo carro, o SUV fabricado em Goiana, PE, é prova de que, apesar de muitos vaivéns na última década, a indústria automotiva nacional chegou a um nível pouco imaginado há bem pouco tempo. Além de estreitar globalmente aqui, é, de longe, o veículo mais repleto de tecnologias fabricado no País.

Ainda que quase tudo ainda seja importado, o modelo oferece, dentre outros recursos, sistema de alerta de

mudança de faixas, de pontos cegos, controle de velocidade adaptativo e até alerta de colisão com frenagem automática. De série são controle eletrônico de estabilidade, de anticapotamento, de monitoramento de pressão de pneus, assistente de partida em rampa e direção que induz o condutor a virar o volante corretamente em situação de perda de aderência.

À venda a partir de R\$ 100 mil até R\$ 150 mil, o utilitário esportivo preencherá lacuna na gama da marca entre o Renegade e o importado Che-

rokee. Com tanta tecnologia e design, será páreo duro para modelos como Audi Q3 ou Hyundai ix35, por exemplo. E até para versões topo do irmão Renegade.

Sérgio Ferreira, diretor-geral da Jeep para a América Latina, diz que o Brasil tem enorme potencial ainda no segmento de utilitários esportivos. Se na Europa eles já respondem por 25% das vendas, aqui por uns 12%, calcula o executivo, que espera vender em torno de 2 mil unidades por mês do novo modelo, 70% deles com motor flex.

O SUV, que compartilha a plataforma com Renegade e picape Toro, terá papel importante nas exportações de Goiana, que hoje envia para Argentina e Colômbia apenas 10% de sua produção. Com Compass e a picape Fiat Toro, a relação chegará a 20%. Só do SUV a empresa espera exportar 8 mil unidades. “Seremos a marca líder em SUV no Brasil e também na América Latina”, ambiciona o diretor da Jeep.

A oferta no Brasil será grande e diversificada. O modelo dispõe do novo motor 2.0 Tigershark bicom bustível de 166 cv, do conhecido turbodiesel 2.0 Multijet II que desenvolve 170 cv, câmbios manual e automáticos de 6 e

9 velocidades. São quatro versões de acabamento: Sport, Longitude, Limited e Trailhawk. A tração Jeep Active Drive Low presente nas versões a diesel dispõe de sistema Selec-Terrain, com quatro ou cinco modos de condução.

A condição de produto global, que será fabricado em outras unidades da FCA a partir do ano que vem, trouxe para Pernambuco Sergio Marchionne, CEO mundial da FCA, tutor do projeto da fábrica, a primeira conjunta do conglomerado ítalo-americano.

Marchionne, na prática, foi mero expectador da apresentação comandada por Stefan Ketter, responsável pela empresa na América Latina. Mas,

em entrevista, fez questão de mostrar tranquilidade com relação ao quadro econômico brasileiro e ao futuro da operação na região. “É preciso ter paciência com o Brasil”, afirmou, depois de evitar revelar qualquer outro investimento no País e de enfatizar que “Goiana foi o maior investimento do grupo na última década”.

O CEO da FCA, porém, não deixou de lamentar o recuo econômico e projetou um período longo para a recuperação: “O Brasil perdeu uma década de crescimento”. Marchionne não parece muito preocupado também com a queda das vendas da Fiat aqui. Julga natural para uma marca com portfólio de produtos defasados, problema que começou a ser sanado este ano com a apresentação da Toro e do Mobi.

Ele entende que a marca poderá recuperar alguma participação já em 2017. “Mas a FCA não é só a Fiat”, reforça. Se a marca italiana perdeu três pontos percentuais no último ano, tem agora 15,5% em automóveis e comerciais leves, a Jeep já detém cerca de 2,7%. Em dezoito meses passou da 24ª para a 10ª posição no ranking das marcas mais vendida.

E o Compass é apenas parte do recheio do sanduíche — o novo portfólio da FCA na América do Sul —, que Stefan Ketter, presidente da FCA na América Latina, afirmou que concluirá até 2018, após lançar a picape média e o compacto Fiat Mobi — as fatias do pão. Na fábrica de Betim, MG, e em Córdoba, Argentina, já estão sendo gestados outros produtos que renovarão o meio da gama até lá.

AD

Pé na tábua

O início de produção do Compass estabeleceu um recorde na indústria brasileira: foram três novos modelos em apenas dezoito meses em fábrica recém-inaugurada. Desde abril de 2015 já saíram da planta 135 mil veículos. A fábrica tem trabalhado em dois turnos ao ritmo de 600 veículos por dia, quarenta por hora. A produção da Toro está saturada. A empresa tem buscado solução para contornar o problema, mas descarta a adoção de um terceiro turno até o fim deste ano.

No polo pernambucano trabalham cerca de 10 mil pessoas, das quais 3 mil profissionais na montadora, 4,5 mil em dezesseis fornecedores localizados no Supplier Park e o restante em empresas prestadoras de serviço.

Até dezembro outros 400 trabalhadores serão contratados pela montadora e fornecedores para dar conta da produção do terceiro modelo, que já garantiu outras cem contratações nos últimos meses apenas na montadora.

Os três veículos fabricados em Goiana, diz a FCA, já contam com 80% de conteúdo nacional. Perto de 40% desses componentes saem dos fornecedores instalados no complexo.

No ano que vem a FCA deve iniciar as obras de edificações do segundo parque de fornecedores na região. A ideia é comprar ainda mais componentes no entorno da planta, reduzindo a dependência — e os riscos e custos logísticos — dos fornecedores instalados no Sudeste.

Gaston-Breton



Antoine Gaston-Breton é o novo diretor de marketing da Peugeot do Brasil. Francês, o executivo de 40 anos ingressou na marca em 1999 e tem experiência mundial na área de marketing.

Teodoro



A divisão voltada ao aftermarket da Tenneco no Brasil está sob novo comando. Antonio José Teodoro assumiu a função de vice-presidente da área para a América do Sul.

Pacheco

Alex Pacheco é o novo vice-presidente e gerente geral da Johnson Controls, fabricante da Baterias Heliar. Ele substituiu Paulo Santos na função de VP e gerente geral, tornando-se responsável pelas atividades da empresa no Cone Sul - Argentina, Paraguai, Uruguai e Brasil.

Moreira

Outra mudança na Johnson Controls é a nomeação de Rodrigo Moreira como diretor comercial para aftermarket Brasil. Antes ele ocupava o cargo de gerente nacional de vendas e agora se reportará diretamente ao novo vice-presidente da companhia, Alex Pacheco.

Para estudantes

Mais de 400 estudantes da região de Itatiaia e Resende, RJ, onde está localizada a unidade produtiva da Jaguar Land Rover no Brasil, já visitaram o Centro Educacional da empresa, que funciona junto da fábrica. As visitas fazem parte de projeto de responsabilidade social e proporcionam conhecimento sobre o segmento automotivo.

Novo Mundo

A Ford Caminhões tem novo distribuidor exclusivo em São Paulo, a Divepe, localizado nas proximidades das rodovias Dutra e Fernão Dias. A posição é estratégica pelas ligações de São Paulo com o Rio de Janeiro, RJ, e Belo Horizonte, MG. Objetivos: atendimento especial a frotistas e caminhoneiros e aceleração dos processos de vendas. No bairro Novo Mundo em área de 10 mil m² com 40 boxes de atendimento.



Novo Fusion

Com design reestilizado e novas tecnologias semiautônomas o novo Ford Fusion chega ao mercado brasileiro nas versões SE 2.5, SEL 2.0 EcoBoost, Titanium FWD e Titanium AWD, que custarão na faixa de R\$ 121,5 mil a R\$ 154,5 mil. A topo de linha já vem com teto solar e as duas intermediárias o oferecem como opcional por R\$ 4 mil. O motor 2.0 EcoBoost gera 248 cv e o 2.5 Flex, 175 cv. Ambos estão 7% mais econômicos do que a geração anterior.

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

Pés no presente, olhos no futuro

O Brasil atravessa uma recessão que caminha para se tornar, provavelmente, a pior já registrada em sua história. Este cenário está impactando de maneira contundente todos os setores e, no caso da indústria, tem achatado o PIB. Isto é resultado de um declínio gradual, cuja origem é a baixa competitividade e o aumento constante de custos de produção. Enquanto as condições não se tornam mais favoráveis para revigorar o setor, a lógica da evolução parece fazer cada vez mais sentido: não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças.

Diante deste panorama é importante que as empresas e seus profissionais estejam com os pés no presente, mas com os olhos no futuro. Com a crise, crie. Melhorando, buscando novas oportunidades, reinventando-se e tomando as duras, porém necessárias, medidas para garantir a sua sobrevivência. E mantendo em seu radar as melhores práticas e as novas tecnologias que poderão contribuir para uma maior competitividade quando o País voltar a crescer. E vai voltar.

Na manufatura, a despeito da crise, não se pode perder o foco. Com a retomada da economia, voltaremos ao tema da competitividade, e neste quesito o Brasil continua a perder espaço. Em um momento em que investimentos estão cada vez mais restritos, as novas tecnologias parecem um tanto mais distantes, mas as práticas de manufatura enxuta e excelência operacional ganham destaque.

Isto é positivo, pois em geral há muito a ser feito nos processos antes da introdução de novas tecnologias para que os ganhos possam efetivamente serem maximizados.

Para que se atinjam resultados de classe mundial, muito além de sistemas de produção, é fundamental uma abordagem estratégica da manufatura com toda a cadeia de valor, que garanta o alinhamento e o foco de todas as áreas, transforme-se em modelo de negócios voltado à produtividade e à competitividade, e melhore o desempenho de forma sustentável.

A excelência deve ser buscada de ponta a ponta, em toda a cadeia, para definição do negócio a partir do mercado, com a estruturação dos melho-

res processos, até o cliente final. Alcançar a excelência não é tarefa fácil, exige dedicação e empenho, e uma combinação eficaz de liderança, cultura e ferramentas lean. E resultados muito positivos podem ser obtidos ao repensar ou introduzir novas práticas e reavaliar os processos.

A era da manufatura avançada está aí — com a indústria 4.0, a internet das coisas e outras tecnologias — com soluções disponíveis que viabilizam a integração de todas as etapas da cadeia de valor, desde o desenvolvimento até o uso dos produtos, o que permitirá às empresas buscar soluções que levarão a melhores resultados em produtividade, qualidade e consequentemente redução de custos.

Uma combinação das boas práticas voltadas à excelência nas operações e das vantagens que as novas tecnologias de manufatura avançada podem oferecer, com um enfoque de estratégia do negócio, pode apresentar uma alternativa para superar os obstáculos atuais e preparar as empresas para o caminho da retomada do crescimento e da busca constante pela necessária competitividade. **AD**

Fernando Bortolini | gerente de saúde, segurança, meio ambiente das Empresas Randon

CHEGOU A TECNOLOGIA QUE FALTAVA PARA SEU NEGÓCIO GIRAR

ENTREGA
REALIZADA



MOTORISTA
LIVRE



TEMPO PARA
PRÓXIMA ENTREGA
2H



Quem enfrenta os desafios diários do mercado logístico sabe que o acesso irrestrito a informações pode fazer toda a diferença. Por isso, a Continental possui soluções tecnológicas que permitem às empresas se conectarem de forma fácil a diversos dados, melhorando assim o gerenciamento de frotas e o resultado do negócio.

Mobilidade do futuro é Continental
Saiba mais em continental-automotive.com.br

GIGANTE EM TECNOLOGIA E QUALIDADE.

A TECFIL é uma das maiores fabricantes de filtro do mercado e líder absoluta no mercado de reposição da América Latina. Essa grandeza é fruto de um investimento contínuo em alta tecnologia, de um pátio fabril moderno e automatizado capaz de

produzir mais de 5 milhões de filtros por mês, um centro de distribuição com 23 mil m², equipe técnica preparada e atuante, além da qualidade certificada e reconhecida que só os filtros TECFIL têm.

Filtros

Tecfil®

A qualidade que é líder.

Filtros

Tecfil®

A qualidade que é líder.

www.tecfil.com.br - 0800 11 6964