

AUTO DATA



From the Top
Marcos de Oliveira,
CEO da Iochpe-Maxion

NAVEGAR É PRECISO
Indústria pretende
a criação de um
regime exclusivo para
exportações de veículos

ANTES TARDE...
Fábrica da Honda em
Itirapina abre as portas
mais de dois anos depois
do previsto. Mas abre.

FORD 100 ANOS E O FUTURO SEM TABOÃO

Primeira área de
montagem de veículos
da Ford brasileira, na
rua Florêncio de Abreu,
Centro de São Paulo,
Capital, em 1919

CAMINHÕES E ÔNIBUS
VOLKSWAGEN.

**SEMPRE
DO
SEU
LADO.** 



**Troque agora seu caminhão usado
por um Volkswagen 0km.**

Passe em uma de nossas Concessionárias ou acesse: www.vwco.com.br

Seja gentil. Seja o trânsito seguro.
Imagens meramente ilustrativas.



**A VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS
ESTÁ DE PORTAS ABERTAS PARA VOCÊS.**

Caminhões sob medida.



**ANIVERSÁRIO
FORD 100 ANOS**

18

Com a saída do ABCD sacramentada a Ford desenha seu novo perfil no Brasil ao mesmo tempo em que celebra um século aqui

**MERCADO
CAMINHÕES**

30

As vendas de caminhões cresceram 48% no trimestre, mas o tema em alta é quem vai ocupar o espaço deixado pela Ford no mercado – e se ele de fato existirá


**EVENTO
CONGRESSO AUTODATA**

36

Congresso Latino-Americano da Indústria Automotiva debateu temas fundamentais para o futuro da indústria na região

**ESTRATÉGIA
EXPORTAÇÕES**

42

Executivos defendem programa específico para exportações de veículos como forma de elevar nossa competitividade

**INAUGURAÇÃO
HONDA**

48

Logo em seguida ao anúncio de uma fábrica a menos no País, a Ford do ABCD, o País ganha uma a mais: a Honda de Itirapina.

**FORNECEDORES
RECONHECIMENTO**

50

Hyundai escolhe seus melhores fornecedores de 2018 e aumenta a capacidade produtiva de Piracicaba

**MATÉRIAS-PRIMAS
AÇOS ESPECIAIS**

52

Siderúrgicas veem no Rota 2030 campo aberto à maior utilização de aços especiais pelas montadoras no Brasil

**AUTODATA
Empresarial**
58 DANA

Empresa está pronta para ser uma das mais importantes provedoras de soluções de eletromobilidade do mundo

60 MERCEDES-BENZ

A montadora alemã revoluciona seus processos no Brasil para ouvir os seus clientes com mais assertividade

62 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

As movimentações e novidades das empresas que atuam no setor automotivo nacional

65 AGÊNCIA AUTODATA GENTE

8

LENTEs

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

10

FROM THE TOP

Marcos de Oliveira, da lochpe-Maxion, explica a estratégia de internacionalização

34

AD PERGUNTA

Elegemos mensalmente um tema e convidamos um especialista para responder

66

FIM DE PAPO

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

De cara nova

Por Marcos Rozen, editor

Neste mês de abril o portal AutoData, www.autodata.com.br, e a newsletter da Agência AutoData, enviada diariamente por e-mail, estrearam um novo padrão, bastante modernizado. Mais do que um novo ano-modelo esta foi uma evolução pensada e estudada para atender plenamente a você, leitor e assinante não só da revista **AutoData** como também de nossos produtos nascidos e criados exclusivamente no meio digital – e aí já se vão nada menos do que vinte anos.

Certamente não por coincidência nesta edição falamos muito da nova cara também da indústria automotiva: a redefinição de estratégias das montadoras aparece com mais clareza a cada momento, e certamente abordaremos bastante este tema ainda. O momento histórico, de qualquer forma, dá dicas valiosíssimas: ao mesmo tempo em que a primeira montadora a chegar ao País, a Ford, comemora nada menos do que um século aqui, se mostra como um exemplo pragmático de que um modelo de negócio ineficiente, seja por qualquer razão ou contexto, não terá mais espaço.

Este assunto também está diretamente relacionado à busca da indústria automotiva nacional por novamente expandir seus horizontes além-mar, saindo das cercanias da América Latina: analisamos este complexo cenário que, aliás, também foi amplamente debatido no primeiro Congresso Latino-Americano da Indústria Automotiva, realizado pela AutoData Editora em parceria com a prefeitura de São Bernardo do Campo na segunda quinzena de março.

O segundo trimestre está apenas começando e ainda há muito por acontecer neste ano em vários temas e circunstâncias, mas algo certamente permanecerá: a necessidade de informações e análises ágeis e, ao mesmo tempo, seguras e totalmente confiáveis. É nisso que acreditamos, inexoravelmente.



www.autodata.com.br



AutoDataEditora



[autodata-editora](https://www.linkedin.com/company/autodata-editora)



[@autodataeditora](https://twitter.com/autodataeditora)

AUTODATA

Diretoria Márcio Stéfani, publisher **Conselho Editorial** Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Leandro Alves, diretor adjunto de redação e novos negócios, Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Bruno de Oliveira e Eduardo Laguna **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Divulgação/Ford **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 5189 8900: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Gidas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **Distribuição** Correios **Pré-impressão e impressão** Ale Brasil Soluções em Produção Gráfica EIRELI, tel. 11 2600-6069 **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Márcio Stéfani, MTB 16 644

SEMINÁRIO AUTODATA **O NOVO** **O QUE ESPERA**

REFORMA DA PREVIDÊNCIA, NOVA POLÍTICA TRIBUTÁRIA, ABERTURA COMERCIAL E NOVO PLANO SAFRA, SÃO TEMAS QUE TERÃO INTERFERÊNCIA NO FUTURO DO BRASIL.

AUTODATA REUNIRÁ, EM MAIO, ALGUNS DOS MAIS CONCEITUADOS ANALISTAS PARA AJUDAR A COMPREENDER AS NOVAS PROPOSTAS DO GOVERNO E SUAS INFLUÊNCIAS PARA O MUNDO DOS NEGÓCIOS.

**VAGAS
LIMITADAS**

INSCREVA-SE JÁ!

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

(11) 2533-4780 • seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

Patrocínio



Caminhões
Ônibus

Apoio



TEMAS PROGRAMADOS



AS PERSPECTIVAS DE CURTO PRAZO PARA A ECONOMIA BRASILEIRA

Mailson da Nóbrega - Economista, diretor da Mailson da Nóbrega Consultoria e ex-ministro da Fazenda do Brasil



AS PERSPECTIVAS DE CURTO PRAZO PARA O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

Roberto Rodrigues da Fonseca - Atual diretor do Departamento de Agronomia da Fundação Getúlio Vargas e ex-ministro da Agricultura do Brasil



A NOVA POLÍTICA ECONÔMICA E O FUTURO DA INDÚSTRIA NO BRASIL

José Velloso Dias Cardoso - Presidente executivo da ABIMAQ/SINDIMAQ*



A INFLUÊNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS E DA INTERNET NO FUTURO DOS NEGÓCIOS

Ricardo Barbosa - Vice-presidente para a América Latina de desenvolvimento de tecnologias digitais e internet da IBM

*Palestrante convidado ainda a confirmar

Realização

AutoData
Seminários

Organização

IZZO GROUP

CORRETOR APEDEUTA

Governador de certo Estado, que se converteu em corretor de imóvel para a Ford, garantiu que a área administrativa da companhia jamais deixaria o bairro do Taboão. Mas o mundo imobiliário sabe, de velho, que o destino dos colarinhos brancos da Ford é edifício corporativo situado no bairro do Itaim, em São Paulo, Capital.

O QUE DIRÁ MÁRIO BERNARDO?

A indústria de veículos, no Brasil, sempre foi extremamente formalista, e formal. As posses dos seus presidentes da Anfavea sempre, sempre, requisitaram alguma pompa e muito protocolo, a presença de autoridades e até de presidentes da República. Fui pessoalmente responsável por uma delas, em 1989, e sei como é intrincada a trama para que, afinal, todos se declarem felizes depois de algumas horas angustiantes de coquetel, discursos, egos em entrechoque, afirmações de vontade... e tome coquetel. Afora a chuva e o trânsito. Este ano, agora mesmo em abril – quando Antônio Megale, da Volkswagen, entrega o título de primus inter pares a Luiz Carlos Gomes de Moraes, da Mercedes-Benz, a bordo de dissidência ainda mal digerida por muitos observadores da cena –, a festança, de custo aproximado de R\$ 750 mil, dizem, foi suspensa diante de toda a tradição. O que dirá Mário Garnero quando souber?: que tipo de Buchanan's estão servindo?

O QUE DIRÁ MÁRIO BERNARDO? 2

Imagino o ar de sua incredulidade, a de Mário, presidente da entidade de 1974 a 1981, detentor de três posses, que com maestria saberia destrinchar as encrencas colocadas à mesa. No oficial parece que o custo da festa ultrapassava o razoável, o honesto para um País pobre – ôquei, diria meu avô Beppe, convencido de que o vinho da indústria de veículos não conseguiria servir a todos os convidados. No extra-oficial a encrenca encaminhava para o protocolo: diante de quem se ajoelhar? Diante do presidente da República, diante do vice-presidente da República, diante do ministro da Economia?

O QUE DIRÁ MÁRIO BERNARDO? 3

É a pura verdade que a presença do presidente da República nunca é certa nestes eventos: muitas vezes, em posses da Anfavea, enviaram representantes. Mas... e se o atual decide visitar São Paulo logo neste 23 de abril e se lembrar que Luiz, o Luiz Carlos, toma posse logo hoje?



Por Vicente Alessi, filho

Sugestões, críticas, comentários, ofensas e assemelhados para esta coluna podem ser dirigidos para o e-mail vi@autodata.com.br

MALDIÇÃO DE GESSNER

Foi, afinal, um engano: os últimos gravetos de energia da atual administração anfaveana provocaram os fantasmas daquele casarão da avenida Indianópolis, em São Paulo. Os mais antigos se lembram que a maldição de Gessner sempre chega a todos aqueles que, em fim de mandato, abusam da boa vontade dos simples humanos – como tomar certas decisões à revelia da diretoria, como marcar reunião com ministro e para lá levar só representantes de três empresas. Exatamente aquelas que desejam livre comércio com o México quando o Brasil for potência de primeira linha. Isto aconteceu em 29 de março, às 10h00. Mas foi engano: o ministro convocou as três empresas e o presidente Megale compareceu como Volkswagen pois seu presidente viajava.

SITUAÇÃO INADEQUADA

É uma situação difícil particularmente para empresas fornecedoras de autopeças com dedicação exclusiva à Ford Caminhões, e que surge no segundo estágio do anúncio, pela companhia, do fechamento das atividades da sua fábrica localizada no bairro do Taboão, em São Bernardo do Campo, SP – o primeiro foi o justificado lamento dos funcionários, principalmente do chão-de-fábrica. Neste segundo vai-da-valsa funcionários graduados de empresas fornecedoras contam, não à sorrelfa, que não conseguem resposta de seus correspondentes na Ford a respeito de pedidos feitos, negociados e acertados, em fins de dezembro. Só receberam informe segundo o qual a companhia aceita receber, e pagar, 25% do volume solicitado inicialmente. É um baita preju.

SITUAÇÃO INADEQUADA 2

Talvez o pessoal de vendas das fornecedoras esteja nervoso com muita antecedência, mas vale recordar que há maneiras mais adequadas para resolver problemas do que não atender ao telefone ou não responder ao e-mail.

SITUAÇÃO INADEQUADA 3

Há fornecedores, há anos dedicados a servir fraternalmente à Ford Caminhões, que mantêm linhas paradas por não saber, exatamente, o que fazer. Há, além disso, preocupação adicional para alguns deles, de olhos arregalados diante das faturas relativas aos insumos que importaram para atender aos pedidos da Ford – estes mesmos a quem a empresa comunicou só reconhecer um quarto do volume total. O fim da produção do Taboão já está configurado: vai se trabalhar, lá, duas vezes por semana até alcançar a produção de 1,7 mil Fiesta e mais exatos 843 caminhões. Depois babau.

BOM NEGÓCIO À VISTA

É o que se diz: já na outra ponta, aquela especializada em vender caminhões Ford, o pessoal vem, diariamente, concedendo descontos a quem os solicita, remarcando pra baixo os preços dos produtos. Apesar da sua reconhecida qualidade é óbvio que o fim da sua produção não ajuda, nada, a venda do estoque remanescente nem dos pouco mais de oitocentos que ainda serão produzidos. Dizem que quem mantiver seus nervos de aço e esperar até quase o fim do estoque levará para casa caminhões de graça.



Arquivo Pessoal

ANEDOTA DO ANO

Dizem que sou de ascendência italiana. Respondo que, na verdade, minha origem é a atual Albânia – segundo o foglio de famiglia só por volta de 1750 chegamos aonde hoje é a Itália, ainda não unificada, à Isolla della Scala, a Erbè, 30 quilômetros ao Sul de Verona. Por isto posso rir à vontade com algumas ideias formuladas pelo italo-argentino Cristiano Rattazzi, presidente da FCA Argentina. De acordo com ele a legislação do Mercosul comete um "absurdo" ao não permitir às empresas argentinas produtoras de veículos o acesso às linhas de crédito do BNDES via Finame. Pano bem vagaroso para que todos riam à vontade – e viva Rattazzi!

Um brasileiro CEO de multinacional. Brasileira.

Em 2012, após nada menos do que 28 anos de Ford, sendo os seis últimos como seu presidente para o Mercosul, Marcos de Oliveira chegou à Iochpe-Maxion e, desde 2014, é seu CEO.

Ele dirige uma empresa brasileira que é líder mundial na

produção de rodas automotivas, tem 31 fábricas em catorze países – Américas, Europa, África e Ásia –, quinze mil funcionários e faturamento, em 2018, de quase R\$ 10 bilhões.

Esta é sua segunda entrevista para a seção From the Top: a primeira foi exatamente uma década

atrás, quando a Ford comemorava 90 anos no País. Desta vez ele falou sobre as diferenças na condução de cada tipo de empresa, ainda que ambas sejam multinacionais, destrinchou o perfil internacionalizado da Iochpe-Maxion e mostrou sua visão sobre o futuro da indústria automotiva.

Qual a diferença de ser o presidente de uma multinacional brasileira e de uma unidade brasileira de uma multinacional estrangeira?

A responsabilidade de ser o presidente de uma subsidiária regional de uma multinacional estadunidense é grande, mas as decisões estratégicas, as mais importantes, dependem da matriz. No nosso caso, de uma multinacional brasileira, o centro das decisões está aqui, a proximidade com o conselho é muito maior, fazemos reuniões mensais. A velocidade de decisão é muito mais acelerada, ainda que o tamanho das empresas também faça diferença neste caso.

E a rotina de trabalho, mudou muito?

Pelo menos uma vez por mês há uma viagem ao Exterior, sendo que muitas vezes há mais do que uma. No caso de uma multinacional de fora a relação com os bancos é feita pela matriz, e no nosso caso parte daqui. Assim acabo por viajar bastante não só para visitar fábricas e clientes mas também para eventos com investidores e instituições financeiras. Em abril temos reuniões na África do Sul, em maio em Nova York e na Turquia, em junho em Londres... Além disso 75% de nossa receita [R\$ 9,6 bilhões em 2018] vêm de fora do Brasil e é importante manter contato com todos os mercados onde estamos.



“Não vivemos dilema sobre o futuro de nossos produtos na indústria automotiva: carros elétricos e autônomos terão rodas e chassi.”



A Iochpe-Maxion prefere produzir localmente em outros países a exportar a partir do Brasil. Por quê?

Uma de nossas fortalezas é conseguir atender o cliente de maneira bem próxima em várias regiões do mundo. Além disso esta estratégia nos oferece um hedge cambial importante: produzimos no Brasil, compramos matéria-prima e vendemos nossos produtos em real, produzimos na Europa e compramos e vendemos em euro, produzimos na Tailândia e compramos e vendemos em thai baht... se o real desvaloriza ou se valoriza, por exemplo, não ficamos em desvantagem por questão cambial, a produção está sempre bem casada com a venda em termos de moeda. Além disso temos dívidas em várias moedas, que estão sempre alinhadas com a geração de caixa em cada região.

Ao longo da história a Iochpe já atuou em várias áreas, de compotas de frutas

a motores diesel, passando por zíperes e programas de computador. Como foi a decisão de concentrar a linha de produtos apenas em rodas e elementos estruturais para veículos?

Nos anos 90, quando a economia brasileira enfrentava um momento difícil, houve um entendimento de que fixar-se em uma linha específica de produtos era mais eficiente. Decidiu-se pelo setor automotivo como core business. Ao longo dos anos, e até hoje, vemos oportunidade de crescimento nesse segmento. Não vivemos o dilema sobre o futuro de nossos produtos na indústria automotiva.

Até porque carros elétricos também têm rodas e chassi...

E até os carros voadores, quando chegarem, precisarão de trem de pouso (*Irisol*). O que fazemos hoje é procurar agregar maior valor aos nossos produtos. Em rodas, por exemplo, trabalha-

No coração da boa performance só tem uma coisa:

Paixão



Quando você é apaixonado por algo, sua dedicação se converte em resultado. Nossa paixão por cores nos levou a mais uma conquista.

Obrigado, Toyota, por reconhecer nossa qualidade, produtividade, custo e o mais importante, nossa parceria, com o

Regional Contribution Award.



“Acredito que não existe vácuo na indústria: as outras montadoras vão ocupar o espaço deixado pela Ford Caminhões.”



“Vemos claramente uma estabilização de demanda dos mercados maduros, mas ninguém fala em crise global drástica”

mos em pesquisas para reduzir peso, integrá-las eletronicamente ao carro, materiais de acabamento com nanotecnologia etc.

Mas no caso de chassis há tendência do uso de novas matérias-primas, como alumínio e fibra de carbono. Vocês já pesquisam essa transição?

Sim, mas para componentes estruturais o aço ainda é o carro-chefe porque o produto precisa atingir determinadas características: o peso é uma delas mas a resistência mecânica é muito importante. Produzimos longarinas de alumínio no México, por exemplo, porém em volume baixo. Elas poderiam ser mais leves mas a resistência mecânica necessária nos obriga a usar mais material, o que não economiza no peso e aumenta muito o custo. Temos a oferta mas os clientes alegam que para eles, hoje, não faz sentido.

Aproveitando sua experiência executiva: alguns dirigentes do setor hoje alegam que o Brasil precisa exportar mais, inclusive para fora da América Latina, para se tornar competitivo, em algo como 40% do total. A Iochpe-Maxion é internacional mas produz localmente em outros mercados, por razões já explicadas. Como se equaliza essa conta?

A chave está na escala, na economia que ela gera. Se uma fábrica produz 6 milhões de rodas conseguimos ter escala para produzir de forma eficiente. Para as montadoras, especificamente, aqui o mercado é fragmentado, com muitas marcas, e não se consegue escala para ser eficiente em volume, engenharia, compras... é isso que elas gostariam, e faz sentido. Com maior volume se dilui melhor os custos, há condições de ter produtos mais competitivos. A exportação é sim importante.

Qual é a participação da família Iochpe na companhia hoje?

A família é o maior acionista, como grupo, mas a empresa é realmente uma



**Sair do lugar comum
é o melhor caminho.
Vamos juntos?**



**Muito além dos
estereótipos.**

Uma empresa reconhecida pela excelência e inovação não tem tempo para ficar andando em círculos, sem sair do lugar. É preciso romper a inércia permanentemente, trabalhando e investindo para atender e até antecipar as necessidades de um mercado exigente e cada vez mais competitivo.

Esse é o nosso compromisso: mover o que importa na melhor direção, desenvolvendo soluções inovadoras, alinhadas às demandas atuais e futuras do mercado e da própria indústria. Como no case da nossa Junta Homocinética para Cardans, destacada como finalista no PACE AWARDS 2018, prêmio máximo da inovação da indústria automotiva mundial.

Vem avançar com a gente e faça parte deste movimento.

corporação, não existe um controlador, um acionista que detenha sozinho metade das ações da Iochpe-Maxion. Atualmente 50% de nossos investidores são brasileiros, a maioria fundos, e 50% internacionais, Estados Unidos e Europa principalmente. A família faz parte do conselho, o presidente é o Dan Ioschpe, temos representantes da família no conselho mas ele é formado, em sua maior parte, por representantes independentes. As decisões que o conselho toma sempre são as melhores para a companhia e não para o acionista A, B ou C.

O próprio fato do CEO ser o senhor e não um integrante da família é um sinal disso, não?

Sem dúvida. A família, sob o ponto de vista da governança, sempre foi muito inovadora. A Iochpe foi uma das primeiras empresas a entrar no Novo Mercado, hoje temos uma classe de ações só, não existem ações preferenciais.

Não há muitos expatriados brasileiros nas outras unidades do mundo. Por quê?

Os líderes das unidades, na grande maioria, são locais. A vantagem é o conhecimento da cultura e das con-

“Acabou o espaço para continuar perdendo dinheiro por mais quatro, cinco anos porque mais à frente há a possibilidade de ganhar”



dições de negócios locais. Mas temos sim casos de expatriados: o responsável pela engenharia de rodas de alumínio na Itália é brasileiro, por exemplo.

Muita gente da indústria e de fora dela está falando hoje em uma crise global à frente. O senhor concorda?

O que vemos claramente é uma estabilização de demanda dos mercados maduros, mas ninguém fala em crise global drástica, não se imagina queda de 20% a 30% aqui ou ali. Existe sim tendência de estabilização ou pequena queda nos mercados maduros mas também de crescimento nos mercados em desenvolvimento, especialmente na Ásia. Nos perguntávamos há alguns anos se a produção global de veículos poderia ultrapassar as 90 milhões de unidades e acreditamos hoje que sim, que poderá chegar a 120 milhões, 130 milhões nos próximos anos.

E o Brasil?

Acreditamos que no médio prazo o ambiente de negócios é positivo. As intenções do governo, as que importam para o Brasil no momento, levam o País para a direção correta: Banco Central independente, investimentos em infraestrutura, menor participação do Estado dos negócios, redução da carga fiscal das empresas... Mas o governo ainda precisa ganhar experiência em como tratar esse tipo de assunto, a execução é a chave. Eu sou mais otimista do que pessimista, mas as coisas não acontecerão de forma simples, não será um mar de rosas.

O Rota 2030 abre boas perspectivas para a indústria de autopeças?

Uma das grandes virtudes do Rota 2030 é a previsibilidade, a visão de longo prazo. Todo o esforço na redução de emissões, de eficiência energética, é positivo. No P&D algumas empresas conseguirão se beneficiar e outras não, pois há níveis mínimos de investimento atrelados.

A Iochpe-Maxion fornece para a Ford Caminhões?

Sim, rodas e alguns componentes estruturais.

A decisão da Ford de deixar o segmento pode impactar o mercado e o negócio de que forma?

Acredito que não existe vácuo nessa indústria, as outras montadoras deverão ocupar o espaço deixado pela Ford. E para nós, como também fornecemos para as outras montadoras, o impacto deverá ser neutralizado: venderemos menos para a Ford porém mais para as outras.

Como o senhor vê o futuro das montadoras com os desafios impostos por carros elétricos e afins?

Desde o ano passado as montadoras começaram a reavaliar seu presente e seu futuro. O dieselgate aumentou a complexidade do cenário e o veículo elétrico é uma realidade que vai acontecer, assim como os autônomos, mas ninguém sabe bem quando. As montadoras têm que investir muito nisso para se manter competitivas, mas sem saber quando será o retorno: em dois, cinco, dez anos? Ao mesmo tempo há os acionistas batendo na porta brigando por dividendos e valorização das ações. As montadoras chegaram à conclusão de que precisam investir para o futuro mas não podem deixar de entregar resultado neste e nos próximos trimestres e, para fazer isso, têm que gerar caixa para bancar investimento sem saber quando será o retorno e ao mesmo tempo para obter resultados. Só há uma alternativa: ter maior retorno no que se faz. A GM vendeu a Opel para a PSA porque passou vinte anos tentando ter lucro na Europa e nunca conseguiu. No Brasil vivemos um pouco disso também: acabou o espaço para continuar perdendo dinheiro por mais quatro, cinco anos porque mais à frente há a possibilidade de ganhar. As empresas tiveram que redefinir suas estratégias. ■



O FUTURO DA FORD BRASIL: 100 ANOS, SEM TABOÃO.

Com a decisão de deixar o ABCD sacramentada a Ford desenha seu novo perfil no Brasil, ao mesmo tempo em que é a primeira a celebrar um século aqui

Apoeira da implosão ainda não assentou totalmente e a decisão da Ford de fechar a fábrica do Taboão, em São Bernardo do Campo, SP, ainda deve reverberar bastante. Mas aos poucos e por vias paralelas, à medida que a empresa não se manifesta a respeito, é possível começar a desenhar como será o futuro da Ford do Brasil fora do ABCD.

Independente das consequências que virão não se pode negar que este momento é histórico e significativo para a empresa e para o setor automotivo nacional, assim como o é o aniversário de 100 anos da Ford no Brasil, comemorado neste abril: é

a primeira fabricante de veículos a celebrar sólida marca de um século de atuação no País, feito inegavelmente admirável.

Daquela operação básica de montagem na rua Florêncio de Abreu, em pleno Centro de São Paulo de 1919, ao anúncio do fechamento da unidade do Taboão em 2019 muita, mas muita coisa, aconteceu na história da Ford brasileira.

Como esquecer do Galaxie, da compra da Willys, do Corcel, do Pense Forte Pense Ford dos caminhões, dos aparelhos Philco-Ford, da Autolatina, do Escort, do Cargo, da troca do Rio Grande do Sul pela Bahia, do Ecosport? Assim como são for-

tes essas lembranças fatalmente haverá outras a recordar daqui alguns anos ou décadas – e **AutoData** se debruçou nas últimas semanas a desenhar, de maneira pragmática, este quadro.

O ÓBVIO E O NÃO-ÓBVIO

Partindo de exame mais raso para um mais aprofundado o óbvio que se desenha é que a Ford será uma empresa menor, que atua em menos segmentos: abre mão, naturalmente, do mercado de caminhões – foi a quarta em vendas em 2018 – mas ao mesmo tempo se torna mais leve e concentra sua produção de automóveis em apenas uma planta que, por sua vez, é contemplada com benefícios fiscais específicos por sua localização em Camaçari, BA.

Não se trata de tese absurda imaginar que a fabricante não terá grande dificuldade em manter sua tradicional fatia de mercado de automóveis e comerciais leves, que gravita ao redor dos 9%, sem a fábrica do Taboão. Os números de 2018 deixam isso claro: das 191,3 mil unidades de nacionais que a Ford vendeu aqui no ano passado 176,8 mil, ou 92,4%, saíram de Camaçari – foram 103,3

mil Ka, 39 mil Ka Sedan e 34,5 mil Ecosport.

Taboão, assim, respondeu por somente 7,6% das vendas de modelos Ford nacionais no Brasil em 2018, os 14,5 mil Fiesta hatch. Complementaram os números da fabricante aqui no ano passado 34,8 mil importados: 27,7 mil da Argentina, sendo 20,5 mil Ranger, 4,2 mil Focus Sedan e 2,9 mil Focus hatch, 6 mil do México, sendo 4,5 mil Fusion e 1,5 mil Fiesta Sedã, e 1 mil dos Estados Unidos, Mustang.

Ao todo, portanto, a Ford comercializou no Brasil no último ano 226,4 mil veículos leves, sendo que os Fiesta made in Taboão representaram apenas 6,4% deste volume.

No ranking por marcas a Ford terminou na quarta posição, com 9,17% de participação, sendo que a produção do Taboão respondeu por 0,59 ponto porcentual.

Se retirados os Fiesta da conta, portanto, a fatia de mercado Ford cairia para 8,58%, o que significaria um degrau abaixo, ou a quinta posição, atrás da Renault com seus 8,7% mas à frente da Hyundai, com 8,36%. Não é um prejuízo tão grande, ao menos nesta análise.

Há, porém, um importante elemento adicional neste raciocínio: como **AutoData** revelou com exclusividade em sua edição

LÍDER ATÉ HOJE

O Corcel foi a razão da Ford comprar a Willys e levar junto a fábrica do Taboão. Até hoje representa a família de veículos mais produzida ali, com quase dois milhões de unidades, incluindo Corcel II, Belina, Del Rey, Pampa e Scala



353, de março, em meados de 2021 a Ford lançará novo modelo que substituirá ao mesmo tempo Ka e Fiesta no mercado, com versões hatch e sedã, conhecidos até agora pelos códigos B680 e B680S. Estes carros serão produzidos apenas em Camaçari, assim como o novo Ecosport, código BX563, em 2020, e um novo SUV, BX755, em 2022. Assim o Fiesta deixaria de ser produzido no Taboão de qualquer forma, o que igualmente de qualquer forma encerraria a produção de automóveis na fábrica.

Além disso em 2015 a Ford encerrou ciclo de investimentos de R\$ 2 bilhões em Camaçari para elevar sua capacidade produtiva ali de 250 mil unidades/ano para 300 mil unidades/ano. Um ano antes inaugurou no mesmo complexo uma fábrica de motores de R\$ 400 milhões.

Segundo estudo ao qual **AutoData** teve acesso com exclusividade a previsão da Ford é a de que os volumes de vendas dos novos compactos em versões hatch e sedã não superem de forma estrondosa os números atuais de Ka, Ka Sedan e Fiesta somados, dada a estabilidade da participação dos compactos no total das vendas e os lançamentos da concorrência até lá.

Comportamento semelhante se espera do desempenho comercial do novo Ecosport e do futuro SUV, em particular pelo ataque de todos os lados, por todas as montadoras, neste segmento particular de mercado.

A estratégia aqui parece ficar bastante clara: o que a Ford pretende é levar ao máximo a utilização da capacidade de Camaçari. Desta forma o planejamento aponta saltar o índice dos atuais 70% para algo muito perto de 100% até 2023, considerando todo o futuro portfólio que será ali produzido, que somaria, ao todo, algo em torno daquelas 300 mil unidades, destinadas ao mercado interno e à exportação, em particular Argentina.

Além disso estes três modelos em quatro carrocerias dividirão uma única plataforma, que não será inédita mas apenas aperfeiçoada, a B2E, que já serve de base para os atuais Ka, Fiesta e Ecosport. Assim

Ka e Fiesta serão substituídos ao mesmo tempo por um novo compacto a ser produzido em Camaçari. Taboão, assim, já deixaria de fabricar automóveis



a Ford faria 300 mil unidades/ano em 2023 em uma única plataforma e em uma única fábrica, o que do ponto de vista da racionalização produtiva faz muito sentido – e some-se a isso as vantagens fiscais de Camaçari, inexistentes no Taboão.

DE QUARTA PARA NADA

Sobrariam, assim, os caminhões. Segundo informações de fontes da indústria a operação de caminhões representa, dentro do universo Ford Brasil, cerca de 15% do total de seu faturamento.

E aqui sim o prejuízo também em termos de participação de mercado parece maior: pelos cálculos da Fenabreve a Ford fechou 2018 com 12,2% do mercado total, em quarto lugar, aos 9,3 mil emplacamentos.

O F-350 foi o segundo semileve mais vendido em 2018, com 1 mil unidades. O Cargo 816 ficou em quarto nos leves, com 1,7 mil, e o F-4000 logo atrás em quinto, 1,3 mil. O Cargo 1119 também foi vice nos

Driven to make a difference.

O mercado automotivo mudou muito nos últimos 100 anos e nós também mudamos bastante neste tempo.

Nosso negócio agora está mais focado do que nunca no desenvolvimento de tecnologias para o futuro dos veículos e nos serviços e soluções para as maiores montadoras do mundo, para ajudar a transformar a mobilidade como conhecemos hoje.

Somos especialistas em tecnologias para o futuro e fomos criados para fazer a diferença.

Mas agora somos a Delphi Technologies.





SÓ O ANDAR DE CIMA

A operação de caminhões é a que mais interessa a possíveis compradores da unidade do ABCD. Capacidade adicional para fabricar automóveis, hoje, não atrai ninguém

médios, 1,3 mil, e o 1419 o sexto, 474. E o Cargo 1723 foi o décimo dos semipesados, com 589.

Aqui vale a pena apelar mais uma vez para a obviedade: se a Ford fizesse uma lucratividade grande nos caminhões ela simplesmente não sairia deste mercado. Não custa lembrar que os caminhões Ford hoje existem, ou existiam, só no Brasil e na Turquia, e que os modelos vendidos aqui não são exatamente os mais atualizados. Quem não se lembra do recuo da montadora ao matar a linha F em 2012 para depois ressuscitá-la com motores Euro 5 em 2014?

Soma-se à equação a entrada em vigor das normas Euro 6 em 2022 para veículos novos e 2023 para os já em produção. Investimentos, portanto, se faziam necessários nesse segmento e não custa recordar, também, que a mesma equipe de funcionários do chão de fábrica já se alternava no Taboão na produção de caminhões e Fiesta.

UMA MONTANHA DE DINHEIRO

Considerando o fim do Fiesta já agendado em São Bernardo e as contas necessárias para manter apenas os caminhões sendo ali produzidos, é evidente e inequívoco que a conta pendeu para o fechamento da fábrica – mesmo que isso vá custar, pelas próprias contas da Ford, US\$ 460 milhões, algo como R\$ 1,7 bilhão, sendo que, destes, US\$ 360 milhões, ou

aproximadamente R\$ 1,3 bilhão, terão impacto direto no caixa.

Parece uma montanha de dinheiro, e é: daria, por exemplo, para construir uma magnífica fábrica do zero, repleta de conceitos de Indústria 4.0.

Mas é pouco, bem pouco, perto dos US\$ 11 bilhões, dos quais US\$ 7 bilhões, ou quase inacreditáveis R\$ 36 bilhões, que a matriz em Dearborn, Michigan, já previu que deixarão o caixa geral apenas em 2019 para bancar o que ela chama de “reestruturação dos seus negócios globais”.

Tudo isso está ligado diretamente ao plano de Jim Hackett, sucessor de Mark Fields, apoiado em seis pontos-chave: cortar custos, investir em SUVs e picapes – produtos que têm maior retorno –, fazer crescer os negócios na China, promover eletrificação dos veículos, simplificar ao máximo as operações produtivas e dotar todos os modelos em oferta de conectividade à internet desde suas versões básicas.

A fábrica na Argentina, onde, aliás, a Ford chegou até antes do Brasil, em 1913, também se viu ameaçada com o fim já confirmado da produção do Focus ali. Mas a equação escapou da feroz régua do CEO graças ao acordo global firmado com a Volkswagen: a nova geração da picape VW Amarok será produzida ali, tendo como gêmea em termos estruturais a próxima Ford Ranger. Este novo projeto ajudou a manter a fábrica viva, uma sorte que a unidade do Taboão não teve. ■



Excelência é conquistada quando a soma de recursos técnicos, humanos, gestão eficaz e trabalho em equipe são tratados como prioridade máxima. Por isso, a Schulz Automotiva investe constantemente na capacitação de seus talentos, em equipamentos tecnologicamente atualizados e mantém controle total da qualidade de seus produtos e processos.

E ainda, temos uma Engenharia capacitada para atuar simultaneamente com nossos clientes, no desenvolvimento de soluções inovadoras em produtos e processos, com uma logística altamente eficaz que entrega a essência da Schulz onde quer que seus produtos e serviços estejam.

**Isso é excelência,
isso é Schulz Automotiva.**

**SCHULZ
AUTOMOTIVA**

Peças fundidas, usinadas, pintadas e montadas.

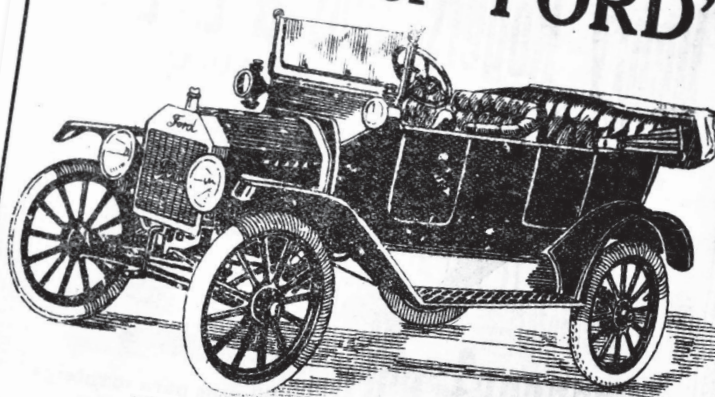


www.schulz.com.br

GLÓRIAS LOCAIS EM UM SÉCULO

A Ford foi a primeira montadora a se aventurar em termos produtivos por aqui: tudo começou naquele hoje tão longínquo abril de 1919, há exatos 100 anos.

Automovel "FORD"



TIPO DE DOUBLE-PHAETON PARA 5 PESSOAS

O unico superior que é vendido por preço modico! Leve e de extrema solidez.
Mais de 700 vendidos no Estado

Temos DOUBLE-PHÆTONS,
VOITURETTES e LANDAULETS,
todos com chassis de 4 cylindros, 22 1/2 H. P.

A Casa Ford é a unica que manda os seus habilitados me-
chanicos ao Interior, fazer a entrega dos automoveis que vende, os quaes
são remetidos aos compradores na mesma caixa em que vêm da fabrica.
Ensinamos a chaufferar gratuitamente e fornecemos um minucioso e completo
"Manual pratico", com explicações succintas sobre o Ford.

PEÇAM CATALOGOS A' AGENCIA GERAL

SOCIEDADE INDUSTRIAL E DE AUTOMOVEIS "BOM RETIRO"

CASA FORD

LARGO DE S. FRANCISCO N. 3

S. Paulo

**EU CHAUFFERO,
TU CHAUFFERAS,
ELE CHAUFFERA**
Só para contextualizar
o que era vender
um carro no fim da
segunda década do
século passado: a
própria concessionária
ensinava o prezado
cliente, gratuitamente,
a "chaufferar" – ou
seja, dirigir



Fotos: Divulgação/Ford

A ORIGEM DA LENDA
Isso sim é um CKD raiz:
era desta forma que
chegavam dos Estados
Unidos os Ford para
montagem aqui no
Brasil. Reza a lenda que
a madeira da caixa era
usada como assoalho dos
carros e que vem daí a
expressão Pé na Tábua



Google Maps

FALTOU PUREZA
A histórica Agência Ford Alfredo Sonnervig, no bairro da Barra Funda, em São Paulo, deu lugar hoje à Casa de Sucos Pureza. A majestosa fachada teve sua parte superior destruída a marretadas

4 MIL KM DEPOIS...

No início dos anos 60 a Ford patrocinou caravanas para mostrar a viabilidade do transporte rodoviário no País. Em 1960 seus caminhões e picapes foram rodando de São Paulo a Rondônia e em 1962 de SP ao Acre

RESISTÊNCIA, SEMPRE

A imponente fábrica Ford da Rua Sólon, no bairro do Bom Retiro, em São Paulo, atual número 1 160, foi tão magistralmente construída que resiste firme, de pé e tão imponente quanto antes até hoje, mesmo que desocupada



VOSSA MAJESTADE, O GALAXIE

Quando decidiu fabricar automóveis aqui, em 1967, a Ford já foi direto com o pé no peito: começou com o Galaxie, até hoje o carro mais luxuoso já produzido no País. Na foto o Landau, nata da nata, em sua primeira versão, ano modelo 1976



TURMA DE 73

O Maverick chegou aqui no mesmo ano de Chevette, Brasília e Dodge 1800: não à toa aquele ficou conhecido como O Ano do Carro. O Ford fracassou diante do VW e do GM, vítima preferencial da crise do petróleo e de inadequação ao perfil do consumidor brasileiro. Hoje vale fortuna na mão de colecionadores

CENTRAL DE DECISÕES

Também é histórico o prédio do centro de estilo, pesquisa e engenharia às margens da Via Anchieta, em São Paulo. Ali muitas decisões sobre produtos e versões foram tomadas, para o sim e para o não. Há alguns anos o edifício virou universidade, que em 2018 desistiu do local. Está disponível para locação por módicos R\$ 456 mil mensais



REDE DE COOPERAÇÃO, PODER DE INOVAÇÃO.

Talentos múltiplos, profissionais de todos os lugares, treinados para responder a desafios locais e globais. O poder de inovação da Magneti Marelli vem da sua rede de cooperação e da habilidade de atender clientes em cenários sempre diferentes, no Brasil e no mundo.



MAGNETI MARELLI

Respeite a sinalização de trânsito.



MUNDIAL SIM, MAS...
O Escort foi um marco aqui, em 1983. A Ford o propagandeava como primeiro carro mundial produzido no País, mas a Volkswagen na época aproveitou para tirar uma casquinha: 'E o Fusca, amigos?'



MOÓCA NO IPIRANGA

A fábrica do Ipiranga produziu maravilhosos motores V8, Galaxies, picapes, veículos comerciais e tratores. Sucumbiu na época da Autolatina. Derrubada, virou o Moóca Plaza Shopping – que fica, é lógico, no Ipiranga e não na Moóca, o bairro vizinho



MUSTANG À BRASILEIRA

O Corcel II, lançado em 1978, foi totalmente desenvolvido aqui sobre a plataforma do Corcel original de 1968, por sua vez um projeto Renault. Os testes ocorriam na calada da noite no Mato Grosso, para fugir dos curiosos



1983 - Escort, primeiro carro mundial fabricado no Brasil

Fábrica de
Caminhões
Ipiranga





A VERDADE DÓI

Manual prático para irritar um fã do Versailles, versão Ford do VW Santana que refletia perfeitamente o espírito Autolatina, em uma única lição: chame ele de Santana da Ford – não tem erro, é diversão garantida

O PULO DO GATO
O Ecosport, projeto 100% nacional, foi tão genialmente genial em sua concepção mercadológica e produtiva que virou um modelo global na segunda geração e abriu a porteira para a enxurrada de SUVs compactos que testemunhamos atualmente no mercado



UMA CERTEZA E UM ENIGMA

As vendas de caminhões cresceram 48% no primeiro trimestre, mas o tema em alta é quem vai ocupar o espaço deixado pela Ford no mercado — e se ele de fato existirá



O mercado de caminhões continua a mostrar vigoroso cenário de recuperação, ainda que a partir de bases baixas. Depois da elevação de 46% no total de 2018 ante 2017, a 76 mil unidades, o primeiro trimestre de 2019 terminou em crescimento ainda maior em índice, nos 47,7%, com 21,5 mil unidades licenciadas de janeiro a março ante 14,5 mil do mesmo período de 2018, segundo dados da Anfavea.

O destaque, mais uma vez, ficou para os pesados. Na soma dos três primeiros meses o segmento bateu os dois dígitos, a 10,7 mil unidades ante 6,4 mil do primeiro trimestre do ano passado, em alta de 67%. O mesmo índice de crescimento foi alcançado nos semileves e médios, mas seus volumes são infinitamente menores, 1,4 mil e 2,6 mil, respectivamente.

Para Marco Saltini, vice-presidente da Anfavea, "a base comparativa do primeiro

trimestre ainda é baixa, pois no ano passado a recuperação veio com maior fôlego a partir do segundo trimestre e isso explica o índice alcançado neste começo de 2019. Vamos continuar crescendo no restante do ano mas a partir de maio ou junho a distância do que foi vendido este ano na comparação com o ano passado será mais próxima".

Apesar do nitido avanço o primeiro trimestre ainda ficou abaixo da média dos últimos dez anos, mesmo que seja o melhor desde 2015. De 2009 a 2018 a média foi de 25 mil – o melhor ano foi 2011, 39,5 mil, e o pior 2017, 9,7 mil. O resultado de 2019, aliás, foi idêntico ao do primeiro trimestre de 2009.

A produção de caminhões neste começo de ano bateu nas 24,8 mil unidades na soma de janeiro a março, volume bastante próximo ao do mesmo período do ano passado, 24,4 mil, portanto avanço de



Divulgação/Volvo

só 1,3%, em descompasso com o crescimento do mercado. A explicação está nas exportações do segmento, que fecharam o primeiro trimestre em forte baixa de 65,6%, em 2,5 mil caminhões embarcados ante 7,3 mil do acumulado janeiro-março de 2018.

Saltini atesta que "houve uma inversão do fluxo comercial e as empresas hoje estão concentrando seus esforços no mercado interno. Os pesados seguem puxando a produção e ao longo do ano os médios deverão representar parte importante nas linhas devido ao crescimento da economia em determinados setores".

Para a Fenabrave, a associação nacional dos distribuidores de veículos, os resultados poderiam ter sido ainda melhores. Sérgio Zonta, seu vice-presidente, alega que a indústria de implementos rodoviários não está acompanhando o ritmo das encomendas, especialmente no segmento de pesados. "As fabricantes não estão com sua capacidade plena. Temos relatos de clientes postergando compras porque a carreta não é entregue a tempo. E de nada adianta ele receber o cavalo mecânico e deixá-lo parado."

Procurada, a Anfir, associação que representa as fabricantes de implementos, afirmou que a capacidade atual da indústria condiz com a demanda de encomendas e que não há relatos de atrasos em entregas. Os dados mais atualizados da entidade são do primeiro bimestre, que encerrou em elevação de 54% no comparativo anual, para 16,5 mil unidades, sendo que no período reboques e semirreboques cresceram 71,8%, para 8,9 mil, enquanto as carrocerias sobre chassi subiram menos, 37,7%, em 7,6 mil.

A QUARTA

Os bons resultados da indústria, entretanto, têm ficado quase que em segundo plano neste início de segundo trimestre. O que mais se comenta é mesmo a decisão da Ford de abandonar o segmento de caminhões – e não poderia ser diferente, já que a fabricante manteve, nestes primeiros três meses de 2019, sua quarta posição do ranking de vendas, com 2,6 mil unidades, evolução de 54%.

São números nada desprezíveis.

Para uma fonte diretamente ligada ao mercado de caminhões, que pediu anonimato, ainda é cedo para avaliar as consequências, mas a tendência é que as mais beneficiadas sejam mesmo Mercedes-Benz e Volkswagen, que atuam nos mesmos segmentos da Ford Caminhões. Para essa fonte "a Ford puxava o preço para baixo, com diferença de 10% a 12% dependendo do segmento e da versão. VW e M-B terão que avaliar se pretendem trabalhar nessa faixa um pouco mais abaixo, para abocanhar os clientes que comprariam os Ford, ou se ficam nos mesmos níveis em que estão hoje e deixam o mercado se acomodar sozinho, disputando consumidores somente a partir das vantagens de seus respectivos produtos".

Isso poderá ocorrer, é claro, se realmente a Ford deixar o mercado. Ocorre que há em curso série de negociações envolvendo a fábrica do Taboão, e no pacote iriam as operações comerciais da marca. A maioria dos interessados está de olho apenas nos caminhões, deixando a parte dos automóveis da planta de lado.

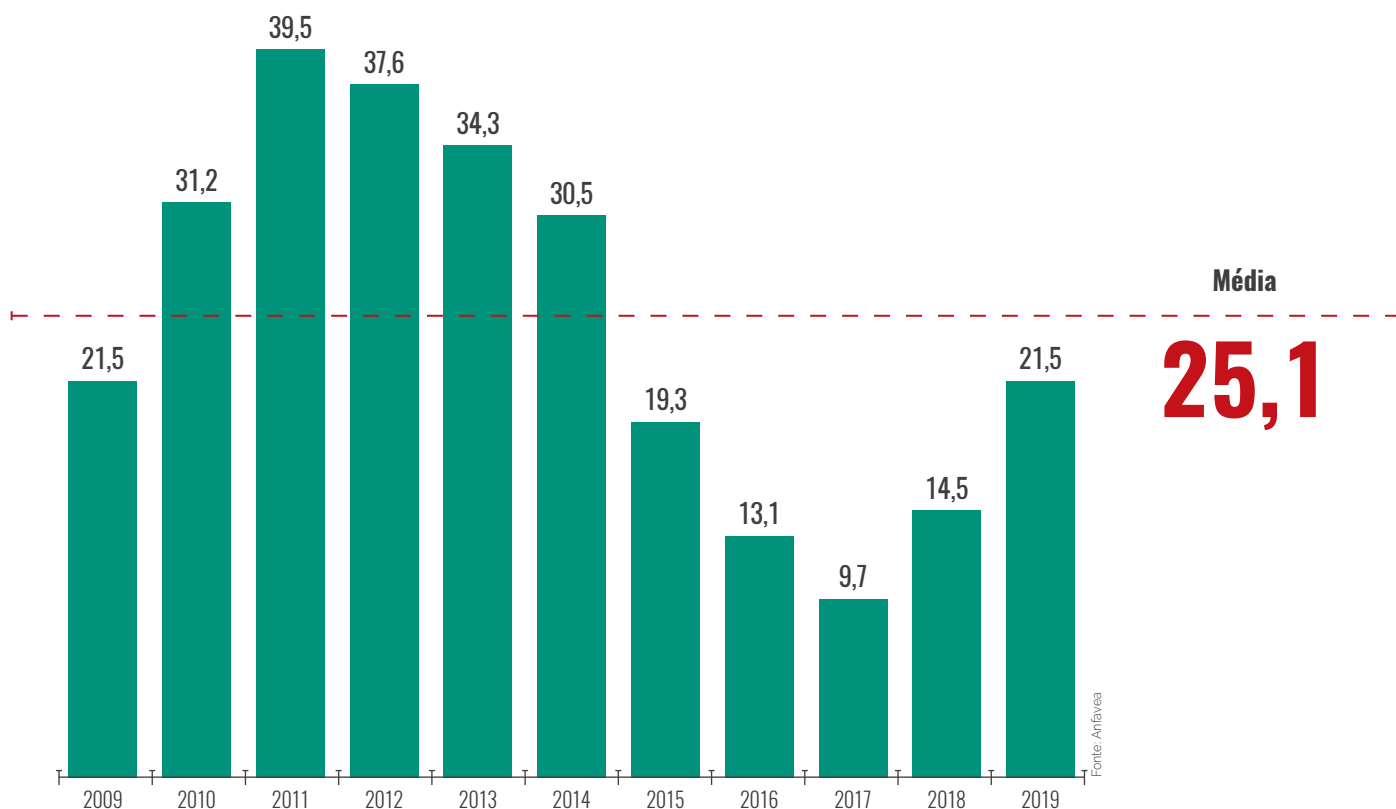
Vendas de caminhões: primeiro trimestre.

Segmento	Jan a mar 19	Jan a mar 18	Variação
Semileves	1 388	831	+ 67%
Leves	2 576	2 795	- 7,8%
Médios	2 190	1 306	+ 67,7%
Semipesados	4 626	3 200	+ 44,6%
Pesados	10 684	6 401	+ 66,9%
Total	21 464	14 533	+ 47,7%

Fonte: Anfavea

Primeiro trimestre para os caminhões nos últimos anos

Vendas ao mercado interno em mil unidades



Assim pode ocorrer dos Ford continuarem no mercado sob licença, com um grupo empresarial assumindo a operação produtiva em São Bernardo do Campo e mantendo a marca e seus produtos.

Ou então a fábrica pode ser vendida e dar origem a caminhões de outra marca que também brigaria para ocupar o espaço dos Ford. Ou ainda, é claro, pode ocorrer a pura e simples saída da Ford do mercado sem substitutos.

Fato concreto é acordo costurado com os trabalhadores do Taboão para que até o encerramento definitivo das operações ali, ou pelo menos as sob domínio Ford, ainda sejam fabricados mais 843 caminhões – quem irá comprá-los é outro problema.

E ao mesmo tempo a Ford negocia com sua rede exclusiva o que fazer com as concessionárias e concessionários. Segundo Paulo Matias, presidente da Abrafor, as-

sociação que representa a rede, o objetivo inicial da montadora é reduzir o número de grupos de investidores dos atuais 58 para 35. A meta estipulada, afirma, contemplará indenizações e novo modelo de negócio.

“Garantidas as compensações financeiras a Ford iniciará negociações com as empresas que desejam permanecer no mercado como suas representantes. O ideal é que sejam mantidas representações nas capitais dos grandes centros.”

O dirigente da Abrafor revelou que para isso haveria um novo tipo de contrato, uma vez que as concessionárias deixariam de comercializar caminhões para prestar serviços de manutenção em garantia e vender componentes. A ideia aqui seria priorizar os grupos que já estão no negócio de automóveis Ford, para que usem suas oficinas em atendimento também ao pós-venda de caminhões. ■



Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

Prazer, Indústria 4.0.

Parece ficção, mas para a Mercedes-Benz já é uma realidade.
Revolucionamos a produção de caminhões com conectividade e inteligência artificial.
Aplicativos monitoram a linha em tempo real, robôs transportam as peças,
enquanto os colaboradores comandam tudo isso com muito mais ergonomia.
É a inovação, mais uma vez, movendo a Mercedes-Benz.

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

Mercedes-Benz
A marca que todo mundo confia.





Scott Gallett, VP global de marketing da BorgWarner

A fabricante de componentes automotivos está atenta aos novos mercados de eletrificação e híbridos: fez aquisições e investiu em fábricas e centros de desenvolvimento em regiões onde estas tecnologias têm maior aceitação. Mas não virou as costas para os veículos a combustão: o mercado da América do Sul, tendo o Brasil como expoente, é parte importante dos negócios globais e a tendência é a de que no futuro os motores tradicionais continuem a representar fatia expressiva no faturamento global.

1

Os motores a combustão ainda oferecem boas oportunidades de negócio?

Haverá crescimento importante da base de veículos com novos tipos de propulsão, sobretudo na Europa e na China, onde já existem políticas públicas para que haja redução de emissões no médio prazo. Contudo, mesmo esta sendo a direção que escolhemos seguir no futuro, em mercados em desenvolvimento, onde os motores a combustão constituem maioria, ainda há o que se explorar, principalmente em função das novas exigências de emissões. Temos tecnologia para atender qualquer demanda, mas no Brasil vemos uma tendência continuada em veículos de motores a combustão.

2

Isso significa que aqui as montadoras devem apostar mais em tecnologias como turbocompressores e start-stop?

Sim, mas isso não significa que estão mirando apenas uma solução. Haverá um mix de tecnologias para que os novos veículos atendam as especificações de eficiência energética. Turbos e sistemas start-stop fazem parte deste novo contexto, mas outras tecnologias também entrarão em cena.

3

É o suficiente para justificar produção local de novas tecnologias?

Sem dúvida, vamos produzir o start-stop no País por causa disso. Fechamos contrato com uma montadora que encara o mercado desta forma. Os motores compactos exercem papel fundamental para que os veículos tenham melhor eficiência, mas o start-stop ganhará mais espaço, inclusive em veículos de entrada, porque é mais barato e simples de introduzir nos novos projetos. O mercado precisava de um impulso para novas tecnologias e isso aconteceu com o Rota 2030.

4 As demandas locais, que giram em torno dos motores a combustão, são vistas como prioridade pela equipe de engenharia?

Os centros de P&D estão instalados em mercados mais maduros onde devemos estar mais perto, mas isso não significa que os motores a combustão, que são a maioria aqui, estejam fora do escopo de pesquisa. Veículos híbridos utilizam a combustão, o que possibilita o compartilhamento de componentes. Assim, ainda há muito por avançar neste campo. O Brasil tem flex e isso já é uma demanda significa para atender e desenvolver novos produtos e soluções.

5 Quais as projeções para o segmento de combustão no mundo?

Ainda há muito a ser explorado. Reunimos dados para poder traçar planejamento dos próximos anos e observamos que o futuro é promissor em termos de negócios. Acreditamos que até 2023 52% dos veículos produzidos com motor a combustão no mundo terão pelo menos um componente nosso. No caso dos híbridos esse índice deverá ser de 46% e para os elétricos 33%.



Divulgação/Audi

AMÉRICA LATINA CLAMA POR MAIOR INTEGRAÇÃO

Congresso Latino-Americano da Indústria Automotiva, realizado em março, debateu temas fundamentais para o futuro da indústria na região



Fotos: Rafael Gusato

“Não conseguimos exportar para a Colômbia, que é aqui do lado e com acordo comercial, porque outros mercados são mais competitivos.”

Carlos Zarlenga, presidente da GM América do Sul

Por dois dias, 25 e 26 de março, São Bernardo do Campo, no ABCD, foi o cerne da indústria automotiva da América Latina. A primeira edição do Congresso Latino-Americano da Indústria Automotiva, realizado pela AutoData Editora em parceria com a prefeitura de São Bernardo do Campo, foi realizada no Cenforpe, às margens da Rodovia Anchieta, e reuniu cerca de 1 mil participantes.

Os debates foram bastante amplos e enriquecedores, e a tônica foi a busca da competitividade e os acordos de livre-comércio dos países da região.

Uma das conclusões foi a necessidade de aumento do volume de exportações extrazona.

Confira algumas das principais declarações dos palestrantes. ■



“Quando o mercado é aberto para uma indústria mais competitiva do que a nossa sempre há consequências. Mas não acredito em uma invasão de carros mexicanos no Brasil.”

Pablo Di Si, presidente da Volkswagen para América do Sul



“Nosso maior objetivo na América Latina é crescer de forma sustentável, nem que seja para vender um carro a mais por ano.”

Celso Simomura, vice-presidente de compras e engenharia da Toyota



“[A indústria automotiva] não pode enxergar as startups como um problema. Elas são a solução.”

Ricardo Barbosa, vice-presidente de desenvolvimento de tecnologias digitais e internet da IBM para a América Latina



“Os carros elétricos não causarão impacto muito grande na América Latina nos próximos 25 anos.”

Juan Pablo Rondero, diretor da área automotiva da Abceeb



“Tudo tem seu tempo. As mudanças [no sistema de venda] acontecerão, mas não serão tantas e nem na velocidade em que muitos acreditam.”

José Mauricio Andreta Junior, vice-presidente da Fenabrave



“É mais barato importar do que produzir localmente. Precisamos apostar na Indústria 4.0 e nas reformas fiscais para aumentar a competitividade.”

Carlos Santiago, vice-presidente de operações da Mercedes-Benz



“[Na crise do mercado de caminhões] Os componentes ficaram mais caros e o cenário inibiu novos investimentos.”

Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-venda da Volkswagen Caminhões



“Há segmentos onde é muito complicado concorrer com competidores da China, por exemplo, em termos de custo e entrega.”

Christopher Podgorski, presidente da Scania Latin America



“Para aumentar as exportações precisamos subir um degrau, aumentando a tecnologia embarcada dos veículos e buscando maior produtividade nas fábricas.”

Mauro Correia, presidente da Caoa Montadora



“Precisamos achar nichos para crescer. Temos muita competência para desenvolver softwares e podemos ganhar espaço em segmentos como o de carros conectados.”

Flavio Sakai, presidente da AEA



“Autopeças, montadoras e sistemistas estão se tornando empresas de tecnologia. É preciso ter atenção às alterações da indústria para acompanhar o mercado.”

Besalviel Botelho, presidente da Bosch para América Latina



“Contratos de livre comércio e de colaboração comercial são muito importantes para fortalecimento econômico e aumento da competitividade na nossa região.”

Aurélio Santana, diretor executivo da Anfavea



“Precisamos ser mais competitivos e uma das saídas é a convergência, produzindo sob as mesmas normas, o que ajudaria a reduzir custos.”

Cristiano Rattazi, representante da Adefa

11 de junho | CONFERÊNCIA
12 de junho | WORKSHOPS

**BEST
PRACTICE
DAY**

Centro de Convenções SENAC
São Paulo/SP

Conferência Internacional de Lean Management e
Transformação Digital

COMPETITIVIDADE PARA O FUTURO

Inspire-se com casos reais de grandes empresas contados por seus próprios líderes



■ **ART BYRNE | KEYNOTE SPEAKER**
Autor do best-seller "The Lean Turnaround"
e entusiasta Lean



■ **MAURO NAVES**
Jornalista Esportivo Rede Globo de
Televisão



■ **RICARDO BLOJ**
CEO da Lenovo Brasil



■ **CARLOS SANTIAGO**
VP de Operações Mercedes-Benz do Brasil



■ **MARCELO NERY**
Presidente da thyssenkrupp Elevadores S/A



■ **CLÁUDIO SANCHES**
Diretor de Investimentos e Previdência do
Itaú Unibanco



■ **JEFFERSON DE OLIVEIRA GOMES**
Presidente do Instituto de Pesquisas
Tecnológicas (IPT)



■ **MERCIA COELHO**
Diretora de Planejamento da Produção &
Supply da Johnson & Johnson



■ **ADRIANO MERIGLI**
Diretor de Desenvolvimento de
Concessionárias Am. Latina do Grupo Volvo



■ **JAVIER SCHMAL**
Vice Presidente da Martin Engineering
México, América Central e América do Sul



■ **SAULO MIGUEL**
Diretor de Fábrica e de Engenharia da
Heineken Brasil



■ **SOLANGE SOBRAL**
VP de Negócios da CI&T



■ **ERMESON LINCON**
Gerente Lean da Novo Nordisk



■ **MICHAEL KETTERER**
Diretor de Unidade de Negócios da MWM
Motores Diesel

Saiba mais em **best-practice-day.com.br** ou **(19) 3262-0011**

Patrocinador **Diamante**

Patrocinador **Ouro**

Apoio

Media Partner

Realização





“Se essas mudanças acontecerem e novos acordos comerciais forem fechados poderemos ser uma indústria exportadora.”

Raul Amil,
presidente da Afac



“Competitividade é um problema em todas as áreas no Brasil e o processo de mudança deve ser horizontal, sem escolher setores para mudar a questão dos impostos.”

Dan Ioschpe,
presidente do Sindipeças



“Com acesso aos créditos retidos as montadoras terão condições de investir localmente em ferramental em vez de importar.”

Orlando Morando Junior, prefeito
de São Bernardo do Campo



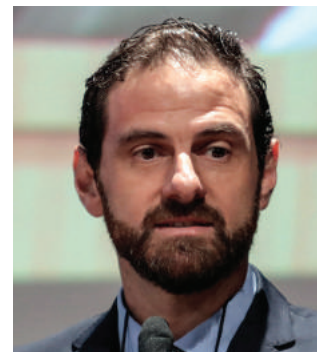
“Consideramos três [propostas pela Ford Taboão] como as mais fortes porque são formais, mas há outras que surgiram como consultas e estão evoluindo para algo mais concreto.”

Patrícia Ellen, secretária de
desenvolvimento econômico de SP



“Os interessados [na fábrica do Taboão] são fabricantes de veículos instaladas no País e outras que já tinham interesse em investir no Brasil mas adiaram o planejamento.”

Henrique Meirelles, secretário
da Fazenda e Planejamento
do Estado de São Paulo



“Trabalhamos em dois eixos: redução da burocracia empresarial e ampliação da inovação e digitalização da indústria.”

Caio Megale, secretário de
desenvolvimento da indústria,
comércio, serviços e inovação do
Ministério da Economia

POTÊNCIA PARA UM MUNDO QUE NÃO PARA.

MOTORES CUMMINS.

Há 100 anos, a Cummins potencializa um mundo que não para. Nossos **Motores**, de 18 a 5000 HP, estão disponíveis para as mais diversas aplicações, de pickups e ônibus a máquinas agrícolas e de mineração. É por isso que, todos os dias, você pode contar com a Cummins. Oferecer soluções integradas de tecnologia e inovação para que seu mundo nunca pare é a nossa energia.



ALWAYS ON

Instagram icon /cumminsbrasil

Facebook icon /cumminsbrasil

0800 286 6467

www.cummins.com.br

O SONHO ALÉM-MAR



Divulgação/Porto de Suape

Executivos do setor automotivo propõem programa específico para exportações de veículos como forma de elevar a competitividade de nossa indústria: argumentam que o problema está do portão da fábrica para fora.

Passat no Iraque, Fox na Europa: ainda que a história aponte casos pontuais de veículos nacionais rodando em outros continentes a vocação exportadora de nossa indústria nunca teve muita força para atravessar qualquer oceano, restringindo-se com mais poderio à América do Sul e, às vezes, à Latina.

Chegou a hora, entretanto, deste quadro mudar. Pelo menos é o que defendem atualmente diversos executivos do setor, alegando que este é o melhor caminho para elevar nossa competitividade em termos globais e, assim, garantir a sustentabilidade e o futuro de nossas fábricas.

Um arauto da adoção de um programa específico para exportação de veículos é Carlos Zarlenga, presidente da General

Motors América do Sul. Ele é taxativo ao afirmar que "o Brasil é o único mercado do mundo que tem capacidade para 4,5 milhões de unidades/ano e vendas internas de 3,5 milhões e mesmo assim as empresas não conseguem lucrar nem exportar. Na hora de investir o que se avalia é a capacidade de retorno e, diferente do que muitos acreditam, não estamos simplesmente fadados ao sucesso e pronto. Aqui todas as empresas estão perdendo dinheiro, empatando ou ganhando pouco. Os investimentos feitos no Mercosul na última década destruíram nosso capital".

Ele calcula que para se tornar efetivamente competitiva a indústria brasileira precisaria exportar de 30% a 40% de sua produção. E aí mora o problema: "No Bra-



Nós oferecemos mais que
soluções padrões –
nossas soluções estabelecem
novos padrões.



Combustão



Híbrido



Elétrico

Oferecendo tecnologias do futuro que proporcionam maior economia de combustível, emissões reduzidas e grande desempenho. Como um fornecedor automotivo líder, e com o compromisso contínuo com a inovação, a BorgWarner fornece soluções ecologicamente corretas que melhoram o conforto de condução, o desempenho e a confiabilidade.

borgwarner.com

 **BorgWarner**

Faça revisões no seu veículo regularmente.

sil da porta da fábrica para dentro tudo é similar aos outros grandes mercados. Gravataí, por exemplo, é a fábrica onde gastamos menos tempo para produzir um carro do segmento do Onix em todo o mundo. O Cruze regional, em termos de custos produtivos, sai bem mais barato do que o estadunidense".

Assim a encresca, é claro, está na estrutura tributária: "Não somos competitivos em várias áreas, mas o principal problema está nos impostos. Só nas exportações respondem por 15% a 20% do custo".

A CARAVELA T-CROSS

Quem faz coro com o presidente da GM AS é o da Volkswagen AL, Pablo Di Si: "Precisamos mudar nosso sistema tributário. Não podemos depender mais só do mercado interno e dos embarques para a América Latina".

A maior queixa é que hoje, nas exportações de veículos, os impostos representam de 15% a 20% do custo. A volta do Reintegra é apontada como boa parte da solução do problema



Divulgação/Porto de Paranaguá

Ele igualmente argumenta que "o Brasil faz carros de qualidade. Deste ponto de vista poderíamos tranquilamente exportar Polo e Virtus [para além da América Latina], mas hoje é um negócio que não seria sustentável".

De qualquer forma a VW já começou a atuar nesta cruzada: dos cinquenta mercados de exportação do T-Cross fabricado no Paraná vinte estão em outros continentes, como Argélia, Egito e Turquia. Mas Di Si afirma que este ainda é negócio pequeno em termos de volume e especialmente de rentabilidade, mas que tem importância "dentro de um contexto macro da operação, para buscar equilíbrio importação-exportação".

O mesmo caminho será percorrido pelos novos SUVs que serão produzidos no Brasil e na Argentina, ainda que no país vizinho, relata Di Si, a política tributária para exportar consiga ser ainda mais desestimulante do que aqui.

Nessa espécie de Caminho das Índias moderno a VW também usa bastante sua produção de componentes: embarca, por exemplo, motores completos e componentes de motor para a Alemanha. Além disso toda a produção de transmissões na Argentina é enviada ao Exterior, incluindo África do Sul, Eslováquia, Espanha e Índia.

De lógica semelhante se utiliza a Toyota, revela Celso Simomura, vice-presidente de compras e engenharia: em 2018 saíram de São Bernardo do Campo, SP, com destino à América do Norte, 583 mil virabrequins para o motor do Camry vendido lá.

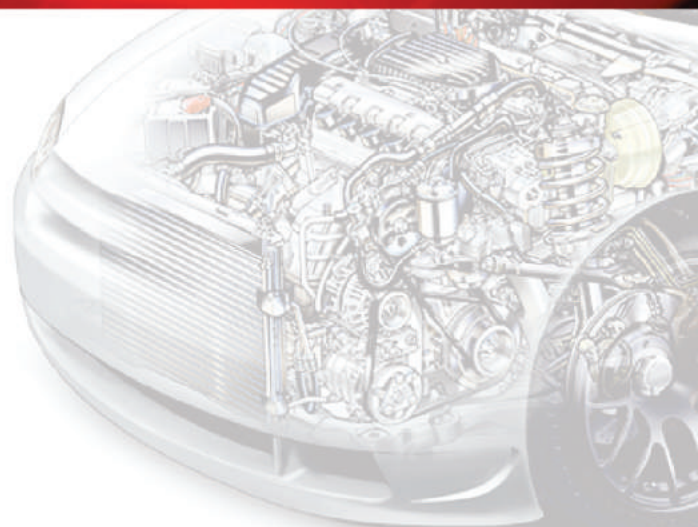
A empresa está reestruturando sua operação na América Latina para torná-la mais integrada e autônoma, e com isso prevê "atingir crescimento sustentável, o que possibilitará menos barreiras à exportação e nos fortalecerá contra a variação cambial". Simomura acrescenta que "buscar mais mercados, novas oportunidades, como pretendemos fazer, nos força a analisar todas as situações e opções que temos disponíveis".

Mauro Correia, presidente da Caoa Montadora e da SAE Brasil, adota discurso semelhante ao de vários colegas:



IZZOGROUP

O SEU EVENTO ACONTECE AQUI



UMA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO
ESPECIALIZADA EM EVENTOS
PARA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.

Entregamos a solução completa para o seu evento!

Gestão de campanhas de marketing, criação e produção de eventos de networking, congressos e reuniões corporativas, lançamentos de produtos e criação de conteúdos.

www.izzogroup.com.br
contato@izzogroup.com.br

IZZO

"No Brasil exportamos impostos. Este é um grande entrave que precisa ser solucionado rapidamente para trazer mais competitividade. A reforma tributária é extremamente necessária e acho que já deveria estar em andamento".

Besaliel Botelho, presidente da Bosch América Latina, repete o mantra de que "do portão para dentro a fábrica é competitiva. Temos que investir não só para produzir localmente mas também para exportar, pois a América Latina representa só 3% do mercado mundial". Ele reconhece, entretanto, que a missão não é simples, pois considera que "o Brasil já perdeu o bonde do investimento em eletrônica" – mesmo assim entende que muitas empresas do setor já poderiam exportar tecnologia e competir em outros mercados se houvesse uma política específica para este fim. "Nosso principal entrave é a cadeia de impostos."

Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, lembra que "já chegamos a exportar 28% do total [de veículos] produzido no País e para este ano a projeção é de apenas 19% devido à situação na Argentina". Neste ponto Di Si, da Volkswagen, revela que em março a empresa reduziu sua projeção de

vendas para o mercado vizinho de 700 mil para 620 mil unidades neste 2019, ainda que tenha mantido a expectativa de 770 mil para 2020.

UMA SUGESTÃO

Como não basta somente criticar mas também sugerir soluções Zarlenga já tem debaixo do braço plano pronto para apresentar: um programa tributário específico para exportações, a ser empregado em projetos com ao menos 50% do volume destinado para embarques além-Mercosul.

"A elevação do Reintegra para 8% ou 9% já seria um bom começo, pois consertaria metade de nossa lacuna de competitividade: no total calculamos que ela esteja em 20%, dos quais 80% estão relacionados a tributos."

Para ele "o governo não abriria mão de receita porque esses investimentos para exportação hoje não vêm para o Brasil e poderiam vir". Ele conclui seu raciocínio assegurando que "as exportações são uma necessidade para a indústria permanecer viva e não apenas para crescer. Sem exportações não há previsibilidade de ganhos". ■

BOARDING PASS, PLEASE
Dos cinquenta mercados de exportação do T-Cross paranaense vinte estão em outros continentes, como Argélia, Egito e Turquia. Mas a VW alega que rentabilidade do negócio é muito baixa.



Divulgação/VW



O **Volvo FH 540 6x4** foi o caminhão **pesado mais vendido** do Brasil e da América Latina em 2018.

Queremos agradecer à nossa rede de concessionários e a todos os nossos clientes por essa conquista.



Volvo Caminhões. Acelerando o Futuro

Perde-se uma, ganha-se outra

Logo em seguida ao anúncio de uma fábrica a menos no País, a Ford do ABCD, o País ganha uma a mais: a Honda de Itirapina.

Foram longos dois anos e três meses de agonia e espera os que finalmente se encerraram naquela quarta-feira, 27 de março de 2019; a Honda realizou cerimônia de inauguração da sua segunda unidade produtiva no País, em Itirapina, SP – a produção efetiva ali, com o Fit, começou exato um mês antes.

O investimento superou o R\$ 1 bilhão anunciado em 2013, quando a companhia tomou a decisão de erguer a nova fábrica. Naquela época, embalada pelos bons volumes de um mercado brasileiro de 3,8 milhões de unidades, o plano Honda era o de que a nova fábrica complementasse a produção de Sumaré, SP.

Passados dois anos, com a unidade pronta para operar, o mercado caiu para dois milhões/ano. A decisão ali foi realmente inusitada e inesperada: a empresa manteve a fábrica, o KM, inativa. Durante estes dois anos as linhas foram ligadas duas vezes por semana apenas para manter as máquinas e equipamentos em bom estado de funcionamento para quando a produção ali de fato se iniciasse.

A história mudou no ano passado, com o mercado dando sinais mais claros de retomada: a produção total de modelos Honda seria transferida de Sumaré para Itirapina. O processo será gradual: primeiro foi o Fit, ainda não em sua totalidade –



Divulgação/Honda

É TRICOLOR
Pintura de Itirapina é mais moderna e como parte da adaptação só Fit preto, cinza ou branco saem da linha. Modelos em azul ou vermelho ainda vêm de Sumaré.

por enquanto apenas aqueles em cinza, branco e preto, em ritmo de 90 unidades/dia. Os Fit vermelho e azul ainda saem de Sumaré.

No segundo semestre será a vez do WR-V, seguido, no ano que vem, pelo HR-V. Da plataforma compacta da Honda restará apenas o City em Sumaré, mas cuja transferência também está programada para mais adiante – assim como a do Civic, que é montado sobre outra plataforma.

A capacidade de produção é a mesma da outra unidade: 120 mil veículos/ano em dois turnos, mas no ano passado, com horas extras, Sumaré produziu 138 mil.

Otávio Mizikami, diretor industrial da Honda Automóveis, explicou que a linha de Sumaré não será desmontada: ali permanecerá, inativa. Não está descartada, portanto, a produção de apenas um ou dois modelos na unidade, complementando os volumes de Itirapina.

Na unidade inaugurada em 1997, que segue como sede administrativa da Honda South America, permanecerão a produção de motores, peças plásticas e ferramentaria, bem como engenharia e área de compras. Dois mil dos três mil trabalhadores de Sumaré serão transferidos para Itirapina. Segundo a Honda o índice de aceitação está em cerca de 90% – todos receberão pacote de benefícios e ajuda de custo para a mudança.

Em torno de 450 trabalhadores já foram transferidos e nenhum emprego, portanto, ainda foi gerado com a nova fábrica. Em 2021, quando deverá estar a todo o vapor, serão dois mil trabalhadores.

A Honda diz que sistemas "tais quais vistos nas mais modernas fábricas de automóveis Honda no mundo são realidade na fábrica de Itirapina e fortalecem a operação" – cita, por exemplo, fluxos mais seguros, processos otimizados, tecnologias mais avançadas e ganhos em sustentabilidade. Uma boa dica: a empresa diz que "a linha de montagem foi projetada para permitir modificações tecnológicas futuras".

Há inegavelmente diversas evoluções produtivas no quesito Sumaré x Itirapina: na estamparia, por exemplo, o processo usa três prensas e sistema rápido de troca de ferramentas elevou eficiência e reduziu o consumo de energia para produção de um mesmíssimo Fit.

Na área de solda robôs aumentaram a velocidade de movimentação e eficiência em 30%. E na pintura o sistema atual eliminou a necessidade de uma das camadas de tinta e uma etapa de secagem em estufa.

120

mil unidades
ao ano é a
capacidade da
nova fábrica,
a mesma de
Sumaré

90

Fit ao dia
é a velocidade
inicial da linha
de montagem

450

funcionários
já foram
transferidos de
Sumaré para
Itirapina

2021

é o prazo
previsto para
a totalidade de
transferência da
produção

Bons ventos



Para seguir abastecendo toda a sua produção e área administrativa com energia própria a Honda anunciou investimento de R\$ 30 milhões em uma nova torre eólica no parque de Xangri-Lá, no Rio Grande do Sul. Com isso serão dez os aerogeradores do empreendimento da Honda Energy, que ampliará sua capacidade de geração de 27,7 MW para 30 MW.

Assim as duas fábricas e os escritórios de São Paulo Capital e Sumaré, além do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, serão 100% alimentados pelos bons ventos de Xangri-Lá.

Pelos cálculos da Honda desde janeiro de 2015 o parque gerou 306 mil MWh, o que evitou emissão de mais de 24 mil toneladas de gás carbônico no meio ambiente. Mais de 500 mil automóveis foram produzidos com energia própria e renovável.

Aliás, aproveitando o tema energia limpa, Issao Mizoguchi, presidente da Honda South America, anunciou que a empresa passará a oferecer na América do Sul três veículos híbridos, modelos ainda não definidos, até 2023. Mas "provavelmente serão importados: ainda não vemos retorno para investimento em produção local".

OS SETE ESCOLHIDOS

Hyundai escolhe seus melhores fornecedores de 2018 e de quebra vai aumentar a produção da fábrica de Piracicaba, no Interior paulista

Prêmio Fornecedores do Ano Hyundai 2018

O complexo histórico do Engenho Central de Piracicaba, SP, foi palco da sétima edição do prêmio Fornecedores do Ano da Hyundai, com fábrica na mesma cidade. Foram laureadas sete empresas em cinco categorias, referente à análise de seus resultados em 2018.

A premiação é o ponto alto de seminário realizado anualmente pela fabricante dos modelos HB20 e Creta para os fornecedores, com apresentações e palestras. Neste ano foram debatidos temas como Indústria 4.0 e integração da cadeia de suprimentos, além da realização de um fórum executivo com a participação da diretoria HMB.

O evento reuniu aproximadamente 250 representantes de fornecedores diretos e indiretos, além do alto escalão de executivos da Hyundai brasileira.

Ali Eduardo Jin, presidente da Hyundai Motor Brasil, considerou que "a economia brasileira deverá retomar um ritmo de crescimento consistente ao longo do ano". E acrescentou: "Contamos com a cooperação de nossos fornecedores para manter a competitividade. A premiação reconhece a inovação e a eficiência, estimulando toda a cadeia de suprimentos a estar mais bem preparada para enfrentar os desafios".

Segundo a Hyundai cada um dos fornecedores é avaliado em série de quesitos que envolvem, por exemplo, adoção de medidas para redução de custos e de melhoria na qualidade dos produtos. ■

Compras Gerais Diretas

Dow Brasil

Compras Gerais Indiretas

Rio Verde Engenharia e Construções

Excelência na Gestão da Qualidade

Goodyear

Mando Corporation

Inovação na Gestão de Custos

Faurecia Emissions Control

Mobis Brasil

Serviços de Comércio Exterior

Aurora Terminais

Piracicaba vai a 210 mil/ano

A Hyundai investirá R\$ 125 milhões em sua fábrica piracicabana para melhorias na operação e aquisição de novos equipamentos: objetivo é elevar a capacidade de 180 mil unidades/ano para 210 mil/ano em três turnos. Ano passado a fábrica

rodou acima da capacidade, em 193 mil, segundo a Hyundai "graças a ganhos pontuais de eficiência em processos". O teórico volume adicional de 30 mil unidades/ano será destinado prioritariamente ao mercado interno.

VOGÊ ACREDITA EM TUDO O QUE LÊ?

As pessoas estão confusas por receberem grande quantidade de notícias falsas.

Sejam impressas, online, no celular ou em vídeo, as informações divulgadas pelas revistas são reais e baseadas em pesquisa e investigação jornalística. Leitores de revistas são mais envolvidos e propensos a recomendar suas matérias nas redes sociais.

MAIS ESPAÇO PARA O AÇO

Siderúrgicas veem no Rota 2030 um campo aberto para a maior utilização de aços especiais pelas montadoras: redução de peso pode chegar a 25%.

Assim como acontece em quase todas as inovações certos tipos de produtos da siderurgia parecem ser como aquelas maravilhas da tecnologia industrial cujo preço impede, de imediato, sua utilização em larga escala, mas que, sabemos, um dia estarão em todos os lugares.

No Brasil as novas metas de eficiência energética e segurança estabelecidas pela nova política setorial, o Rota 2030, poderão significar um novo importante empurrãozinho para que as últimas gerações de aços especiais cheguem mais rapidamente aos veículos, dando maior



visibilidade a processo que já se iniciou no finado Inovar-Auto.

A expectativa na indústria siderúrgica é a de que as novas normas abram caminho para a introdução de aços mais leves, resistentes, flexíveis e versáteis nas fábricas de veículos e que, em breve, estejam em maior índice nos modelos oferecidos nas concessionárias.

AÇO SALGADO

O desenvolvimento tecnológico e produtivo em si desta matéria-prima já está pronto, e assim a principal barreira que ainda se apresenta é mesmo o preço,



Divulgação/Usiminas

considerado salgado pelas montadoras que, por esta razão, ainda impõem certas barreiras às tecnologias desenvolvidas no campo dos metais.

As siderúrgicas garantem que a avaliação não deve ficar apenas no custo mas também nos benefícios das aplicações múltiplas desses aços, bem como na contribuição que podem entregar aos esforços em direção ao downsizing – e não só de motores, mas também da cadeia de produção de veículos.

Os últimos produtos adicionados aos catálogos de fornecedores como ArcelorMittal, Gerdau e Usiminas oferecem às

ENROLADO
Sem exigências de conteúdo local as montadoras podem importar aço à vontade enquanto produtores locais precisam investir em tecnologia

montadoras aços três vezes mais resistentes e que, ainda assim, proporcionam diminuição de peso das peças de 7% a 25%.

O objetivo dessas empresas, de forma geral, é o de que suas carteiras de pedidos acompanhem pelo menos o crescimento de 9% previsto pela Anfavea para a produção de veículos este ano.

Responsável por 22% do total de aço consumido no Brasil a indústria automobilística é o segundo maior cliente das usinas siderúrgicas, atrás apenas da construção civil. Se consideradas somente as usinas que produzem aços planos, usado em diversos componentes de veículos, o setor tem um peso ainda maior.

Na Usiminas, por exemplo, a cadeia de produção de veículos responde por cerca de um terço das vendas totais, sendo seu principal mercado.

Acompanhar as evoluções regulatórias, como as do Rota 2030, é, portanto, uma tarefa inescapável às fabricantes de aço. Ao mesmo tempo o desenvolvimento de novas linhas é um trabalho que visa não apenas à defesa de fatias desse grande mercado mas, também, substituição de aços que hoje chegam ao País importados – um canal que, inclusive, voltou a ficar completamente aberto sem as exigências de conteúdo local do Inovar-Auto.

André Munari, responsável pelo departamento de vendas ao setor automotivo da ArcelorMittal, considera ser "irreversível a tendência de inovação tecnológica para a redução de peso e melhoria da segurança dos veículos". Para ele "atualmente, graças ao desenvolvimento tecnológico, estamos conseguindo reunir essas duas grandezas antagônicas no passado, fornecendo produtos que atendem à necessidade de eficiência energética mantendo ou ampliando a garantia de segurança fundamental para os passageiros".

Fornecedores como Usiminas e Gerdau salientam que seus portfólios estão em linha com as últimas tecnologias da siderurgia global. Dessa forma estão preparados para ajudar as montadoras a alcançar as metas colocadas pelo Rota.

Na Usiminas equipes de engenheiros

O desenvolvimento tecnológico e produtivo dos novos aços especiais já está pronto. A principal barreira que ainda se apresenta é, adivinhe? Acertou: o preço.



Divulgação/Volkswagen

trabalham em processos de pesquisa e desenvolvimento tanto internamente quanto no âmbito de um projeto de novos produtos automotivos pilotado pela World Steel Association – associação que engloba siderúrgicas de todo o mundo e reúne 21 empresas.

"O peso do veículo, dentre outros, exerce importante papel no consumo de combustível", diz Eduardo Sarmiento, gerente-geral de atendimento ao cliente da Usiminas. "Assim o uso intensivo de aços de alta resistência pode contribuir de forma significativa para evolução da eficiência energética."

Na lista de lançamentos a Usiminas aposta bastante no sucesso do CP800, aço para uso em peças de suspensão ou outras aplicações que exijam alta capacidade de expansão de furo. Por ser laminado a frio, processo que permite que o aço seja mais fino, tem espessura inferior a 2 milímetros, resultando em menor peso e maiores possibilidades de aplicação da matéria-prima.

Outros dois produtos da Usiminas como PHS 2000 e DP1000 HF trazem avanços em resistência, somados à redução de peso, em peças vitais para a proteção dos passageiros em caso de colisão. Também



NÓS PODEMOS COLABORAR

A **SEARA BENDITA** é uma Instituição com caráter religioso e filantrópico, sem fins lucrativos ou econômicos, apolítica, constituída por pessoas comprometidas em causas sociais, tendo suas obras de Assistência e Serviço Social realizadas no Lar Meimei, onde assiste a mais de 400 crianças e adolescentes em tempo integral, oferecendo refeições diárias, ensino social profissionalizante, atendimentos dirigidos à comunidade, empregabilidade, lazer e cultura, além de uma biblioteca comunitária, brechó e trabalhos sociais.

A Instituição vem crescendo estrutural e fisicamente e para fazer frente a esse crescimento mantém e tem criado atividades de geração de renda, recursos e de suporte financeiro, como o lançamento da campanha **BENDITA SEMENTE**, cujo foco é a ampliação de suas instalações, que possibilitará um atendimento mais organizado e com mais comodidade a todos que a procuram.

FAÇA PARTE DESTA CAUSA VOCÊ TAMBÉM!

Banco Bradesco 237

Agência 1789 – Conta Corrente 8261-9

Banco Itaú 341

Agência 0772 – Conta Corrente 66087-4

Banco Santander 033

Agência 0458 – Conta Corrente 13.000.525-5

Banco do Brasil 001

Agência 1744-2 – Conta Corrente 2190-3



(11) 5534-5172

www.searabendita.org.br

projeto.benditasemente@searabendita.org.br



Seara Bendita



praticamente dobram a capacidade do aço de formar novas peças a partir de sua compressão contra moldes. A aplicação, nesse caso, também é válida para peças que exijam alta absorção de energia, como longarinas.

VEM LÁ DE SABARÁ

A Gerdau investiu em aços com características que permitem redução de peso ao mesmo tempo em que podem assumir geometrias mais complexas. São usados na produção de molas, engrenagens e rolamentos.

A promessa da nova linha da Gerdau, chamada de GG Max, é aumentar a resistência mecânica e a vida útil das peças submetidas a fortes desgastes tanto em veículos de passeio quanto pesados.

Na ArcelorMittal o lançamento do Usibor, produzido em Santa Catarina, permitiu aumentar em três vezes a resistência mecânica das estruturas de para-choques, travessas do teto e longarinas, bem como de componentes de segurança críticos como colunas A e B.

Na linha de aços longos um novo processo de remoção dos excessos de metal, resultado de investimentos de R\$ 50 milhões da ArcelorMittal em sua fábrica de barras de Sabará, MG, evita defeitos superficiais em barras treiladas fornecidas a fabricantes de autopeças. O resultado, diz a siderúrgica, são ganhos no processo produtivo dos clientes e maior precisão e qualidade no produto final.

Apesar das queixas sobre o custo das novas tecnologias Munari, da ArcelorMittal, afirma que a experiência em mercados desenvolvidos mostra que, em grande parte, a adoção de aços avançados de alta resistência não representa preços mais altos para os clientes.

"Com o Rota 2030 os novos projetos apontarão cada vez mais na direção de menor consumo, emissão e maior segurança. Os aços especiais ganharão ainda mais espaço. Alguns já foram introduzidos em mercados maduros e certamente em breve estarão sendo utilizados no Brasil."

A meta da ArcelorMittal é terminar o ano crescendo dois dígitos. ■

INOXIDÁVEL

Plástico e alumínio deveriam ganhar espaço nas carrocerias em busca de menor peso, mas a resistência do aço ao longo dos anos parece incorrosível



Divulgação/Volkswagen

AUTO DATA

Empresarial

58

DANA

Empresa está pronta para ser uma das mais importantes provedoras de soluções de eletromobilidade do mundo.

60

MERCEDES-BENZ

Montadora alemã revoluciona seus processos no Brasil para ouvir os clientes com mais assertividade.

TECNOLOGIA PRONTA PARA O BRASIL

Dana aumenta expertise em eletromobilidade e vai demonstrar suas inovações na Fenatran deste ano.

No início de março a Dana anunciou oficialmente mais uma importante aquisição com vistas a se tornar a maior provedora de sistemas de eletrificação para veículos comerciais do mundo. A empresa incorporou o Grupo Oerlikon, que controla as marcas Graziano e Fairfield.

Essa aquisição reforça ainda mais o expertise no desenvolvimento de sistemas eletrificados e amplia a abrangência de atuação da empresa nos países que estão avançando

mais rapidamente em eletromobilidade.

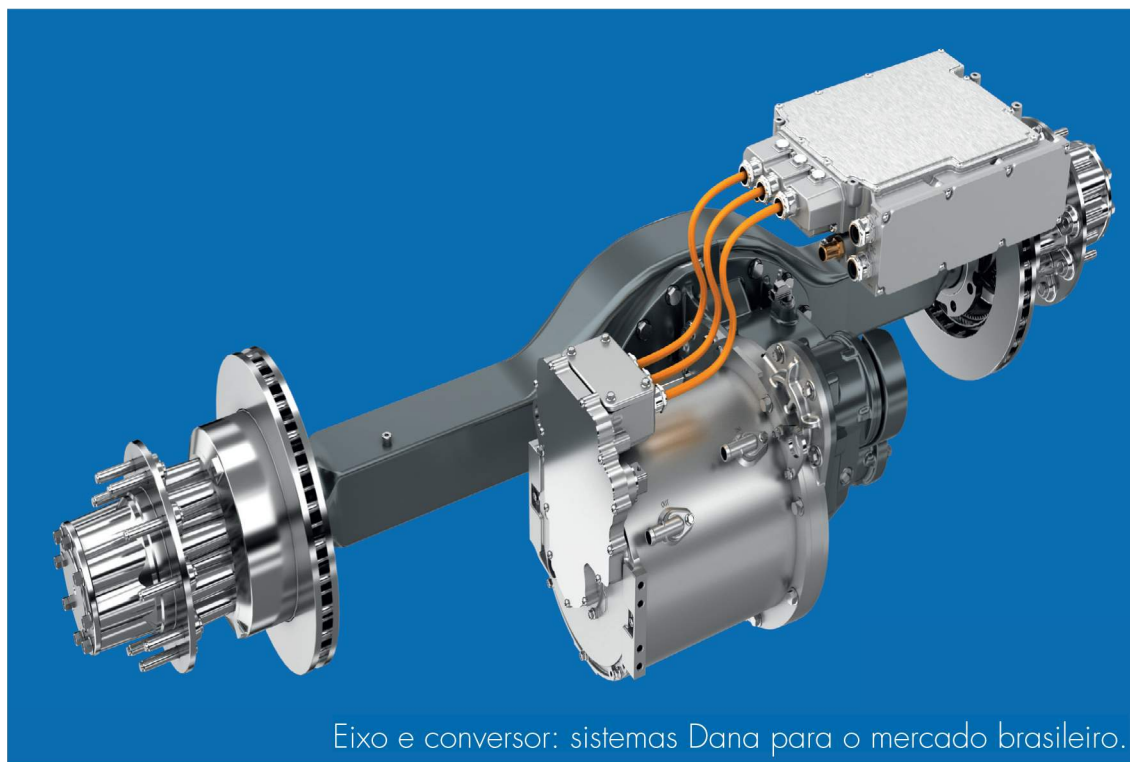
“Com mais essa aquisição, a Dana continua a atender demandas de seus clientes para eletrificação de quase todo tipo de veículo comercial, como picapes, vans, caminhões e ônibus e, também, veículos fora de estrada. Ultrapassamos a importante marca de 12.000 motores TM4 entregues que já rodaram mais de 350 milhões de quilômetros”, comenta Raul Germany, presidente da Dana para o Brasil.

Paralelamente a essas incorporações, os times de engenharia da empresa ao redor do mundo concentram esforços em um arrojado projeto para construir para demonstração uma frota de veículos comerciais elétricos orientados para a distribuição urbana, demonstrando ao mercado as avançadas e va-



Divulgação/Agência Brasil

Veículos comerciais eletrificados especialmente desenvolvidos para demonstrar que as tecnologias Dana já estão disponíveis.



Eixo e conversor: sistemas Dana para o mercado brasileiro.

riadas soluções tecnológicas que a empresa já tem disponíveis para eletromobilidade.

Dois veículos já estão prontos. O City Delivery Dana demonstra, na prática, a eficiência do eixo traseiro elétrico eS9000R, produto de série da empresa. Esses eixos são equipados com motor e transmissão elétricas, movidos a bateria, e dispensam completamente itens pesados como tanque de combustível e o tradicional trem-de-força.

Consolidado no mercado chinês, o motor elétrico Dana TM4 Sumo LD HV800 em conjunto com o Inversor CO150HV alimentam o eixo elétrico eS9000R. O equipamento pode ser facilmente adaptado em qualquer chassi equipado com os eixos modelos S110 e S130.

Esse produto atinge velocidade máxima de 135 km por hora com autonomia para 161 km. Além disso, é cerca de 170 kg mais leve que seus semelhantes movidos a diesel e consome 8% menos energia do que um veículo alimentado por um motor centralizado.

Outro produto que está pronto e em demonstração é um caminhão para distribuição de bebidas que é movido por sistema de direção central, mecanismo que substitui motor de combustão, transmissão e tanque de combustível por um motor elétrico. Esse caminhão foi equipado com o motor elétrico Dana TM4 Sumo MD HV2600 com Inversor CO200, combinação que assegura 67% de redução de energia e 40% menos emissão de poluentes em comparação com o mesmo veículo movido a diesel. O caminhão pode atingir até 108 km/h e percorrer 161 km.

A engenharia da Dana está trabalhando em mais dois caminhões convencionais, movidos a Diesel, que serão transformados para veículos elétricos para demonstrar os benefícios e facilidades desta conversão.

Na Fenatran deste ano, que acontecerá em outubro, a empresa vai apresentar aos clientes brasileiros que essas tecnologias já estão, definitivamente, prontas para serem aplicadas.

A ARTE DE OUVIR AS ESTRADAS

Mercedes-Benz revoluciona relação com clientes com programa para ouvir demandas de maneira eficiente e assertiva.

Quando a Mercedes-Benz decidiu investir no Brasil 2,4 bilhões de reais entre 2018 a 2022 a empresa já havia definido em sua estratégia, três anos antes, que seu foco seria melhorar processos, produção, serviços e produtos com o objetivo de ouvir seus clientes de maneira nunca antes nem sequer tentada no País.

Desde então a empresa empreendeu verdadeira revolução em todos os seus processos. O lema lançado em 2015 “As Estradas Falam, a Mercedes Ouve”, em pouco tempo, foi elevado à máxima potência a

ponto de envolver não só a área de vendas, mas mobilizando os demais departamentos, além da rede de concessionários.

Há bons exemplos para ilustrar como é possível praticamente desenvolver produtos vencedores ouvindo “dicas” de quem os utiliza. No segmento de caminhões pesados, que a Mercedes-Benz historicamente não tinha grande participação de mercado, no ano passado a montadora liderou. Já nos leves, com os caminhões da família Accelo, produtos que foram aprimorados respeitando as necessidades dos clientes, a marca vem crescendo substancialmente sua participação.

A mudança radical no jeito de lidar com o mercado não transformou somente o lado



Divulgação/Agência Brasil

Avançados conceitos da Indústria 4.0 para atender de maneira mais assertiva e eficiente as demandas dos clientes.



de fora da fábrica, internamente, nos últimos anos, cerca de 10 mil colaboradores das unidades de São Bernardo do Campo, Campinas e Juiz de Fora foram testemunhas oculares de um acelerado rito de passagem da indústria convencional, ainda em voga no Brasil, para os avançados conceitos da Indústria 4.0.

Ouvir e atender prontamente as demandas e necessidades de seus clientes exige respostas mais eficientes e ágeis de todo o processo de desenvolvimento e produção.

Nos últimos dois anos a montadora alemã tem adotado em suas fábricas brasileiras tudo o que há de mais moderno em suas unidades globais, especialmente na Alemanha.

Agora fazem parte do dia a dia das no-

vas linhas de montagem de caminhões, em São Bernardo do Campo (SP), tecnologia digital, conectividade, dados na nuvem, Big Data e Internet das Coisas. Além disso, a empresa

também foca no bem-estar e melhor produtividade de seus colaboradores e está avançando em testes para implantação de equipamentos futuristas como óculos de realidade aumentada, robôs colaborativos e até exoesqueletos.

Ao ouvir atentamente seus clientes, a Mercedes-Benz vai muito além de apenas aperfeiçoar seus produtos e serviços para melhor atendê-los, a em-

presa insere o Brasil dentro do seleto grupo de países que avançam positivamente nos conceitos mais eficientes, humanos e ambientalmente corretos da Indústria 4.0.

**Caminhões
Accelo:
aprimorados
de acordo
com as
necessidades
dos clientes.**

VWCO CONSTELLATION 15.190 4X4

A Volkswagen Caminhões e Ônibus lançou o Constellation 15.190 4x4, com tração fora de estrada e capacidade "para operar em condições extremas". A empresa ressaltou o fato de o modelo não usar Arla 32 que, além de reduzir os custos

operacionais, simplifica sua logística de abastecimento em locais sem infraestrutura. O modelo já era vendido no Brasil para o Exército e, agora, será comercializado para o mercado civil, equipado com motor Man D08 de 186 cv.



Divulgação/VW

RECEITA MARCOPOLO

A forte retomada do mercado interno em 2018 foi determinante para o desempenho positivo da Marcopolo, que apurou receita líquida consolidada de quase R\$ 4,2 bilhões, incremento de 46% sobre 2017.

As vendas internas de ônibus avançaram 76,5%, resultando em receita de R\$ 1,9 bilhão, enquanto as exportações a partir do Brasil apuraram alta de 36%, para R\$ 1 bilhão 360 milhões. A fabricante de carrocerias de ônibus ainda consolidou receita de R\$ 921 milhões em suas operações no Exterior, com aumento de 16,5%.

Para atingir este resultado a organização, com sede em Caxias do Sul, RS, comercializou total de 15 mil 596 unidades, incremento de 48%. Destas 10 mil 239 ficaram no Brasil, em alta de 83%. As exportações somaram 3 mil 794 ônibus, avanço de 14,6%. Ao mesmo tempo, as operações localizadas no Exterior registraram venda de 2 mil 72 unidades, recuo de 6%.

A empresa apurou Ebitda de R\$ 362 milhões, incremento acima de 200%, e margem de 8,6%, mais do que o dobro de 2017. O lucro líquido apurado no exercício foi de R\$ 190,9 milhões, em alta

de 132,5%. A Marcopolo fechou o ano com endividamento financeiro líquido de R\$ 966, 244 milhões, acima do valor de R\$ 783 milhões de 2017. Desse total R\$ 550,4 milhões são do segmento industrial. A diferença de R\$ 415 milhões provém do Banco Moneo.

Em 2018 a empresa investiu R\$ 167 milhões, com destaque para compras de máquinas e melhorias nos prédios. Encerrou com total de 19 mil 743 colaboradores, no Brasil e Exterior, elevação de 31% sobre o ano anterior. No Brasil são 10 mil 236 vagas e a controladora emprega 7 mil 410 pessoas.

GERADORES MWM

A MWM Motores começou a produzir uma linha de geradores na fábrica de Santo Amaro, em São Paulo. A nova unidade de negócios consumirá R\$ 20 milhões em investimentos ao longo de dez anos, dos quais R\$ 5 milhões já foram aplicados, de acordo com José Eduardo Luzzi, seu presidente e CEO.

A empresa espera um alcançar faturamento adicional de R\$ 2,7 bilhões advindos da nova unidade de negócios ao longo destes dez anos e irá contratar 1 mil pessoas para atuar diretamente na nova linha, que terá capacidade para entregar até 4,2 mil geradores por ano, em três turnos. Ainda neste 2019 a empresa espera produzir 600 unidades, chegando a 1,2 mil geradores em 2020. Duzentos deverão ser exportados para México, Colômbia, Peru, Chile, Equador e Paraguai. O portfólio de produtos contará com 28 modelos de geradores e 23 configurações de potência.

BIARTICULADOS SCANIA

Com a entrega de seis ônibus biarticulados para a Viação Cidade Sorriso, que opera no sistema de transporte urbano de Curitiba, PR, a Scania oficializou sua entrada no mercado brasileiro de chassis biarticulados. O chassi usado é o F 360 HA, produzido em

São Bernardo do Campo, SP, com capacidade para suportar 43,5 toneladas.

Desde 2015 os modelos biarticulados são produzidos pela Scania no Brasil, mas apenas outros mercados, como Colômbia e México, encomendavam. Mais de 550 unidades já foram

exportadas. As seis unidades de Curitiba foram encarroçadas pela Caio. Os ônibus tem configuração 8x2, 27 m de comprimento, motor frontal de 360 cv, que trabalha acoplado a um câmbio automático B 516R da Alisson, e capacidade para transportar 250 pessoas.

NOVA LINHA DE CABINES M-B

A Mercedes-Benz começou a operar uma nova e moderna linha de montagem de cabines de caminhões, com conceitos de Indústria 4.0 e adoção de tecnologias inéditas no Grupo Daimler e, em alguns casos, até na indústria automotiva.

Resultado de R\$ 100 milhões em investimento, trará ganhos de 15% em eficiência e 20% em logística, nas contas da montadora. Tecnologias como realidade aumentada, conectividade com dados em nuvens, robôs colaborativos e exoesqueletos passaram a ser adotadas na montagem das cabines, trazendo ganhos em eficiência e ergonomia para os funcio-

nários. Uma das principais mudanças com relação às linhas convencionais é a ausência de uma linha fixa, com as cabines sendo movimentadas por AGVs, sigla em inglês para Veículos Guiados Automaticamente.

A nova linha é formada por 53 estações, onde os operários instalam bancos, direção, sistemas elétricos, etc, e fazem os processos de avaliação de qualidade. As cabines chegam soldadas de Juiz de Fora, MG, e ganham os componentes em SBC. Em algumas estações a montagem é auxiliada por robôs colaborativos e exoesqueletos, que auxiliam o operador em movimentos mais difíceis.



Divulgação/MBB

RESULTADO FRAS-LE

A Fras-le apurou, no ano passado, receita líquida de R\$ 1 bilhão 141 milhões, incremento de 37% sobre 2017, que foi de R\$ 832,8 milhões. A empresa encerrou o ano passado com lucro líquido de R\$ 88,6 milhões, alta de 38%, com margem líquida 0,1 ponto porcen-

tual acima do consolidado em 2017, 7,8%. O ebitda avançou 72,8%, para R\$ 183,9 milhões, com margem de 16,1%, crescimento de 3,3 pontos percentuais.

Os investimentos da empresa em 2018 somaram R\$ 80,2 milhões, dos quais R\$ 25,5 milhões fo-

ALIANÇA RENAULT, NISSAN E MITSUBISHI

Com o propósito de espantar os rumores de ruptura após a prisão de seu idealizador e principal executivo, Carlos Ghosn, a Aliança Renault Nissan Mitsubishi anunciou a intenção de criar um novo Conselho Operacional.

A ideia é ter um órgão único de supervisão das operações e de governança, substituindo os

dois conselhos de administração atual – RNBV e NMBV. Formarão esse Conselho Operacional os CEOs da Nissan, Hiroto Saikawa, da Mitsubishi, Osamu Masuko, e da Renault, Thierry Bolloré.

O presidente do Conselho de Administração da Renault, Jean-Dominique Senard, presidirá o órgão.

TUPY ESPERA CRESCIMENTO

A Tupy confia que o Brasil contribua mais com o crescimento de seus resultados financeiros em 2019, quando espera novo avanço, embora mais modesto, em suas operações.

Segundo balanço divulgado pela empresa, 2018 indicou aumento de 30% na receita sobre o ano anterior, para R\$ 4,8 bilhões, e de 77% no lucro líquido, que somou R\$ 271,7 milhões. As vendas físicas aumentaram 7,9% no período, sendo 9,3% no mercado ex-

terno e 2,4% no interno.

Empregando cerca de 9 mil funcionários em suas fábricas de Joinville, SC, e Mauá, SP, a Tupy promete ofensiva em peças estruturais para veículos comerciais para aproveitar a crescente demanda do mercado.

Componentes fundidos, como cubos de roda, para eixo e suspensão, estão sendo oferecidos às montadoras instaladas no País, para ficar além dos tradicionais blocos e cabeçotes.

ram utilizados na unidade em Caxias do Sul, RS, e R\$ 54,7 milhões nas controladas. O ano passado também marcou processo de aquisições: duas unidades na Argentina, uma no Uruguai, duas no Brasil e a constituição de uma sociedade, com a indiana ASK.

A companhia registrou receita líquida externa de R\$ 592,6 milhões, incremento de 42%.

As exportações a partir do Brasil alcançaram US\$ 84,3 milhões, evolução de 13,5% sobre 2017. As vendas internas somaram R\$ 548,6 milhões, alta de 31%.

BMW INVESTE EM ARAQUARI

A BMW investiu R\$ 125 milhões em automação para produzir a nova geração do Série 3 e do SUV X4 em Araquari, SC. As linhas já produzem, ainda em processo de testes, algumas unidades do novo modelo que, até

julho, será oferecido ao mercado brasileiro em duas versões ainda importadas da Alemanha.

O Série 3 tem motor 2.0 turbo de 258 cv, com câmbio automático de oito marchas da ZF. Oferece, de série, itens como

ar-condicionado de três zonas e direção totalmente elétrica, novidades do modelo que se juntam à frenagem emergencial em caso de colisões, alerta de mudança de faixa involuntária, piloto automático adaptativo,

GPS com informações em tempo real de trânsito, serviço de concierge e de alerta de manutenção de componentes e de colisão traseira. A versão de entrada, importada, custa R\$ 219 mil 950 e a topo de linha R\$ 269 mil 950.

RESULTADO DA RANDON

A Randon, que neste 2019 completa 70 anos, apresentou crescimento em seus negócios no ano passado e neste ano espera manter o ritmo de crescimento e retornar ao volume comercializado em 2013, quando vendeu 24 mil implementos rodoviários.

A receita líquida da Randon cresceu 45,1% no ano passado diante de 2017, chegando a R\$ 4,3 bilhões. A receita bruta chegou a R\$ 6 bilhões, 43,4% maior do

que a de 2017. O ebtida da empresa no ano passado foi de R\$ 559,8 milhões, expansão de 81,6% contra o ano anterior, e o lucro líquido chegou a R\$ 151,7 milhões, com margem líquida de 3,6%, ante R\$ 46,7 milhões com margem líquida de 1,6% na mesma base de comparação.

A Randon comprou uma série de empresas ligadas ao setor nos últimos dois anos, como a Fremax e a Jurid, o que ajudou nos números po-

sitivos, e investiu R\$ 335,1 milhões no ano passado – R\$ 137,4 milhões em manutenção e ampliação fabril e R\$ 197,6 milhões na compra da Fremax. A Divisão de autopeças foi a que registrou os melhores números e representou 50,8% da receita líquida, somando R\$ 2,2 bilhões, com o mercado interno puxando 72% das vendas e o resto do volume sendo comercializado para outros países.

Já a Divisão Montadora representou 45,3%

do total, R\$ 1,9 bilhão, com as vendas no Brasil chegando a 17 mil 79 unidades, crescimento de 69,5% na comparação com 2017. À Divisão de Serviços Financeiros correspondeu 3,8%. As exportações somaram R\$ 182,3 milhões no ano passado, crescimento de 17,3% sobre o ano anterior, e representaram 15,7% da receita líquida total, percentual um pouco menor do que o registrado em 2017, 16,8%.

ONIX GANHA STATUS GLOBAL

O Onix rompeu as barreiras da América do Sul e passará, em sua nova geração, a ser vendido em outros mercados do mundo, como o chinês. Mas não se tratam de novos destinos de exportação, vez que o nome do modelo Chevrolet líder em vendas na região somente será adotado em âmbito global.

A nova família global

de veículos da GM estreita ainda este ano na China. Serão cinco tipos de carrocerias em oito variantes regionais, oferecidos a quarenta diferentes países, incluindo América do Sul e México. Segundo a montadora, a equipe de engenheiros e designers da GM América do Sul exerceu importante protagonismo na concepção desta nova família.

NOVOS INVESTIMENTOS DA GM

A General Motors confirmou R\$ 10 bilhões em investimentos até 2024 para o desenvolvimento de novos produtos, dotados de mais tecnologia embarcada, que serão montados nas fábricas de São Caetano do Sul e de São José dos Campos, SP. Com este anúncio a empresa confirmou a continuidade operacional de suas fábricas no Estado de São Paulo.

C4 CACTUS NA ÁFRICA

Os Citroën C4 Cactus produzidos pelo Grupo PSA em Porto Real, RJ, circularão também nas ruas e estradas do continente africano. O programa de exportações para além do Oceano Atlântico, em volume ainda indefinido, deverá começar ainda este ano, de acordo com o presidente para a montadora para a América Latina, Patrice Lucas.



Divulgação/ZF

DELICH

Carlos Delich assume a presidência da ZF América do Sul. 59 anos, nascido na Argentina e cidadão australiano, graduado em Engenharia com MBA em Administração de Empresas pelo Instituto Universitário Aeronáutico da Argentina, além de pós-graduação em Gestão da Engenharia pela Universidade de Tecnologia de Queensland. Iniciou carreira na indústria automotiva em 1990 e chegou à ZF em 2001, via Sachs Argentina.

BRICIO

Wilson Bricio se aposenta da ZF após 17 anos de casa: começou em 2001. Formado em engenharia mecânica e pós-graduado em administração industrial na USP. Foi responsável pela integração de Sachs, Lemförder e posteriormente TRW.

CIACO

João Ciaco deixou a FCA, onde estava desde 2001 e respondia pela diretoria de brand marketing communication e presidência da Casa Fiat de Cultura. Para, segundo a empresa, se dedicar a novos projetos.



Divulgação/FCA

BATTAGLIA

Frederico Battaglia é o novo diretor de brand marketing communication da FCA para a América Latina. Engenheiro Mecânico formado pela Escola Politécnica da USP com mestrado em Gestão de Marketing pela Università degli Studi di Torino, na Itália, respondia até então pela diretoria comercial da Peugeot Brasil, onde antes foi diretor de marketing de 2011 a 2016. Hoje com 43 anos, iniciou sua carreira no então Fiat Group, em 2000.

SILVEIRA

O jornalista Fernão Silveira assumiu a presidência da Casa Fiat de Cultura – ele já ocupava posição na diretoria executiva. Sucede a João Ciaco e acumula o posto com a diretoria de comunicação corporativa e sustentabilidade para América Latina.

LAGE

Marco Antônio Lage assumiu a área de comunicação corporativa da Cemig, Companhia Energética de Minas Gerais. Assim volta a trabalhar com Cledorvino Belini, atual presidente da empresa: os dois são ex-Fiat.



Divulgação/Randon

RANDON

Daniel Randon (esq.) foi indicado para assumir a posição de CEO das Empresas Randon – hoje é vice-presidente da diretoria corporativa. Sucede a David Randon (dir.), CEO desde 2009 e apontado para presidente do Conselho de Administração. Alexandre Randon (centro) ocupará a vice-presidência. As mudanças serão confirmadas em 8 de maio, em reunião do Conselho. Daniel Randon tem 42 anos e é um dos cinco filhos de Raul Randon, fundador do grupo falecido em 2018.

RODRÍGUEZ

Guy Rodríguez foi promovido a Chairman da Nissan América Latina – até então vice-presidente de marketing e vendas da Nissan América Latina. Sucede a José Luis Valls, que foi nomeado Presidente e Chairman Nissan América do Norte. Está na Nissan desde 2017 e fez carreira na Ford. Ficará baseado na Cidade do México.

ST. ANGELO, INOUE

Steve St. Angelo, que ocupava o posto de CEO da Toyota para a América Latina e Caribe, se aposenta. Ele ingressou na Toyota North America após deixar a GM, em 2005, e estava no cargo desde março de 2013. Seu sucessor é Masahiro Inoue, até então gerente geral da divisão América Latina & Caribe e Vice-CEO. Está na Toyota desde 1987.

“Sou inocente.”

Carlos Ghosn, algumas horas antes de ser preso novamente no Japão

95 392 577

automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus foram produzidos no mundo no ano passado, segundo a Oica. Esse total representa

-1,2%

ante o total registrado em 2017, 96 593 625.

“Estamos habituados com esse negócio de crise. Lidamos bem com isso.”

Cristian Rodrigues Neto, CEO da Wega Motors, fabricante argentina de filtros e velas

5 792

foi o total de veículos leves produzidos na Ucrânia em 2018, segundo a Oica. E assim o país segurou a lanterna do ranking mundial de fabricantes

20
meses

é o tempo encurtado de expectativa de vida de crianças nascidas hoje, em média, devido à poluição atmosférica. A conclusão é do estudo State of the Global Air 2019, elaborado nos Estados Unidos.

1,98%

é a nova previsão do Banco Central para o crescimento do PIB brasileiro em 2019.

2,57%

era a previsão do mesmo Banco Central no início do ano.

“O DNIT tem R\$ 54 bilhões em empreendimentos contratados para um orçamento de R\$ 6 bilhões e mais R\$ 2 bilhões contingenciados.”

Tarcísio Gomes de Freitas, ministro da Infraestrutura, sobre a situação do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes



Financiamento de Veículos Itaú. O seu negócio é vender, o nosso é acelerar junto.

O Itaú oferece diversos benefícios para ajudar você a rentabilizar o seu negócio: precificação por cliente, Troca Certa e financiamento de serviços e acessórios. São soluções para ajudar você a vender mais e aumentar a satisfação dos seus clientes.

Para saber mais, fale com um
representante Itaú na sua região.

Nosso negócio é viabilizar o seu.



TODA EVOLUÇÃO VEM ACOMPANHADA DE UMA REVOLUÇÃO.



NOVA GERAÇÃO DE CAMINHÕES SCANIA.

A Scania fez uma revolução completa em sua linha de caminhões, com novos veículos sob medida que permitem até 12% de economia de combustível e serviços conectados que otimizam a disponibilidade dos veículos e reduzem os custos de manutenção.

São soluções que aumentam a rentabilidade da sua operação e contribuem para nossa missão de transformar o sistema de transporte em um modelo mais sustentável para os negócios, as pessoas e o meio ambiente.

Você é nosso convidado para participar dessa grande mudança no mundo do transporte, feita para o único negócio que importa. O seu.

make.



EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Até 12% de
economia de
combustível



TRANSPORTE INTELIGENTE

Até 16% de
redução no custo
de manutenção



SOLUÇÕES SCANIA

Soluções pensadas
de acordo com
o seu negócio

