

Auto**D**ata

Ano 24 | Março 2016 | Edição 319

From the Top
Philipp Schiemer

Indústria
Novo mapa

Lançamento
Gol mais conectado

Novos destinos

Fabricantes de veículos, motores e autopeças em geral diversificam ações na área externa e cruzam o Atlântico em busca de diversificação dos negócios, além de investir em aumento das vendas na América Latina

HONDA

The Power of Dreams



O PODER DE UM SONHO É **TRANSFORMADOR**

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



20 | Capa

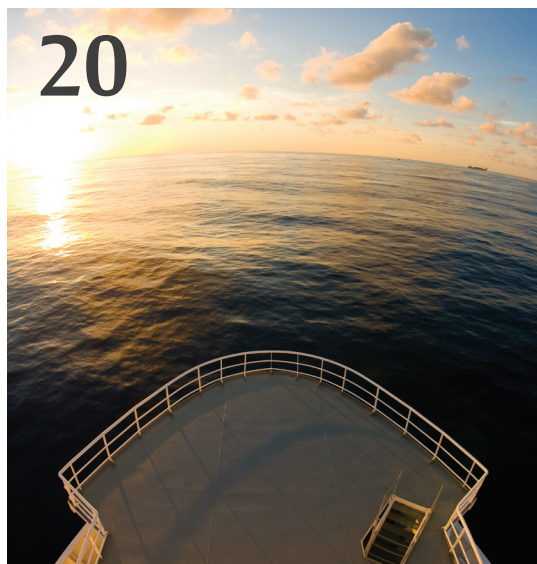
As exportações ganharam mais força nos planos estratégicos de montadoras e fornecedores, que investem agora em novos mercados no Oriente Médio, África e Europa. O movimento beneficia também operadores logísticos.

28 | Máquinas

Representantes do segmento de máquinas agrícolas esperam pelo menos empatar os números de 2015, apesar da estimativa de mais uma safra recorde. Para os de construção, a reação virá só em 2017.

32 | Lançamento

Gol e Voyage ficaram mais equipados para preservar as vendas enquanto a Volkswagen trabalha no desenvolvimento da nova família de entrada sobre a plataforma MQB Zero.



©iStockphoto.com/leofrancini



Divulgação/VW



Divulgação/Fiat

36 | Lançamento

A geração 7 do Golf marca nova fase da Volkswagen na fábrica de São José dos Pinhais. PR: é o primeiro produzido aqui sob o conceito global da empresa de produção modular.

40 | Lançamento

Depois de introduzida no mercado interno, a FCA prepara terreno para iniciar as exportações da picape Toro até meados do ano para países da América do Sul.

44 | Indústria

Nos últimos anos o mapa produtivo do setor automotivo se espalhou por todo o País e, apesar da dura realidade do mercado atual, o ano também será marcado pela abertura de novas fábricas.

06 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

10 | From the Top

Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil

48 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

50 | Artigo

Ingo Pelikan, do IQA

AutoData Editora

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Conselho Editorial

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

Redação

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

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: ©iStockphoto.com/leofrancini

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900 Paulo Fagundes

Comercial e Publicidade

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

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

Vera Lúcia Cunha, diretora adjunta, Ana Lúcia N Handro, Hidelbrando C de Oliveira, Márcio Dourado Silva e Thelma Melkunas

Apoio

Cirléia R Costa, Gilberto S Santos (1974 – 2000), Maria Aparecida de Souza, Maria Elza C Neves, Simone R Costa

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISSN 1415-7756

AutoData é publicação da AutoData Editora Ltda., Rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil, tel. PABX 55 11 5096 2957. É proibida a reprodução sem prévia autorização, mas permitida a citação desde que identificada a fonte.

Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPESP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Trilha comum

Em período de tantas incertezas nas áreas econômica e política, sem qualquer clareza quanto aos rumos do País até mesmo no curto prazo, uma das poucas áreas que destoa favoravelmente no cenário automotivo é a das exportações, tema de capa desta nossa edição.

Não que não haja dificuldades também em relação a esse negócio, mas tanto montadoras como fornecedores montaram uma verdadeira força-tarefa em busca da ampliação das vendas na região e, principalmente, em novos mercados, sendo África do Sul, Oriente Médio e Rússia alguns dos novos destinos de nossos veículos, peças e motores.

A edição mostra ainda as dificuldades no segmento de máquinas agrícolas e de construção, as estratégias da Volkswagen para recuperar ao menos em parte a participação perdida nos últimos anos e o novo mapa da indústria automobilística com as novas fábricas que estão sendo inauguradas no País mesmo em meio à crise econômica.

Uma delas, a de automóveis da Mercedes-Benz, abre as portas neste mês de março em Iracemápolis, SP. Pormenores do projeto são revelados em nosso From the Top com o presidente da empresa no Brasil, Philipp Schiemer, que não esconde a decepção com o momento pelo qual passa o País: “Quando mais cedo vierem as reformas, menor será a dor”.

AD

Alzira Rodrigues | editora
alzira@autodata.com.br

Dupla nova

O segmento de SUV seguirá como grande fião da Mercedes-Benz neste ano. Tanto que a marca lançou duas novíssimas opções: os GLC 250 4Matic e o GLE 400 4Matic Coupé. Importados, os novos SUVs, mais do que ampliar a oferta, sinalizam a disposição da montadora para se estabelecer como líder nessa faixa de mercado. Dos cerca de 17,5 mil veículos Mercedes-Benz vendidos no Brasil em 2015, mais de 30% eram SUVs.

Dois

A General Motors voltou a produzir em dois turnos a picape S10 em São José dos Campos, SP.

BMW

O alemão Carsten Stoecker assumiu a vice-presidência sênior da fábrica da BMW em Araquari, SC, em substituição ao Gerald Degen, que ocupou o cargo nos últimos três anos.

Lifan

A Lifan pode manter parada sua fábrica em San José, no Uruguai, por todo o primeiro semestre. A fábrica possui duas linhas: de motores, paralisada desde outubro, e a de veículos, que parou no fim do ano. A previsão inicial era retomar a produção a partir de março, decisão que deve ser revista caso as projeções não se alterem.

Coxins

A Cooper Standard investirá R\$ 20 milhões para instalar nova linha de coxins dentro de sua fábrica em Atibaia, SP.

Das fora

O lançamento do Gol e Voyage marca uma nova era no marketing da Volkswagen do Brasil. A assinatura Das Auto, que acompanha o logo da companhia nas campanhas nacionais desde 2007, foi abandonada. Não foi, concluíram executivos das montadoras, bem aceito pelos brasileiros.



A Volare apresentou o Cinco, seu novo conceito de ônibus, incomum ao mercado brasileiro. Em vez de montar a carroceria sobre o chassi, a empresa desenvolveu a primeira para, a partir dela, conceber o segundo. Com isso a Volare passa a ser também uma fabricante de chassi de ônibus. O novo produto será produzido na fábrica de São Mateus, ES, recentemente inaugurada. Ocupará linha de montagem separada das demais, que continuarão com chassis Agrale e Mercedes-Benz. A carroceria Cinco é colocada sobre um chassi de 5 toneladas e pode transportar de treze a vinte passageiros.



50 ANOS
VOLVO
CAMINHÕES
1966 2016
ARTICULADOS

FOMOS OS PRIMEIROS CONTINUAMOS LIDERANDO

Há 50 anos, o primeiro caminhão articulado do mundo saiu da linha de produção da Volvo em Braås, na Suécia. Carinhosamente conhecido como "Gravel Charlie", essa máquina seria o primeiro passo de uma jornada de 50 anos que testemunhou os caminhões da Volvo transformarem operações de terraplanagem e transporte na indústria da construção. Cinquenta anos mais tarde, a linha de caminhões articulados Volvo continua liderando o caminho.

www.volvoce.com



VolvoCELAM



@VolvoCEGlobal



facebook.com/volvocebrasil

Volvo Construction Equipment



Preferidos 1

A revista TranspoData entregou o Prêmio Top Of Mind do Transporte 2016 para os vencedores de dezoito categorias, indicados por 2 mil caminhoneiros em consulta do Truckpad, aplicativo para busca de frete que já conta com mais de 300 mil participantes. A apuração foi realizada pela IPSOS, empresa de pesquisa e estudos de mercado. Para validação da mostra, foram analisadas as distribuições por região de moradia do motorista e a marca do seu caminhão, confrontando-se os resultados amostrais com aqueles encontrados no universo pesquisado.

Preferidos 2

Os vencedores foram: Scania (Marca de Caminhão), Volvo FH (Caminhão Pesado), Mercedes-Benz Atego (Caminhão Semipesado), Volkswagen Titan (Caminhão Médio), Iveco Daily (Caminhão Leve), Randon (Carreta), Vinilona/Sansuy (Lona) Michelin (Pneu), Petrobras (Combustível e óleo lubrificante), Scania (Rede de Concessionárias), Codema (Concessionária), Cummins (Motor), ZF (Caixa de câmbio) Porto Seguro (Empresa de seguro) Pamcard (Cartão para pagamento de frete), Bradesco (Banco), TIM (Operadora de celular)

Fechou!

A Comil fechou as portas de sua fábrica em Lorena, SP, inaugurada há apenas dois anos e na qual produzia modelos urbanos. Em nota, a empresa afirma que “a paralisação das atividades é necessária devido à crise sem precedentes do mercado do ônibus” e que “está envidando todos os esforços para minimizar os impactos decorrentes da decisão e garantir o cumprimento de todos os deveres trabalhistas e sociais”.

Off

Diferente

Conhecida pelos eventos marcantes que organiza para apresentar seus produtos, a Fiat, digamos, tirou o pé desse estilo no caso da Toro. A picape, inédita na linha e por isso cercada de muita expectativa, foi apresentada em Campinas, SP, para espanto de muitos convidados. O que eles não sabem: poucos meses antes a festa estava definida para a Bahia, destino depois vetado pelo comando da empresa.

Nomes

Holger Rust deu lugar a Nilton Junior na vice-presidência de recursos humanos da Volkswagen brasileira. A empresa anunciou também mudança na vice-presidência de operações: Antonio Pires sucede ao alemão Otto Joos.

Tudo junto

A Randon Implementos concentrou toda a produção de sua linha leve na fábrica de Guarulhos, SP. As outras três linhas que eram ali fabricadas foram transferidas: a de semirreboques sider e canavieiro para Caxias do Sul, RS, e a de furgões carga geral para Chapecó, SC, onde também são produzidos implementos frigoríficos.

Arteb

Uma dívida de pelo menos R\$ 70 milhões levou a Arteb ao pedido de recuperação judicial, garante o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, que relaciona como demitidos 370 dos 1,4 mil funcionários da empresa, que não se manifestou sobre as medidas.

Pior que 2007

Os 302 mil automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus vendidos no mercado brasileiro em janeiro e fevereiro representam o pior desempenho para o primeiro bimestre desde 2007, quando os consumidores locais adquiriram 299,7 mil veículos. Os dados divulgados pela Fenabrave apontaram retração de 31,3% no comparativo com o mesmo período de 2015.

Líder

Com 23 mil emplacamentos no bimestre o Chevrolet Onix confirma posição de líder no ranking nacional conquistada em 2015.

LIGHT



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

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.



From the Top

Que decepção!

Entrevista a Alzira Rodrigues, Décio Costa e S Stéfani | redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

Em meio a uma das piores crises já vividas pelo setor automotivo brasileiro a Mercedes-Benz inaugura agora em março, dia 23, sua fábrica de automóveis em Iracemápolis, no Interior paulista, onde produzirá os modelos Classe C e GLA, inicialmente com quatrocentos funcionários, dos quais cinquenta provenientes de São Bernardo do Campo.

Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz no Brasil, reconhece que o momento é difícil e que o clima hoje não é de festa, mas diz que isso faz parte do jogo: “Estamos aqui há

sessenta anos e pensamos sempre no longo prazo”.

Ele não esconde, no entanto, a decepção dos dirigentes da companhia com o País, admitindo que as conversas com a matriz não estão fáceis.

“A Daimler e a Mercedes-Benz têm muito carinho pelo Brasil, tem muita gente no alto comando que já trabalhou por aqui. Há, assim, uma simpatia pelo Brasil dentro do grupo, mas hoje existe também uma decepção. Tudo que parecia estar dando certo em pouco tempo foi jogado no lixo. Voltamos à produção de 2006 com preços de

Euro 3 e custos de 2016. A resignação aqui é grande”.

Schiemer acredita, porém, que ainda dá tempo de reagir. Diz que o Brasil não vai desaparecer do mapa, vai ser o celeiro do mundo. “E espero que a Lava Jato no longo prazo tenha efeito muito positivo. Espero que daqui a dez anos tenhamos novamente uma situação de transparência. Quanto mais depressa a sociedade brasileira tomar consciência da gravidade da situação, mais depressa se dará o início do processo de mudanças. Quanto mais cedo vierem as reformas, menor será a dor”

Tudo que parecia estar dando certo em pouco tempo foi jogado no lixo. Voltamos à produção de 2006 com preços de Euro 3 e custos de 2016. A resignação aqui é grande.

Como é inaugurar uma fábrica, a de automóveis, num momento recessivo como o atual?

Sem dúvida a inauguração ocorre em um momento difícil, mas a Mercedes-Benz está aqui há sessenta anos e pensamos sempre no longo prazo. 2015 foi um ano bom para a marca no segmento de automóveis, vendemos 18 mil unidades, com crescimento de 45%. Batemos nosso recorde.

E quais são as projeções para 2016?

O mercado de luxo está mais difícil neste início de ano do que em 2015. Mas não registra queda tão acentuada como os demais segmentos. O potencial de vendas para esse tipo de veículo se mantém.

Qual é a capacidade da fábrica de Iracemápolis?

A fábrica tem capacidade para 20 mil

unidades por ano, volume que pode subir com a introdução de mais turnos. Quando o mercado se estabilizar poderemos ter uma oferta maior, vender mais do que isso. É claro que gostaríamos de estar inaugurando a fábrica em clima de festa, o que não existe hoje no País. Mas construímos a unidade em tempo recorde e tudo isso faz parte do jogo.

Houve alteração no programa de investimento?

A primeira parte do investimento já foi feita e obviamente vamos reavaliar novos planos de expansão. Todos os novos investimentos hoje, como todos os gastos, são analisados com muito mais cautela.

Qual é o índice de nacionalização dos modelos a serem produzidos em Iracemápolis?



A fábrica de Iracemápolis também favoreceu o processo de expansão da rede

Vamos começar com o Classe C e depois vem o GLA. O índice de nacionalização irá subir ao longo do tempo. Em meados do ano, por exemplo, vamos inaugurar a área de pintura. Não posso especificar números relativos ao processo de localização, mas estamos dentro das exigências do Inovar-Auto.

Como foram as negociações com os fornecedores?

Diante do quadro atual o fornecedor olha o investimento com mais cautela, o que, certamente, torna as discussões mais complexas. De certa maneira o câmbio favorece a nacionalização, mas como está todo mundo em situação financeira delicada fica mais difícil negociar novos investimentos. Ajuda, em contrapartida, o fato de todos os

fornecedores da Mercedes-Benz lá fora estarem instalados aqui, muitos deles em São Paulo ou nas proximidades.

A empresa tem hoje excesso de 2 mil funcionários em São Bernardo do Campo. Foram oferecidas vagas para alguns em Iracemápolis?

Vamos iniciar nossas operações lá com cerca de quatrocentos funcionários. Há uma distância grande de São Bernardo a Iracemápolis e os salários lá são diferentes dos daqui. Não é fácil para quem vive aqui ir para lá. Mas todas as vagas foram oferecidas e cerca de cinquenta pessoas estão indo do ABC para o Interior. Também há gente de Juiz de Fora [MG] que está sendo transferida. Muitos dos que migraram ocupam funções mais qualificadas, mas para nós é importante ter mão de obra da região.

No que a produção local favorece a venda dos automóveis da marca?

Oferece mais confiança ao consumidor. Ao fabricar um modelo aqui fica claro que ele não deixará de ser oferecido de um momento para outro. A planta também favoreceu o processo de expansão da rede. Hoje temos cinquenta concessionárias, há dois anos tínhamos trinta.

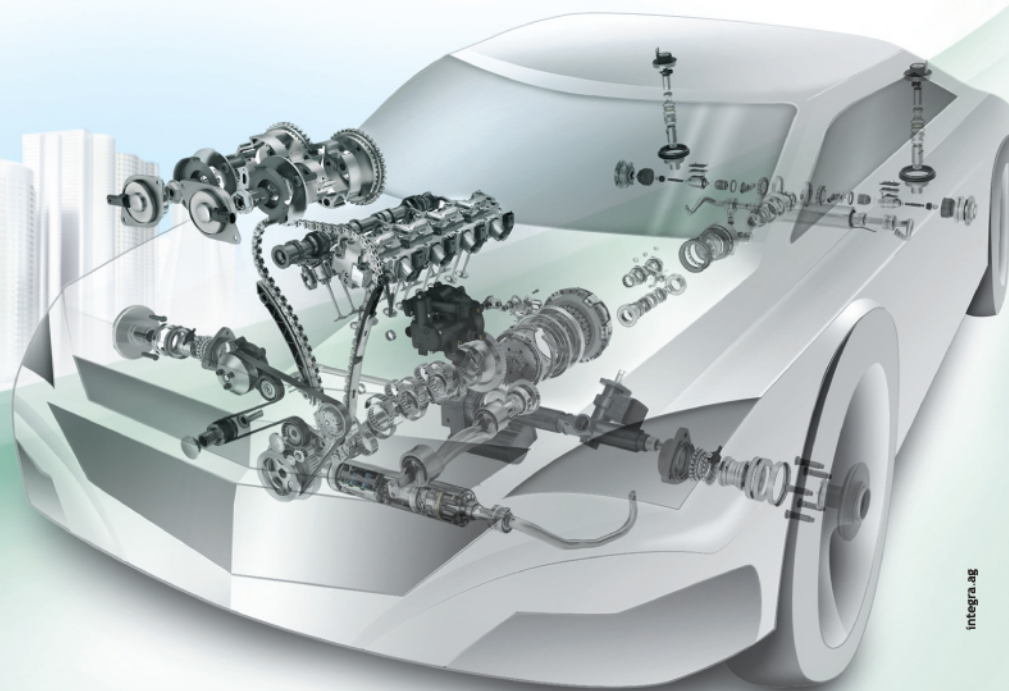
Muda alguma coisa na estrutura comercial da empresa?

Há muito tempo mantemos estruturas separadas por unidade de negócios, ou seja, caminhões e ônibus, vans e automóveis. O que mudou agora é que fortalecemos a unidade

MOBILITY

for

TOMORROW



Integra.ag

Schaeffler, atitudes

para o amanhã

A Schaeffler desenvolve soluções completas para motor, transmissão e chassi que atendem às necessidades de inovação do mercado global. Porém, seu trabalho vem sendo realizado de uma forma ainda mais abrangente, baseado no conceito global da empresa *Mobility for Tomorrow*. O principal objetivo é garantir o bem-estar das pessoas, superando desafios como eletrificação de componentes, redução de consumo e emissões, aumento de performance e conforto ao dirigir. Com produtos de alta qualidade a Schaeffler segue rumo a mobilidade do amanhã.

EMPRESA PARCEIRA



Para conhecer melhor
nossos produtos e
tecnologias, acesse:
www.schaeffler.com.br

Faça revisões em seu
veículo regularmente



FAG

SCHAEFFLER

de automóveis, que passa a ser responsável por toda a América Latina. Nossa participação no segmento de luxo sempre foi boa, só perdemos a liderança um tempo atrás por causa da falta de produtos.

Qual é a projeção para o mercado de luxo este ano?

No planejamento feito em outubro achamos que seria estável. Hoje acreditamos que haverá queda. Qualquer negócio não pode ser isolado da situação vigente no País. O ambiente de negócios está deteriorando a cada dia e a decisão de comprar um carro de luxo não envolve apenas ter dinheiro. Tem de ter a vontade de comprar. E as pessoas estão adiando decisões nesse sentido.

Vamos falar um pouco dos pesados.

O mercado cai mais este ano?

Estamos enfrentando a pior crise desde que a Mercedes-Benz se instalou aqui. Queda de 50% em caminhões no ano passado e de 40% em ônibus. E este ano vai cair mais. O ano começou difícil e não há nenhum sinal de melhora mesmo no segmento de ônibus, que deveria ser beneficiado por ser período eleitoral. As tarifas estão baixas e o programa Caminho da Escola acabou. Só vemos certa renovação em rodoviários, mas é um segmento muito pequeno.

E no caso dos caminhões?

A agricultura vai bem, mas tem muita influência do clima negativo nos negócios. A indústria está mal,

ninguém quer expandir frota. Utiliza-se o caminhão disponível, mesmo que não seja o ideal para determinado tipo de serviço. Tem caminhão sobrando no mercado. O transportador tem pressão forte de custos e não consegue repassar. Está pior que 2015. Acredito em mercado de 60 mil caminhões contra os 71 mil do ano passado.

Porquê?

O problema é a política econômica atual, totalmente fracassada e sem indícios de mudanças. Tivemos agora uma terceira agência rebaixando o País no grau de investimento. Tudo o que a gente aprende na teoria que pode prejudicar uma economia é uma verdade hoje aqui.

Já chegamos ao fundo do poço?

Quem trabalha há muito tempo no mercado sabe que só se está no fundo do poço quando se chega lá. Gostaria de falar que vai melhorar, mas ainda não vejo nenhum argumento na mesa que possa indicar isso. Os investimentos visam quatro a cinco anos para frente, hoje ninguém sabe o que vai acontecer amanhã.

Não há qualquer previsão, então, sobre a retomada?

O que sabemos é que o Brasil sempre tem reação rápida e que temos fundamentos para uma hora voltar a crescer. Mas é preciso mudar muita coisa antes de haver a retomada.

Como está a situação dos empregados em São Bernardo?

Adotamos o PPE, com redução de





O ambiente de negócios está deteriorando a cada dia e a decisão de comprar um carro de luxo não envolve apenas ter dinheiro

20% da jornada, e temos 1,5 mil funcionários em licença remunerada por tempo indeterminado. Temos acordo de estabilidade por causa do PPE, mas estamos reavaliando a situação mês a mês. Vínhamos trabalhando dois dias por semana, com produção diária de 250 veículos, e agora queremos produzir menos por dia em mais dias.

Como está a questão do financiamento?

Agora não tem mais o Finame PSI e sim o TJLP. O problema é que a inadimplência subiu e os bancos ficaram ainda mais seletivos.

Quem ainda está comprando caminhão?

Alguns segmentos vão bem, como o químico/petroquímico, com empresas em situação mais saudável que a média. Tem ainda o setor canavieiro, favorecido pela alta do açúcar, o de celulose, beneficiado pelas exportações, e o frigorificado, que está relativamente bem.

Com estão as exportações da Mercedes-Benz?

Nosso maior mercado é o da Argentina, onde o ambiente melhorou, mas ainda com um período de recessão pela frente. Só acreditamos em retomada lá no segundo semestre se as reformas prometidas forem introduzidas. Já a Venezuela acabou. Quanto aos outros países da América Latina, Equador, Chile e Peru caíram no ano passado e agora se estabilizaram.

Estamos voltando nossos olhos para o Oriente Médio, como a Arábia Saudita, por exemplo, e África, em especial o Egito.

Está mais fácil exportar?

O Brasil não ajuda muito. Carregamos 8% a 9% de impostos agregados na cadeia que encarecem o produto e faltam acordos bilaterais. O custo logístico aqui é cinco vez maior do que o da Alemanha e dos Estados Unidos. Nossa situação só melhorou por causa do câmbio e porque nós [Mercedes-Benz] ficamos mais eficientes.

As conversas com a matriz estão mais difíceis?

Realmente não estão fáceis. A Daimler e a Mercedes-Benz têm muito carinho pelo Brasil, tem muita gente no alto comando que já trabalhou por aqui. Há uma simpatia pelo Brasil dentro do grupo, mas hoje existe uma decepção muito grande pelo País. Tudo que parecia estar dando certo em pouco tempo foi jogado no lixo. Voltamos à produção de 2006 com preços de Euro 3 e custos de 2016. A resignação aqui é grande.

Tem gente falando em queda do PIB de 5% este ano...

A verdade é que perdemos 2014 e 2015 e vamos perder 2016. Estamos trabalhando com previsão de queda de 3% a 4% do PIB. O Brasil vai empobrecer em real 10% em três anos, de 2014 a 2016. É um desastre total. Isso me deixa muito triste, até porque o que está acontecendo é por falta de

From the Top

competência. Vai demorar muito para o País recuperar o que está perdendo. Em 2020, quem sabe, voltamos ao nível de riqueza de 2013.

Como o senhor avalia a atual crise?

Há um desequilíbrio fiscal muito grande. Quando não há crise isso pode não ser problema. A gente sabe que a economia, em todo o mundo, é cíclica. O consumo uma hora satura. E quando começa a cair começam a surgir dificuldades. Gera desconfiança, as contas não fecham. Daí tem de imprimir mais dinheiro, vem a inflação. No Brasil o quadro foi agravado com o problema da corrupção, que tornou tudo mais difícil.

Como o senhor enxerga o Brasil daqui a dez anos?

Ainda dá tempo de reagir. O Brasil não vai desaparecer do mapa, vai ser o celeiro do mundo. Temos mineração e riquezas naturais. E espero que em longo prazo a Lava Jato tenha efeito muito positivo. Quanto mais depressa a sociedade brasileira tomar consciência da gravidade da situação, mais rápido se dará o início do processo de mudanças. Quanto mais cedo vierem as reformas, menor será a dor.

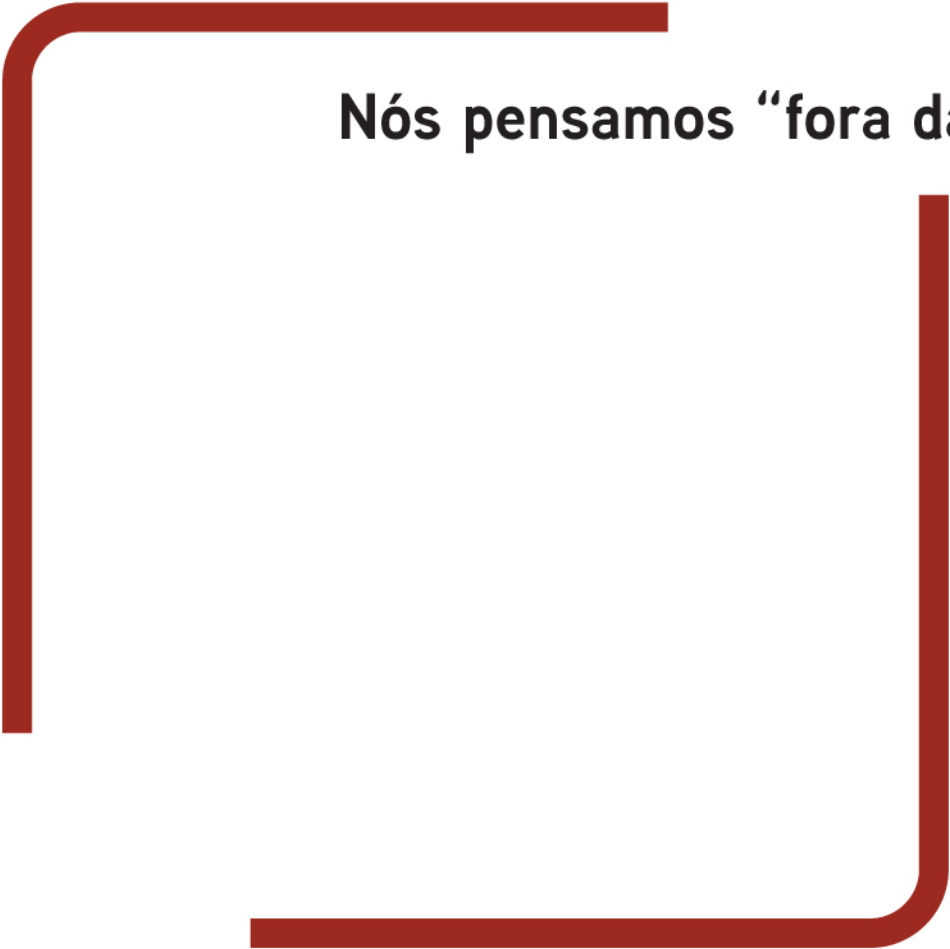
Como será a comemoração dos 60 anos de Brasil?

De maneira mais comedida por causa do momento. Teremos eventos com fornecedores, funcionários, potenciais compradores da África e do Oriente Médio, um dia com os aposentados e um show de talentos.

AD

“ O Brasil vai empobrecer 10% em três anos, de 2014 a 2016. É um desastre total. ”





Nós pensamos “fora da caixa”!

A criatividade e inovação são fundamentais em tempos de crise.
Por isso, estamos sempre à frente, superando obstáculos,
enxergando oportunidades e criando novas idéias.

**Truck Bus Rubber Parts - líder de mercado no desenvolvimento
e produção de soluções de antivibração e vedação**

AutoData Seminários

Temporada

2016

de eventos
de informação

21/03 - Seminário Compras Automotivas - SP



18/04 - Workshop Ônibus - SP



17/05 - 1º Congresso Automotivo Brasil x Argentina



23/05 - Workshop Veículos Premium - SP



13/06 - Seminário Revisão das Perspectivas 2016 - SP



25/07 - Workshop Caminhões – SP



29/08 - Fórum Paraná - Curitiba - PR



28/09 - Fórum Rio Grande do Sul - Caxias do Sul - RS



17 e 18/10 - Congresso Perspectivas 2017 - SP



07/11 - Fórum Minas Gerais - Belo Horizonte - MG



Informações e inscrições antecipadas:
seminarios@autodata.com.br
11 5189-8900

Em contraste com o ainda de-saquecido mercado interno as exportações continuam deslan- chando. Das seis empresas participan- tes do Workshop Exportação – A nova fronteira da expansão, promovido pela AutoData no início de fevereiro, todas prevêem crescimento este ano, a maioria na casa de dois dígitos. Tanto montadoras quanto fornecedores já conquistaram ou estão em vias de acertar novos mercados, expandindo negócios para outros continentes, incluindo países do Oriente Médio, África e mesmo Europa.

A Scania, por exemplo, quer crescer mais de 30% este ano, atingindo US\$ 1 bilhão em exportações, e produzirá no Brasil caminhões com motor Euro 6, ainda não obrigatórios por aqui, para conquistar mercados nos quais a legislação de emissão de poluentes já é mais evoluída. A MWM aproveitou o evento para anunciar que acabara de fechar venda de 2,5 mil motores para a Coreia do Sul, que começarão a ser produzidos em junho. A Marcopolo formou uma força-tarefa em 2015, mapeando quarenta mercados potenciais, e espera colher resultados desse trabalho ainda em 2016.

Com exportação de US\$ 756 milhões em 2015, a Scania consolidou-se como a maior exportadora de caminhões e ônibus do Brasil. Fábio Castello, vice-presidente de Logística, informou que a participação das exportações nos negócios da empresa cresceu de 15% em 2013 para 60% no ano passado: “Há três anos atendíamos só oito mercados da América La-



Cruzando o Atlântico

Montadoras e fornecedores investem em novos mercados e ampliam negócios além da América Latina

Michele Loureiro | redacaoad@autodata.com.br



Simão Salomão

tina e agora são 22 destinos, incluindo Oriente Médio, Rússia e África do Sul”.

Esse crescimento, de acordo com Castello, reflete política mundial da montadora de integração de mercados. Filiais que enfrentam problemas no âmbito interno são recrutadas para atender novos países no Exterior. E é justamente para ampliar ainda mais seus horizontes que a empresa produzirá aqui o motor Euro 6, já obrigatório em países da Europa, Japão e Austrália,

O executivo revelou ainda que desde 1980 a empresa possui o conceito de modularização, o que faz com que os produtos fabricados aqui sejam idênticos aos feitos na Suécia. Mas, segundo ele, ainda há uma espécie de preconceito com os caminhões nacio-

nais: “Alguns mercados, como o Oriente Médio, querem descontos na hora de comprar o produto brasileiro e esta subjetividade acaba atrapalhando o negócio. Eles ainda associam o país ao samba, carnaval e pouca seriedade”.

Outro problema enfrentado para ampliar embarques é o logístico. Um produto brasileiro pode levar até três semanas para chegar na Europa com um frete de US\$ 15 mil. “Em alguns casos tais fatores são decisivos para a escolha de outros mercados como fonte de exportação”, diz Castello.

DOIS DÍGITOS — Também a MAN Latin America, Volkswagen e Marcopolo projetam aumento das exportações na casa de dois dígitos. Todas elas querem crescer pelo menos 20% este ano e colocam mercados como Oriente Médio e África do Sul em suas listas de prioridade. Assim como acontece na Scania, também na MAN o custo do frete tem peso na hora de definição de novos mercados. “Em alguns casos vale a pena tentar um consórcio modular, como estamos analisando na África”, informou Marcos Forgioni, vice-presidente de vendas e marketing internacional da empresa, destacando que a definição de potenciais mercados também envolve itens como emissão, altitude e temperatura.

Atualmente, de acordo com Max Frik, gerente de exportação da Volkswagen, a prioridade é atender mercados que consumam produtos similares aos brasileiros: “Os aportes em engenharia para realizar adaptações nos produtos estão praticamente

parados. Não adianta, assim, sugerir a exportação em mercados onde a direção é do lado direito, por exemplo. Nem para lugares onde há necessidades de adaptação da refrigeração dos veículos, ou de normas de emissão e segurança. O desafio é fazer mais volume com menos investimento”.

Justamente para encontrar esses mercados mais similares ao nosso é que a Marcopolo resolveu mapear potenciais clientes com exigências similares às brasileiras, “Pegamos o mapa do mundo e analisamos tudo. Encontramos quarenta mercados potenciais e neste ano devemos colher os resultados”, disse Ricardo Portolan, gerente de exportação da Marcopolo. Na lista, estão muitos países do Oriente Médio e continente africano.

ADAPTAÇÕES — A MWM fechou a venda de 2,5 mil motores diesel para a Coreia do Sul após negociações que se estenderam por um ano e meio. Thomas Püschel, diretor de vendas e marketing, motores e peças da MWM, informou que para a nova demanda coreana a empresa terá de fazer ajustes de calibração no produto.

Haverá ainda uma série de treinamentos para desmontagem e montagem do motor no Brasil e na Coreia do Sul para que não haja nenhuma dúvida sobre o produto. “Já estamos estruturando um trabalho de pós-venda, pois a reputação do produto é fundamental para que haja novos negócios”. As exportações da MWM cresceram 30% em 2015 e a previsão é de nova alta de 10% a 15% neste ano. Para alcançar

Balanço positivo



O presidente da Anfavea, Luiz Moan, afirmou no workshop sobre exportações promovido pela AutoData que o governo federal já colocou em prática grande parte das medidas solicitadas pela indústria automotiva para fomentar os negócios externos: “Das 56 sugestões, nem sempre da forma integral como nós sugerimos, cerca de 70% já foram colocadas em prática”.

Segundo Moan, ações como o Portal do Comércio Exterior, o novo sistema de drawback e vários acordos de comércio foram oriundas do trabalho encaminhado pela Anfavea. Ele lembrou que as exportações de veículos expandiram-se em 25%, no ano passado, com 417,3 mil unidades embarcadas, destacando que para este ano a expectativa é de avanço de 8,1%.

“A Argentina ainda é nosso destino principal e enquanto o mercado doméstico deles caiu 6% nós conse-

guimos aumentar as exportações em 5,5%. Para outros países a expansão foi ainda mais expressiva”, comentou Moan, citando altas de 75% para o México, 63% para o Peru e 83% para o Chile. “Ainda temos algumas dificuldades mercadológicas para inserir nossos produtos nos mercados exteriores, pois há um custo alto de engenharia para isso, mas estamos trabalhando para ajustar esse movimento.”

De acordo com o presidente da Anfavea, o processo produtivo das montadoras está se ajustando e as exportações colaboram para isso: “Da porteira para dentro nós estamos bem. Em termos de custos fixos ainda temos algumas dificuldades por causa da queda de escala e isso significa que no momento que a produção der um sinal positivo estaremos estruturados para retornar à lucratividade que perdemos nos últimos dois ou três anos”.

a meta a MWM aposta em mercados pouco tradicionais, como Indonésia, Turquia e Egito. Para este último país, apenas em 2015 foram exportados 4,1 mil motores, alta de 21% ante 2014.

Outra grande exportadora dentre os fornecedores brasileiros é a Fras-le, que mantém fábricas também na China e Estados Unidos, além de ter centros de distribuição em outras três localidades e escritórios comerciais em seis pontos do mundo. A Fras-le espera alta de 8% nas exportações em 2016 e, apesar do câmbio favorável, o diretor Ricardo Reimer acredita que os custos também devem aumentar: “A situação é confortável nesse momento, mas aço, produtos químicos e outros insumos taxados em dólar virão correndo atrás, por isso a preocupação e o planejamento devem ser dobrados”.

A seu favor a Fras-le tem o portfólio. Fabricante de freios, o mercado de reposição é fonte de 80% de suas vendas. “Trabalhamos com um item de segurança que requer substituição constante e isso nos dá uma posição mais estável, mas estamos sempre em busca de aperfeiçoamento e novos mercados”, disse Reimer.

Para finalizar o Workshop Exportação — A nova fronteira da expansão, realizado dia 3 de fevereiro na sede da KPMG em São Paulo, três especialistas da consultoria nas áreas de impostos, logística e estratégia, que estão constantemente em contato com as montadoras, falaram sobre questões amplas da economia e da constante revisão dos custos para superar o momento de redução dos investimentos. **AD**

**Cuide dos seus bens mais preciosos.
Controle de estabilidade ESP® salva vidas.
Até 80% menos acidentes por derrapagem.**



O Programa Eletrônico de Estabilidade (ESP®) evita a derrapagem: mantém seu veículo estável e reduz o risco de perda de controle da direção. Desenvolvido pela Bosch especialmente para veículos de passeio, o ESP® é considerado por especialistas como a maior invenção para a segurança veicular após o cinto de segurança. Tendo sua efetividade comprovada na redução de mortes e feridos em acidentes de trânsito, o ESP® tem se tornado equipamento padrão em veículos no mundo todo.

**Da tecnologia e serviços de engenharia à produção em série.
Bosch, sua parceria para o presente e futuro da mobilidade.**

Saiba mais: www.bosch.com.br



BOSCH
Tecnologia para a vida



Bosch Brasil



Bosch Brasil



Faça revisões em seu veículo regularmente

Saída oportuna

Aumento das exportações automotivas equilibra os negócios logísticos com a queda nas importações

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Diante de um quadro econômico adverso, no qual a falta de confiança ou mesmo de recursos travam as vendas do mercado brasileiro, o setor automotivo bate na porta das exportações. Além de se tratar de um movimento em busca de uma saída na tentativa de equilibrar as contas e preservar certo ritmo no chão das fábricas de veículos, impulsiona o setor logístico que encontra aí novas oportunidades.

“Há projetos em andamento e alguns crescimentos pontuais para alguns modelos”, revela Vinícius Falcão, diretor de desenvolvimento de negócios da Ceva Logistics. “Começamos a ver maior demanda, por exemplo, para a Colômbia.”

O cenário percebido por Falcão é refletido no desempenho das remessas das fabricantes de veículos e de componentes no ano passado. Em 2015 as exportações de veículos cresceram 25% sobre 2014, para 417,3 mil unidades embarcadas, enquanto o déficit da balança comercial do segmento de autopeças registrou redução de 37,8% ante 2014, em US\$ 5,6 bilhões.

NOVA ALTA – E a se ver pelo resultado do início do ano e também pelas expectativas dos atores do setor (ver reportagem na pág. 20), os embarques devem continuar em ascensão. A Anfavea estima um crescimento de 8,1% no período, mas apenas em janeiro as exportações saltaram 37,1% sobre o mesmo mês do ano passado, para 22,3 mil unidades.

Também o Sindipeças projeta cres-

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



EU RODO
no celular,

EU RODO
no tablet,

EU RODO
no Brasil inteiro,

EU RODO
também digital.



Baixe o aplicativo e fique conectado às novidades do mundo Volvo.

A **Eu Rodo**, revista da Volvo, está disponível também para celulares e tablets. Faça o download e acesse os conteúdos exclusivos da versão digital.



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

VOLVO

cimento nas remessas em 2016, de 5% para US\$ 8 bilhões, o que deve reduzir o déficit da balança comercial em 28%, chegando a US\$ 4 bilhões.

De acordo com o diretor da Ceva Logistics, a companhia soube aproveitar o momento, ao registrar expansão de 15% nas entregas para o Exterior sobre o exercício de 2014, embora o executivo admita ainda estar longe do que foi o desempenho das exportações em 2013, quando as fabricantes de veículos embarcaram 565,1 mil unidades, ou do recorde de 2005, com 724,1 mil unidades enviadas para fora.

“Mas temos a convicção de que continuaremos a crescer ao longo de 2016 na faixa de 10% a 15%. O plano é destinar para outros mercados a

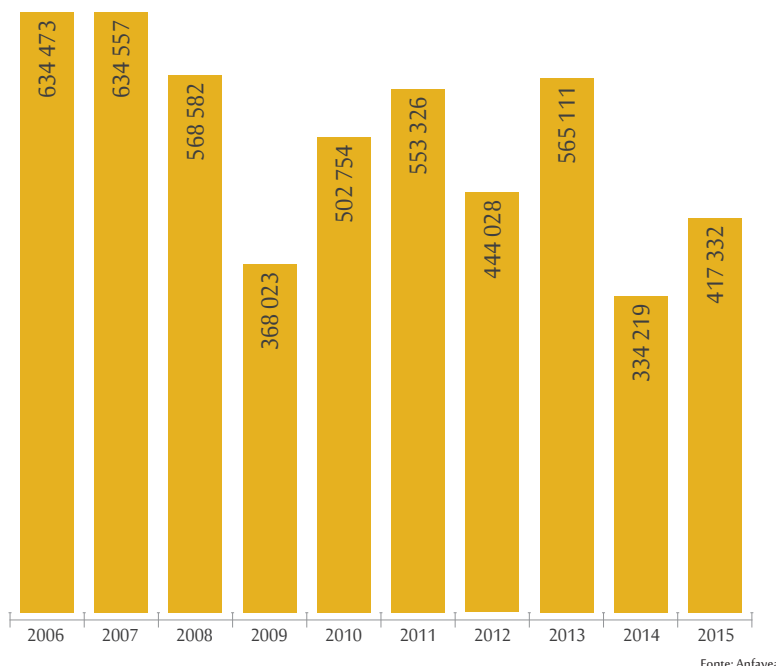
A Ceva Logistics
vê espaço para os
negócios externos
crescerem na faixa
de 10% a 15%
este ano

partir deste ano até 2020 aproximadamente 50 mil veículos.”

Como observa Falcão, porém, a expansão nas remessas externas se apresenta também como um fiel da balança. “Vale mencionar que o crescimento vem sobre uma base baixa. Mas com a redução dos volumes domésticos e a quedas nas importações, as exportações oferecem certo equilíbrio, o que nos deixa confortáveis para atender o aumento da demanda.”

De qualquer maneira, ainda que impulsionada pela acentuada desvalorização do real, o comércio externo segue como oportuno no radar da empresa logística, apesar de não se estabelecer de um dia para o outro. “Em um primeiro momento as transações são intercompany para depois avançar em novos projetos e produtos, o que demanda mais tempo, doze meses no mínimo.”

Exportações de autoveículos montados



EXPECTATIVA POSITIVA — Pronto para absorver os aumentos da demanda nas exportações, o diretor de desenvolvimento de negócios da Ceva, no entanto, observa alguma dificuldade na operação dos embarques.

“São casos pontuais, mas grandes acordos comerciais sofreram redução de capacidade, principalmente em virtude do preço das commodities, o que forçou a retirada de navios de algumas rotas, reduzindo a frequência de viagem. Mas já se percebe maiores fluxos para mercados que estão reagindo bem como Chile, Colômbia, México e a própria Argentina. A expectativa é positiva.”

Delphi.

Trazendo Inovação para o Mundo Real.



 Safe



 Green



 Connected

A Delphi é uma das maiores indústrias de autopeças do mundo e uma das líderes mundiais em tecnologia móvel, componentes e sistemas de transporte, fornecendo tecnologias para as maiores montadoras do Brasil e do mundo, além de componentes para o mercado de Reposição.

www.delphi.com

DELPHI

Inovação para o Mundo Real

Mais uma vez o País colecionará um resultado histórico no campo. Pelo mais recente levantamento da Conab, Companhia Nacional de Abastecimento, realizado em meados de janeiro, a safra 2015/2016 deverá crescer 1,4% a mais do que o período anterior, para 210,5 milhões de toneladas de grãos. Ou seja, outro recorde. Também a área plantada será maior, ampliada em 0,9%, para 58,5 milhões de hectares.

Os subsequentes resultados positivos da agricultura brasileira, no entanto, parecem desafiar a razão diante do desempenho do setor de máquinas agrícolas e de construção. Após o pico de 2013, quando foram produzidas mais de 100 mil máquinas e vendidas perto de 83 mil unidades — os maiores números do segmento desde que a Anfavea iniciou as séries históricas do desempenho do setor, em 1960 — produção e mercado só encolheram. Em 2014 a queda foi de 17,9% na produção e de 17,4% nas vendas. No ano passado, tombos ainda mais acentuados: 32,8% e 34,5%, respectivamente.

Dentre as diversas justificativas já tão marteladas para entender o quadro, como a falta de confiança do investidor e a delicada situação da economia brasileira atual, não se deve descartar uma boa porção de máquinas relativamente novas no parque agrícola e da construção, além de endividamentos de uma parcela do empresariado do agronegócio.

“Alguns produtores estão muito alavancados, devido aquisições de terras e outros investimentos feitos nos tem-



Divulgação/CNH

Terreno favorável

Embora o ano que se segue ainda não apresente recuperação para fabricantes de máquinas agrícolas e de construção, o potencial de expansão não saiu do radar

André Barros e Marcos Rozen | redacaoad@autodata.com.br

pos de cenário positivo no País”, avaliou Ana Firmato, sócia da empresa de consultoria KPMG durante Workshop Máquinas Agrícolas e de Construção, realizado pela AutoData no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, em fevereiro. “Como é comum os bancos oferecerem linhas atreladas ao dólar, essas dívidas estão nessa moeda. Ou seja, elas praticamente dobraram em um ano, mesmo sem que este produtor não tenha adquirido novas linhas de crédito”.

Ainda que a análise da consultora ajude a compreender em parte o motivo pelo qual o setor continua em queda, como a recente retração de 53,2% em janeiro na comparação com o mesmo mês do ano passado, vale ressaltar que também há outro recorte da realidade e, este, menos drástico. Dois representantes de fabricantes de máquinas agrícolas, Rafael Miotto, diretor de portfólio de produtos da CNH Industrial América Latina, e João Pontes, diretor de planejamento estratégico América Latina da John Deere, concordam com prognóstico de que 2016 será um pouco mais acalentador diante da expectativa de se repetir os resultados do ano passado.

Em contraposição às observações da consultora, os dois executivos lembram da existência de uma relevante parcela do segmento em boa situação financeira e, por isso, com fortes chances de concretizar as projeções de estabilidade, apesar da safra generosa que aponta no horizonte. “É verdade que muitos produtores adquiriram muito maquinário em 2012 e 2013 e assim

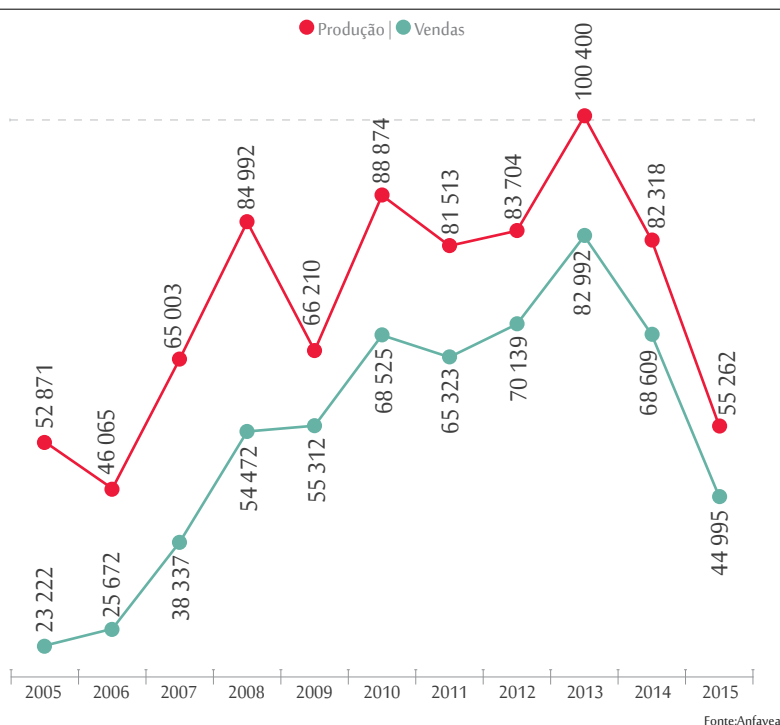
estão prontos para atender à necessidade do momento”, diz Miotto. “Mas também são casos específicos e, no geral, a idade da frota é avançada, o que oferece muito espaço para trabalhar.”

Além da boa colheita que se espera, também despontam alguns segmentos do agronegócio, como o florestal e o canavieiro, que estiveram em passado recente menos aquecidos.

“O começo do ano apresentou um volume razoável para estas culturas”, reconhece Pontes, da John Deere. “Foi melhor que o da mesma época em 2015, embora algumas usinas estejam em uma situação difícil, com casos de recuperação judicial, mas que também é um reflexo de problemas anteriores, mascarados nos últimos anos por

A safra 2015/2016
deverá crescer
1,4% sobre o
período anterior,
para 210,5
milhões de
toneladas de grãos

Produção e vendas





Sinão Salomão

juros subsidiados e elevado preço de commodities.”

Outro fator que poderá ajudar os volumes de máquinas deste ano é a entrada em vigor da inédita legislação ambiental para os veículos fora de estrada, o MAR-1, a partir de janeiro de 2017. Como os equipamentos deverão ter acréscimo nos preços, pela evolução tecnológica que terão, poderá haver antecipação de compra que, embora possa ajudar este ano, talvez prejudique o desempenho em 2017.

As exportações também estão no radar, mas os representantes de CNH e John Deere não acreditam em resultados em curto prazo no mercado externo: o Brasil perdeu muitos clientes e agora está havendo um processo de retomada dos contatos, o que leva algum tempo — em especial na América do Sul. E outros mercados, como África

e Ásia, dependem de infraestrutura de rede de concessionárias e outros.

CONSTRUÇÃO — Como o segmento de máquinas agrícolas, o de construção viveu um período muito difícil em 2015. Mas de acordo com representantes de fabricantes instalados no País que participaram de painel no evento de AutoData, as empresas terão em 2016 um quadro mais equilibrado em virtude de ajustes já feitos.

Roque Reis, vice-presidente para América Latina da Case CE, relembrou que de 27,5 mil máquinas em 2014 o mercado caiu para 11,5 mil em 2015, queda de 54%. Por sua vez, Alexandre Flatschart, diretor customer solutions da Volvo CE, considerou que o cenário foi agravado por uma “queda rápida associada a uma lentidão do segmento em entender a dimensão do quadro”.

Mas, para ele, neste momento as empresas “entenderam a realidade como um todo e se ajustaram”. Alisson Brandes, diretor de vendas e marketing da JCB, resume de maneira curta e sincera o resultado de 2015: “Catastrófico e fora de qualquer previsão”.

A análise, com relação a este ano, é de que as vendas continuarão a cair, mas em índices mais comedidos. “Em janeiro foram negociadas em torno de 450 máquinas ante 1,2 mil no mesmo mês de 2015”, compara Roberto Marques, líder da divisão construção e florestal Brasil da John Deere. “Mas o ano poderá se comportar de maneira inversa à do ano passado, apresentando melhora mês a mês, possivelmente a partir de maio. Isso tudo, no entanto, ainda é uma grande interrogação.”

Para os representantes das empresas o final do ano deverá se configurar, na média, em baixa de 5% a 15%. E todos creem em uma leve reação para 2017, com retomada mais efetiva e consistente nos anos seguintes. Em cenário de longo prazo os quatro executivos são otimistas. O Brasil tem potencial para responder por mercado de 40 mil máquinas de construção ao ano. Segundo os representantes, os mercados de minério de ferro e de cimento apresentam boas perspectivas, como também a pavimentação de estradas e as obras de infraestrutura em geral.

Os participantes consideram que o mercado de máquinas de construção apresenta um comportamento cíclico, o que reforça a expectativa de recuperação — que, na opinião de Brandes, quando ocorrer, será rápida. **AD**

MWM Motores.

*A mais avançada
tecnologia diesel
está em nosso DNA.*

- Soluções personalizadas para cada cliente.
- Mais de 4,2 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- Mais de 500 pontos de distribuição.
- Extenso portfólio de peças genuínas.
- Exportação para mais de 30 países.
- Duas unidades industriais: São Paulo (SP) e Jesus Maria (Argentina).

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



Reduza a velocidade, preserve a vida.

Já estão nas revendas Volkswagen os novos Gol e Voyage. Bem, não integralmente novos, embora tenham atualizações estéticas e, sobretudo, pacote de conteúdos que trazem expectativas renovadas quanto aos seus desempenhos de vendas — em especial do Gol, há mais de três décadas o principal produto da Volkswagen no mercado brasileiro e que perdeu muito espaço para a concorrência nos últimos dois anos.

Novos mesmos serão os produtos já em gestação nos departamentos de engenharia, marketing e compras da montadora. Sim, rigorosamente novos, desde a plataforma, e que, embora ainda não oficialmente confirmados pela montadora, devem substituir a atual família de entrada da marca.

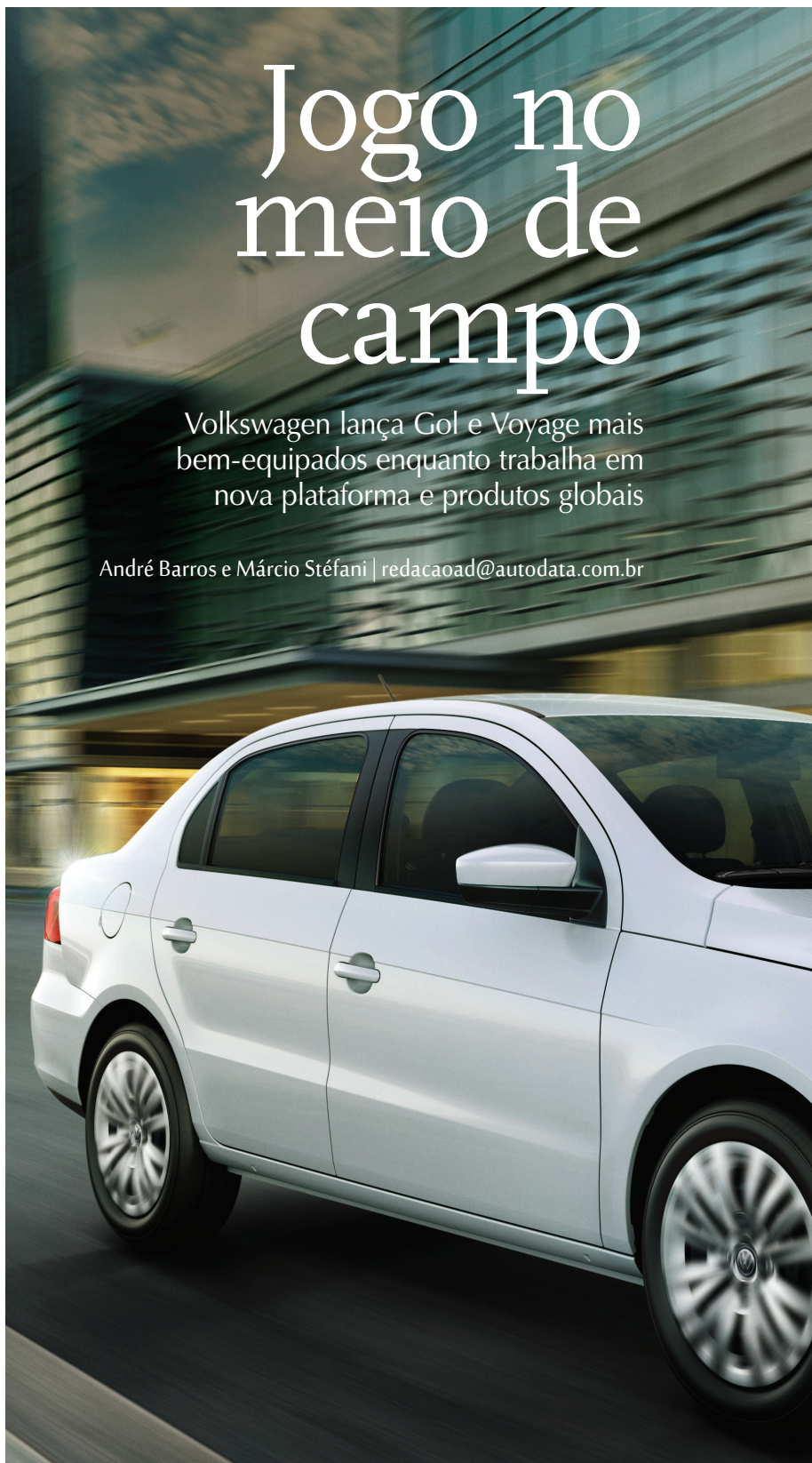
Ainda durante a apresentação de Gol e Voyage, no mês passado em São Paulo, David Powels, presidente da Volkswagen do Brasil, confirmou que a empresa já trabalha forte no desenvolvimento e introdução da plataforma mundial MQB Zero no Brasil, base para quatro novos produtos globais, dois deles exclusivos para o mercado brasileiro, dentre os quais um compacto, um SUV de pequeno porte e uma picape pequena.

A adoção da nova plataforma, segundo Powels, se dará ao longo dos próximos dois anos. “Não gostaria de dizer neste momento quanto vamos investir. Mas garanto que serão necessários mais de R\$ 1 bilhão no período”, revelou o executivo, adiantando que os modelos ocuparão as linhas de duas das três fábricas brasileiras.

Jogo no meio de campo

Volkswagen lança Gol e Voyage mais bem-equipados enquanto trabalha em nova plataforma e produtos globais

André Barros e Márcio Stéfani | redacaoad@autodata.com.br





Gol e Voyage estão mais conectados

O projeto, porém, deve implicar em alguns esforços redobrados. “Não será fácil”, admite Powels. “É uma plataforma que adota novas tecnologias e materiais. E, neste momento, nossos fornecedores não estão propensos a investir localmente em função do quadro econômico.”

Enquanto esse novo universo de produtos habita os bastidores de laboratórios e engenharia, a Volkswagen trata de dar fôlego aos seus atuais representantes no segmento de forma a aproximá-los dos patamares de vendas de passado recente. Desde 2013, último dos 27 anos em que foi líder de mercado, o Gol perdeu espaço significativo. Naquele ano foram emplacados 255 mil unidades, de acordo com a Fenabreve. No ano passado o Gol encerrou o período como o sexto modelo mais negociado do Brasil, com 82,7 mil emplacamentos.

Jorge Portugal, vice-presidente de vendas e marketing, divide a culpa: de um lado a concorrência se fortaleceu — especialmente com o Chevrolet Onix e o Hyundai HB20 —, de outro, a própria marca colaborou ao lançar o up!, modelo que também tem tirado vendas do Gol. Esses três produtos, reconhece o executivo, além de design mais contemporâneo, ofertavam amplo pacote de itens de série e opcionais que passaram a fazer parte da lista obrigatória do consumidor brasileiro na hora de escolher seu carro novo.

As pequenas alterações no design na dianteira e na traseira das carrocerias de Gol e Voyage, assim, são quase coadjuvantes perto das modificações

Divulgação/VW



promovidas pela montadora no interior. Sob do capô, por exemplo, as versões de entrada do hatch e do sedã agora acomodam o motor EA211 de 1 litro com três cilindros e que debutou no Fox e, na sequência, foi incorporado ao up!.

E a lista de equipamentos também mudou — e para melhor. O sistema de infotainment AppConnect agora compõe o leque de opções dos clientes dos dois modelos. É possível agora

equipá-los com aparelhos dotados de entrada de SD Card e recurso de conexão via Bluetooth, o que inclui navegação por GPS, tela de 6,3 polegadas sensível ao toque, visualizador de SMS e comando de voz.

Para acomodar esse aparato tecnológico a VW promoveu mudanças internas nos modelos, as mais visíveis aos olhos do consumidor. O painel é totalmente novo, com aumento de 30% no tamanho do cluster, volante

inspirado no Golf GTI pronto para receber borboletas de trocas de marcha nas versões com o câmbio I-Motion e display central para acesso ao sistema de infotainment.

Não bastavam essas mudanças — investimento de R\$ 363 milhões em desenvolvimento e adaptações nas fábricas de Anchieta, em São Bernardo do Campo, e Taubaté, SP — para elevar a competitividade dos dois modelos no mercado. Foi preciso também mexer no preço, ao custo de parcela da margem, segundo Portugal. A linha Gol teve redução média de 2,5%. A Trendline 1.0 manual parte de R\$ 34,9 mil, sem ar-condicionado ou sistema de infotainment. No Voyage a média foi de 5,7%, com a versão de entrada saindo por R\$ 41 mil, também sem ar e sem som.

IMAGEM — Para Portugal, mudanças como as que a empresa está promovendo agora — dentre as quais o lançamento do novo Golf, produzido em São José dos Pinhais, PR (veja reportagem na pág. 36) — são fundamentais para corrigir a rota da marca no País. O vice-presidente de vendas e marketing entende que a fabricante se afastou do consumidor brasileiro e reforça: “A marca Volkswagen precisa voltar a ser referência no mercado brasileiro.”

O executivo prefere não mencionar metas, mas afirma que o objetivo da empresa em 2016 é recuperar participação de mercado. De 2014 para 2015 a marca perdeu 2,8 pontos: passou de 17,3% para 14,4%. “Por isso precisamos ser mais competitivos.” **AD**



**Líder global
em tintas e
revestimentos**

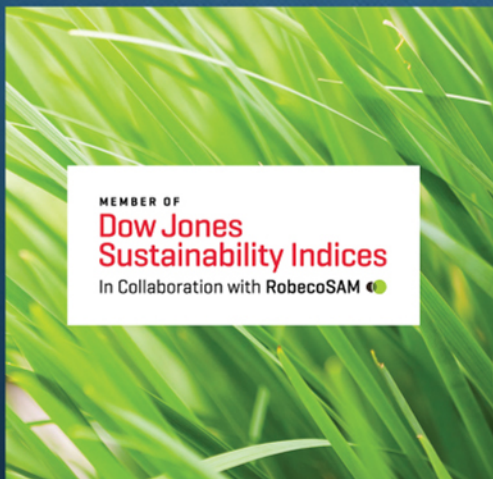


Automotivo OEM

Primers
Vernizes
BaseCoats
Esmaltes
Interior/Exterior
Tintas Funcionais



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



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

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

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



AkzoNobel

Performance Coatings

O lançamento do agora brasileiro Golf Geração 7 inaugura uma nova fase da Volkswagen no País. É o primeiro feito aqui, em São José dos Pinhais, PR, dentro do conceito de estratégia modular MQB, Matriz Modular Transversal, uma nova arquitetura que reduz o tempo de produção do veículo, já aplicada em modelos globais como o Passat e o Golf Variant.

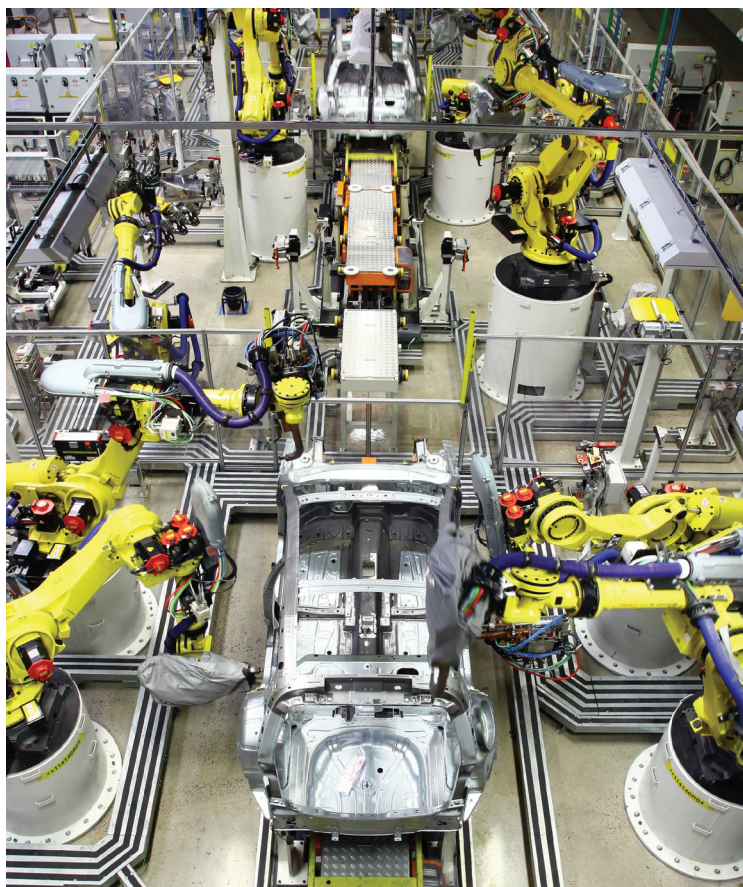
Para produzir o novo Golf aqui a Volkswagen investiu na modernização e ampliação das áreas produtivas da fábrica paranaense. Foi criada uma nova área de armação, onde é feita a montagem das carrocerias, com equipamentos mais modernos e eficientes, que proporcionam economia de até 30% no consumo de energia em comparação com processos anteriores.

Também foi implantado um processo de montagem que permite conciliar em uma mesma linha a produção do Golf e de toda a família Fox, fato inédito dentro do Grupo Volkswagen. Mais de 2 mil empregados participaram de programas de qualificação profissional para assegurar a excelência da mão de obra na produção do modelo.

“A fabricação do novo Golf é mais um sinal do compromisso de longo prazo que a Volkswagen do Brasil tem com o País. Mesmo neste cenário econômico desafiador, estamos mantendo nossos investimentos no desenvolvimento de novos produtos”, diz David Powels, CEO e presidente da Volkswagen do Brasil.

Dentre as vantagens da MQB destaca-se a possibilidade de compartilhar a base estrutural para o desenvolvi-

Novo conceito produtivo



Divulgação/VW

O Golf é o primeiro modelo da Volkswagen produzido no Brasil dentro da arquitetura MQB, que reduz o tempo de fabricação do veículo

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

NSK. HÁ 100 ANOS DEFININDO
O FUTURO EM MOVIMENTO.



A NSK produz rolamentos automotivos de alta qualidade, tecnologia e confiança, tornando-se uma das grandes parceiras da indústria automotiva. Com 65 fábricas e 14 centros tecnológicos espalhados por todo o mundo, a NSK está comemorando 100 anos de atuação neste ano.

Além dos produtos, a empresa oferece a seus clientes o Programa AIP que promove grandes reduções de custos na utilização de rolamentos e um Portal de E-learning para capacitação completa de clientes e parceiros, do nível básico ao avançado.

No ano de seu aniversário, a NSK lança também sua nova visão: transformar ideias em movimento para oferecer soluções além da imaginação.



Leia com seu
celular e acesse
nosso site.

mento de veículos de diferentes segmentos, gerando sinergia para todas as classes de automóveis.

Essa base foi desenvolvida seguindo preceitos de baixo peso, com a utilização de aços de alta resistência que permitem aumentar a segurança e reduzir o peso total do veículo, o que colabora para diminuir o consumo de combustível.

Na área de armação foi instalada nova linha com 168 robôs, soldas a laser, que fazem a união das peças por meio de um feixe de luz, e um novo Eco Framer, equipamento que faz a geometria da carroceria, com precisão de décimos de milímetro, e a colocação das laterais interna e externa, o que traz vantagens qualitativas.

Os novos robôs são 25% mais eficientes energeticamente se comparados à geração anterior, segundo nota divulgada pela Volkswagen.

O setor de montagem de carroceria conta ainda com 145 pinças servo-pneumáticas no processo de solda, que são mais rápidas e consomem 30% menos de energia. Elas também garantem 99% da eficiência do processo de união das peças, por meio de sistemas que fazem a avaliação dos pontos trabalhados no momento da solda.

A pintura também ganhou uma nova linha com robôs mais modernos para aplicação de PVC, primer e verniz. Na montagem a principal mudança ocorreu na área do Fahrwerk — onde é feita a união da parte motriz do veículo [motor, transmissão e suspensão] com a carroceria. É justamente esse novo Fahrwerk que permite montar os mo-

“ A fabricação do novo Golf é mais um sinal do compromisso de longo prazo que a Volkswagen do Brasil tem com o País

David Powels



delos da família Fox e o novo Golf na mesma linha.

O novo sistema confere ainda mais precisão ao processo, além da rastreabilidade dos apertos de todos os parafusos utilizados nessa etapa. Para a instalação do novo Fahrwerk foram importados mais de sessenta containers com equipamentos da Alemanha, dentre eles robôs de parafusamento, fusos, placas de montagem do conjunto motriz, elevadores de placas, mesas de transferência, manipuladores e sistemas de controles eletrônicos.

NO MERCADO — Lançado em fevereiro, o Golf Geração 7 produzido no Brasil tem preço a partir de R\$ 75 mil, R\$ 2 mil a menos do que a versão de entrada do modelo importado. É o primeiro carro nacional equipado de série, em todas as versões, com sete airbags, controle de tração, controle eletrônico do diferencial, controle de estabilidade e freios com sistema de frenagem automática pós-Colisão.

Dentre as suas principais novidades estão os novos conjuntos mecânicos que passam a contar com motores 1.4 TSI BlueMotion Technology Total Flex de 150 cv na versão Highline e o novo motor 1.6 MSI Total Flex de 120 cv na Comfortline, que podem ser associados às transmissões manuais de cinco e de seis marchas, além da caixa automática de seis velocidades com função Tiptronic. Tem ainda a versão esportiva GTI, equipada com motor a gasolina de 1 984 cm³ de cilindrada, turboalimentado, injeção direta e potência de 220 cv.

AD

**Ir muito além
do aço é fornecer,
além de um
produto,**

villaresmetals.com.br
(19) 3303.8000

PORTAL PUBLICIDADE

Tecnologia

Os produtos Villares Metals, em sua variedade, são aplicados nos mais diversos mercados da cadeia automotiva. Referência no mundo, sua qualidade e tecnologia garantem o melhor desempenho da aplicação a que se destina.



LIGAS ESPECIAIS



AÇOS RÁPIDOS



AÇOS-FERRAMENTA



AÇOS-VÁLVULA

VILLARES METALS

MUITO ALÉM DO AÇO.



De olho nos vizinhos

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A chegada da picape Fiat Toro no mercado nacional está demandando novas contratações na fábrica da Jeep em Goiana, PE, que foi inaugurada em abril do ano passado com 4 mil funcionários e hoje já conta com um quadro de 7,5 mil colaboradores. Mais 1 mil estão em fase de contratação pela montadora e fornecedores lá instalados, segundo informação do presidente da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, para a América Latina, Stefan Ketter.

Com o novo modelo a produção do

polo pernambucano será ampliada para cerca de 140 mil unidades/ano, das quais 80 mil do Renegade e 60 mil da recém-lançada picape, que pelas projeções da empresa atingirá 50 mil emplacamentos no mercado brasileiro e mais venda de 10 mil para o Exterior. O embarque da Toro para países da América do Sul, de acordo com o novo diretor comercial da FCA, Sérgio Ferreira, deve ser iniciado ainda em meados deste ano.

A Toro, conforme números divulgados por Ketter, consumiu investi-

Já disponível na rede Fiat a picape Toro começa a ser exportada ainda em meados deste ano para países da América do Sul



Divulgação/FCA

mento de R\$ 1 bilhão. Atendida pelos mesmos fornecedores do Renegade, que instalaram-se no Polo Automotivo Jeep já visando ao atendimento do SUV e da picape que viria na sequência, a Toro demandou o desenvolvimento de novas tecnologias tanto por parte dos parceiros que operam em Pernambuco como dos que atendem o complexo a partir de unidades localizadas em outras regiões do País. Pelas suas peculiaridades também atraiu novos fornecedores, caso da Autometal, fabricante da caçamba, dentre outros.

Para destacar as novas tecnologias desenvolvidas para a Toro, a FCA inovou no lançamento do produto, realizado em meados de fevereiro em Campinas, SP, promovendo apresentações específicas por área, do motor ao design, mostrando em pormenores as inovações incorporadas ao modelo. Também participaram do evento o Grupo Magneti Marelli e a Robert Bosch, dois dos fornecedores que investiram em tecnologias e produtos exclusivos para o novo modelo.

Coube à Magneti Marelli, por exemplo, o desafio de desenvolver o sistema de suspensão da nova picape, com as dianteiras McPherson e as traseiras Multilink e amortecedores Full Displacement. O objetivo, segundo nota da sistemista, “foi oferecer máximo conforto e estabilidade ao veículo mesmo com sua capacidade total de carga, de uma tonelada, nas diversas condições das estradas brasileiras”.

A empresa também desenvolveu e está produzindo no Brasil todo o sistema de iluminação da Toro, assim como os quadros de instrumentos digitais de 7 ou 3,5 polegadas, fornecidos com exclusividade para as diferentes versões do modelo. Os produtos contam com sistema de navegação por meio de pictogramas que indicam as conversões e auxiliam nas manobras para estacionamento frontal e lateral, mostrando a distância e a posição aproximada do obstáculo mais próximo, dentre outros recursos.

A Magneti Marelli também está presente no motor flex, com o SFS, Software Flexfuel Sensor, e a central

de comando ECU, Eletronic Control Unit. E por meio das joint-ventures estabelecidas com as empresas Faurecia [FMM] e Prima Sole [SPMM], exclusivamente para atender às demandas da fábrica pernambucana, a Magneti Marelli fornece ainda componentes do interior da Toro, como o painel, o console central e os revestimentos das portas, além de diversos itens para o acabamento interno e externo de plástico, incluindo para-choques dianteiro e traseiro.

MOTOR DIESEL — A Bosch, em Curitiba, PR, foi responsável por adaptar a calibração do sistema de injeção de alta pressão Common Rail do motor 2.0 Multijet II Turbo Diesel, que equipa duas versões da Toro. A tecnologia, segundo o fornecedor, caracteriza-se pela extraordinária capacidade para injeções múltiplas — de até oito por ciclo de combustão —, contribuindo para obter-se o máximo em eficiência energética.

Adicionalmente, segundo informações de Mário Massagardi, vice-presidente de engenharia da Robert Bosch América Latina, o motor 2.0 Multijet II Turbo Diesel atende as mais rígidas normas de emissões:

“O uso do filtro de partículas faz deste veículo quase um purificador do ar das grandes cidades, já que emite menos de cinco milésimos de grama deste poluente por quilômetro rodado. Em grandes metrópoles, provavelmente haverá mais material particulado no ar que este motor aspira do que nos gases que ele emite”.

A Toro é o segundo modelo produzido no Polo Automotivo Jeep de Goiana



Além de fornecer o sistema de injeção diesel, a Bosch também está presente nas outras versões da Toro com uma série de componentes, como alternador e motor de partida, bobina de ignição, sensor de fase, de pressão e de temperatura, sensor de bateria, sensor de temperatura e medidor de massa, sensor de pressão e temperatura do turbo, sonda lambda, sensor de pressão diferencial, vela aquecedora, unidade de controle da vela aquecedora, ECU do air bag, sensor do estacionamento traseiro e o sistema para estacionamento semiautônomo.

LUCRO DE NOVO – Durante o lançamento da Toro, Ketter revelou que a empresa fechou a segunda metade de 2015 com resultados financeiros positivos: “Se não ganhar dinheiro a gente não investe. E não vamos parar de investir, pois essa é a melhor forma de estarmos preparados para quando o mercado brasileiro retomar”.

O presidente da FCA reconheceu que o setor vive hoje a maior crise dos últimos anos no País, mas destacou ser fundamental continuar acreditando no Brasil: “Quando a retomada vier será mais rápida do que pensamos”.

O dirigente admitiu ser difícil no momento fazer previsões, até porque o ano de 2016 começou em níveis abaixo dos registrados no fim de 2015, porém, ainda acredita que as vendas poderão melhorar a partir do segundo semestre.

Na sua avaliação as empresas que investiram em produtos de maior valor agregado, oferecendo inovações em qualidade e conectividade, estão se saindo melhor: “Os carros mais caros estão vendendo bem. Precisamos jogar de acordo com o jogo, se ele é diferente temos de ser diferentes”.

O presidente da FCA deixou claro, assim, que o lançamento do Jeep Renegade em abril do ano passado foi decisivo para a reversão dos resulta-

dos financeiros da empresa. E nessa mesma linha enquadra-se agora a apresentação da picape Fiat Toro, que inaugura um novo ciclo de lançamentos da fabricante no País.

A Toro tem preço na faixa de R\$ 76,5 mil a R\$ 116,5 mil. A mais barata é a versão Freedom 1.8 Flex 4x2 e a mais cara a Volcano 2.0 Turbodiesel 4x4. Na gama há ainda mais duas versões intermediárias, a Freedom 2.0 Turbodiesel 4x2 e a Freedom 2.0 Turbodiesel 4x4, além da série especial Opening Edition.

O diretor de produto da FCA e diretor da marca Fiat para a América Latina, Carlos Eugênio, destacou no lançamento do produto que sua proposta é conciliar os atrativos de um utilitário esportivo com o conforto de um sedã, aliando-se a isso uma capacidade de carga de uma tonelada: “Acreditamos que as versões da picape com motor flex responderão por 35% do total. Dos 65% restantes de versões diesel, cerca de 20% deverão ser da Volcano, a topo de linha”.

A Toro chega ao mercado para participar de um novo segmento, inaugurado pela Renault no ano passado com a Oroch, que contempla picapes na faixa intermediária entre a Fiat Strada, de pequeno porte, e a Chevrolet S10 ou a Volkswagen Amarok, de tamanho superior.

Dentre os diferenciais da nova picape Fiat destaca-se a abertura da caçamba por meio de uma porta que abre em duas partes, para os lados, além de um extensor que amplia sua capacidade em mais 407 litros. **AD**



SE TRABALHO FOSSE TUDO NA VIDA,
O DIA DO TRABALHO NÃO SERIA
COMEMORADO COM UM FERIADO.

**MBA EXECUTIVO EM EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA:
CONCESSIONÁRIAS**

**MBA EXECUTIVO EM EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA:
MONTADORAS E FORNECEDORES**

Destinado a profissionais ligados ao setor automotivo, o MBA FGV contribui para o desenvolvimento de uma visão global e integrada das organizações, preparando os alunos para assumirem posições de destaque na direção de empresas.

O que é ser bem-sucedido?

Para sua carreira, é fazer o MBA de uma das melhores escolas de negócios do país. Para sua vida, é ter sua própria definição do que é sucesso.

Início: 15/4/2016
Sábados (quinzenalmente), das 8h30 às 18h
Local: Faria Lima

MBA FGV
Referência para sua carreira e para sua vida.



Por todos os lados

A produção de veículos e motores no Brasil está dividida agora por dez estados. Com novas fábricas, São Paulo segue como maior fabricante.

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Já é consenso que 2016 não será novamente período de grande bonança para a indústria automotiva brasileira. Produção e vendas internas, pelas análises dos executivos e dirigentes, devem girar em torno dos mesmos patamares do ano passado, os menores dos últimos anos. Ainda assim o setor não está parado e até, no futuro, não faltarão importantes efemérides de 2016 para muitas empresas.

Mais do que os vários lançamentos de produtos no primeiro trimestre e outros tantos previstos para os próxi-

mos meses, 2016 entrará para a história como palco da inauguração de pelo menos duas fábricas de automóveis e uma de motores que, somadas às abertas nos últimos três anos, reforçam a ideia de que o setor pensa mesmo no longo prazo e que o Brasil, apesar do forte tropeço de 2014 para cá, segue com relevância dentro do jogo estratégico mundial das grandes corporações.

Os investimentos somados anunciados só em 2015 chegam a cerca de R\$ 9 bilhões, recursos destinados, sobretudo, a pesquisa e desenvolvi-

mento, aumento do índice de nacionalização, produtos e, agora em menor parte, linhas de montagem. A General Motors, que dobrou sua verba para cinco anos aqui, é responsável por R\$ 6,5 bilhões do total. “Precisamos manter nossa capacidade de competição para quando o mercado interno retomar”, justificou Santiago Chamorro, o presidente da empresa.

Há dois meses o presidente da Aliança Renault-Nissan, Carlos Ghosn, elevou essa conta ao revelar que a fábrica da marca japonesa em Resende,



Divulgação/Jeep

Estados produtores

Fonte: Anfavea

Norte		
	Amazonas	1
Nordeste		
	Bahia	1
	Ceará	1
	Pernambuco	1
Centro-Oeste		
	Goiás	3
Sudeste		
	Minas Gerais	4
	Rio de Janeiro	4
	São Paulo	28
Sul		
	Paraná	10
	Rio Grande do Sul	11
	Santa Catarina	2

Total



RJ, receberá mais R\$ 750 milhões nos próximos três anos para ampliação da capacidade industrial e introdução na linha do SUV compacto Kicks. A produção do novo modelo, aguardada ainda para este ano, deve forçar a adoção do segundo turno de trabalho e a criação de seiscentos empregos, segundo o executivo.

Oficialmente, de acordo com a Anfavea, suas associadas encerraram 2015 com 65 fábricas de automóveis, caminhões, máquinas agrícolas e motores em dez estados. A maioria, 35 de-

las, no Sudeste. Só em São Paulo, onde a indústria automobilística já completou seis décadas, estão 28 unidades.

O Sul, com 23 fábricas — dez no Paraná —, é a segunda região com maior número de unidades fabris, seguida por Nordeste e Centro-Oeste, que dispõem de três fábricas cada uma. O Norte tem uma única fábrica do setor.

Esse quadro deve se alterar ligeiramente este ano, sem, contudo, mudar muito o peso de cada uma das regiões ou Estados. São Paulo, por exemplo, reforçará sua liderança na produção

nacional com a fábrica de automóveis da Mercedes-Benz em Iracemápolis — projeto de R\$ 500 milhões para 20 mil veículos/ano — e de motores da Toyota em Porto Feliz — investimento de R\$ 1 bilhão e 108 mil motores anuais.

Mas, a depender da demanda interna, São Paulo poderá ter ainda mais uma fábrica de carros até dezembro. A Honda construiu e não inaugurou unidade em Itirapina, sua segunda de automóveis no País. Pronta desde o fim de 2015 e com capacidade para 120 mil veículos ao ano, a mesma de Sumaré, a montadora prefere, pelo menos oficialmente, aguardar momento mais propício para ligar a linha de montagem.

Mesmo sem a nova Honda, contudo, o Sudeste deve aumentar sua participação no bolo da produção nacional de veículos, revertendo definitivamente a curva descendente desenhada ao longo da última década e meia, com o surgimento de fábricas no Sul, Centro-Oeste e Nordeste.

O Rio de Janeiro, que em 2014 ganhou a da Nissan com potencial para produzir até 200 mil veículo/ano — já contava com a da PSA Peugeot Citroën e a da MAN —, terá a primeira fábrica da Jaguar Land Rover fora do Reino Unido neste segundo trimestre.

A unidade de Itatiaia, antecipa Dmitry Kolchanov, diretor de mercados internacionais da JLR, não terá, é bem verdade, todas as fases produtivas em um primeiro momento — ainda assim o projeto inicial é para 24 mil veículos ao ano. “A evolução se dará ao longo do tempo”, disse o executivo, que em

janeiro testemunhou a produção dos primeiros carros pré-série e que não esconde a possibilidade de também produzir o Jaguar XE aqui.

Em 2015 as fábricas paulistas responderam por 48,1% dos 2,4 milhões de veículos fabricados no País. Minas Gerais teve a segunda maior fatia, com 18,4%, à frente do Paraná, 11,5%, Rio Grande do Sul, 9,1%, e Rio de Janeiro, 5,5%. Os três Estados do Sudeste, assim, produziram 72% do total, mantendo a histórica hegemonia da região.

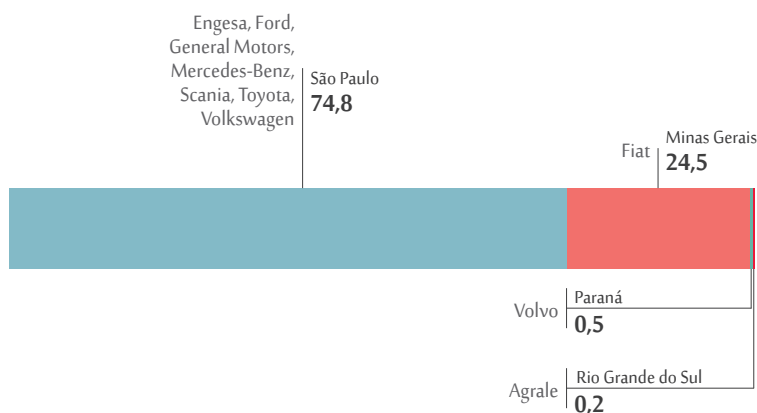
O ano passado mostrou pela primeira vez Pernambuco como Estado produtor de veículos, assim como um ano antes ao mapa produtivo fora acrescido Santa Catarina, com o início de operação da fábrica da BMW em Araquari. A estreia pernambucana deveu-se ao ambicioso complexo da FCA em Goiana, inaugurado em abril do ano passado e de onde já saem o Jeep Renegade e, desde fevereiro, a picape Fiat Toro (veja na pag. 40), arrojado projeto que combina alto nível de automação com parques de fornecedores ao lado e que resulta em capacidade produtiva anual da ordem de 250 mil veículos.

DE VOLTA AO PAÍS – Já o polo paraense ganhou novo fôlego com ressurgimento, no segundo semestre de 2015, após dez anos, da produção da Audi na fábrica da Volkswagen em São José dos Pinhais e de mais uma geração do Golf, lançado no mês passado. Audi A3, o primeiro modelo produzido lá, e em breve o Q3, dividem a plataforma com o hatch da Volkswagen.

Produção por unidade da federação (%)

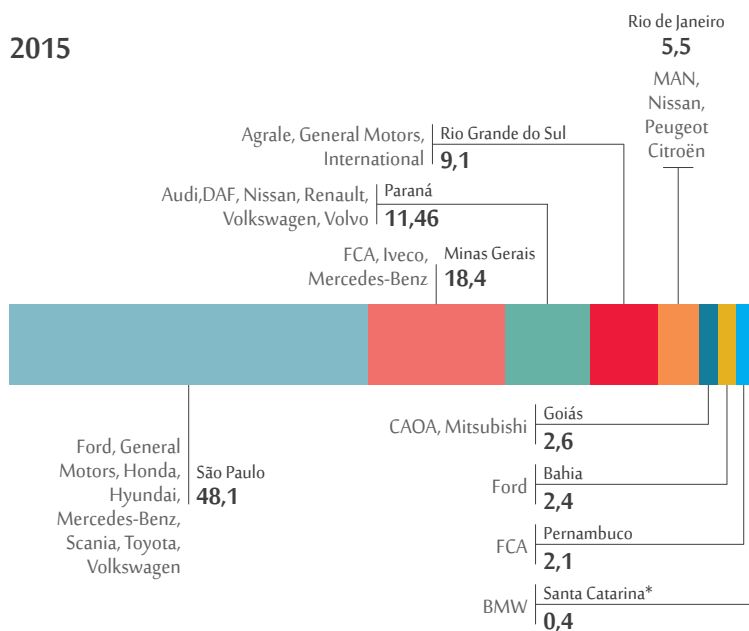
Fonte: Anfavea

1990



Autoveículos produzidos: 914 466

2015



*estimativa

Autoveículos produzidos: 2 453 622

A linha paranaense, cujo projeto total consumiu perto de € 150 milhões, é a única da Audi na América do Sul. Tem capacidade para produzir 26 mil unidades por ano. Já a Volkswagen desembolsou quantia semelhante para modernizar suas linhas no complexo inaugurado em 1999 para produzir exatamente Golf e A3 das então gerações e que vinha produzindo apenas Fox e Spacefox ultimamente.

Ao ano, o acréscimo de produção será de aproximadamente 40 mil unidades — mas, se considerado o fim da produção do Golf de quarta geração, também produzido no Paraná hoje, o volume ali de novo Golf e A3 somados deve chegar à faixa de 60 mil unidades,

com proporção de 60% para o VW e 40% para o Audi.

O mapa do setor automotivo brasileiro ainda pode ser modificado nos próximos anos, caso saiam do papel, de fato, projetos de marcas chinesas, como os da fabricante de caminhões Schacman em Tatuí, SP, e JAC, na Bahia. Ambos, porém, vêm sendo seguidamente alterados e volta e meia pairam dúvidas sobre eles.

No caso da JAC, a última notícia é de que o empresário Sérgio Habib decidiu mudar mais uma vez — a 13ª desde 2011 — os planos para Camaçari, BA. Agora o executivo diz que pretende produzir ali apenas o SUV T5 em CKD, a partir do início de 2017, com investi-

mento de R\$ 200 milhões e sem a participação do sócio chinês.

Assim, por enquanto, a Chery segue como única montadora de origem chinesa no Brasil. Mas ainda assim sua fábrica de Jacaré, SP, inaugurada em agosto de 2014, patina. O complexo de R\$ 1,2 bilhão produziu apenas 5 mil unidades em 2015, 10% da capacidade declarada de 50 mil veículos/ano.

Luis Curi, vice-presidente da Chery Brasil, calcula que a planta de Jacaré poderá produzir de 8 mil a 10 mil unidades este ano, já com o compacto QQ em linha e o SUV Tiggo, que deve começar a ser produzido no segundo semestre, além do pioneiro Celer nas versões hatch e sedã.

AD

Segredos de uma grande parceria: inovação e qualidade



A Brose mantém sua liderança absoluta em Sistemas de Porta e Levantadores de Vidro no Brasil e Argentina, participando dos mais importantes lançamentos da Indústria Sul-americana.

Temos orgulho de fazer parte deste time vencedor, proporcionando aos nossos clientes o que há de mais avançado em mecatrônica automotiva.

A Brose investe continuamente em inovação e em qualidade para atingir os mais altos padrões na fabricação de componentes mecatrônicos e sistemas para automóveis.

Excelência em processos e responsabilidade socioambiental são as marcas da nossa liderança no Brasil e no mundo.

www.brose.com

Matriz
São José dos Pinhais (PR)
Rua Max Brose, 171
(BR 376, km 625/626)
Tel.: 41 3381 2000
Fax: 41 3381 2096

Berros



O mexicano Luis Fernando Pinedo Berros é o novo chefe da fábrica VW de São José dos Pinhais, PR. Ele substitui Volker Germann, agora diretor de produção da fábrica de Changchun, China.

Ferraiolo



A PST Electronics, detentora da marca Pósitron, criou o posto de diretor de operações Latam e para ele indicou Caetano Ferraiolo, que acumula 25 anos de experiência no setor automotivo.

Vardânega

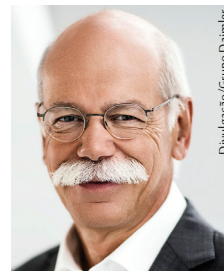


Gilberto Vardânega assume a gerência de ônibus rodoviário da Volvo Bus Latin America. O executivo está no grupo há 20 anos e tem vasta experiência na área comercial no Brasil e Exterior.

Nogueira

A TCP Latam, empresa de investimento e gestão, contratou Fernando Nogueira como diretor. Com 30 anos de experiência, o executivo atuará na área de operação de negócios e gestão interina, com foco no setor automotivo. Nogueira começou sua carreira na Ford Motors e já foi diretor executivo da Cummins.

Zetsche



O chefe mundial do Grupo Daimler, Dieter Zetsche, teve o contrato estendido por três anos, até 31 de dezembro de 2019.

Série limitada

A Peugeot lança série limitada de quinhentas unidades do 208, o InConcert, com preço sugerido de R\$ 55,5 mil na versão manual e R\$ 59,6 mil com transmissão automática.

Na Bolívia

A Scania inaugura sua segunda concessionária na Bolívia, em Cochabamba. Nos últimos cinco anos a frota em circulação de caminhões e ônibus da empresa sueca, com até dez anos de idade, cresceu cerca de 200%.

Na Espanha

A Iveco Magirus, divisão de veículos de combate a incêndio e proteção civil do Grupo CNH Industrial, entregou os dois primeiros caminhões na Espanha. O Corpo de Bombeiros da prefeitura de Valladolid, uma das maiores cidades daquele país, trabalhará com os veículos da marca italiana.



5 anos

A Ford comemora 5 anos de vendas ininterruptas do Fusion Hybrid no mercado brasileiro, informando que desde 2011 foram comercializadas 1,6 mil unidades por aqui. A montadora reforça que o modelo se beneficia de legislação criada pela prefeitura de São Paulo, que isenta este tipo de modelo do rodízio e oferece desconto de 50% no valor do IPVA.

QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



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

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

© Samuel Hauenstein Swan

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

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



Prêmio Nobel da Paz 1999

É preciso mudar a visão do mercado sobre parceria. Por exemplo: para a evolução de toda a cadeia automotiva, devemos entender que montadoras e autopeças, apesar de terem pontos conflitantes, dependem umas das outras. Quanto mais trabalham em conjunto, em prol da qualidade, melhor é o resultado para o consumidor final.

Foi justamente esse entendimento que motivou há cerca de três anos a realização de reuniões e eventos conjuntos entre as comissões de qualidade da Anfavea e do Sindipeças, com apoio do IQA, que identificou esta necessidade pelo fato de muitos temas serem comuns, dos quais alguns complementares, outros conflitantes.

O primeiro objetivo era alinhar os assuntos comuns e eliminar conflitos em diversos temas que envolviam a qualidade. Esse foi o nosso primeiro grande avanço. Antes disso era cada um no seu mundo, com sua interpretação e sua reivindicação. Perdia-se tempo demais. Muitas vezes os processos não andavam por conta de sua complexidade.

As autopeças discutiam os requisitos específicos das montadoras, complementares à norma ISO TS 16949, mas não chegavam a um claro entendimento das recomendações. Hoje nas reuniões da comissão conjunta o Sindipeças tem a oportunidade de apontar onde estão as maiores dificuldades para esclarecimento, considerando que diversos requisitos são similares.

Montadoras e autopeças na mesma mesa

A relação entre as duas partes já se mostra de maior transparência. Quando as autopeças pedem derrogas, os desvios em relação aos requisitos específicos das montadoras, o setor por meio desta comissão consegue interpretar o motivo do desvio, seja ele de processo ou sistema, buscando a melhoria contínua do sistema da qualidade.

Assim, montadoras e sistemistas discutem abertamente na mesma mesa as necessidades do setor e as oportunidades de melhoria. Resultado disso: as autopeças podem simplificar os processos e agilizar as aplicações. Melhoram-se a qualidade do produto e a do processo, e a própria interpretação do sistema da qualidade.

Quanto mais as duas partes trabalham juntas no planejamento da qualidade e no entendimento dos requisitos de engenharia, melhor nasce o produto porque será melhor interpretado, como também menor será o prejuízo

para o cliente final. O planejamento avançado da qualidade é um tema em bastante discussão, o que deve trazer mais benefícios.

O IQA trabalha tanto em prol dessas demandas, assim como de outras entidades do setor. Aliás, parte dos serviços oferecidos pelo Instituto vem das demandas apresentadas nessas discussões. Em capacitação, fica o exemplo do desenvolvimento da Formação em EQF – Especialista em Qualidade de Fornecedor.

A nossa grande meta na Comissão Conjunta de Qualidade Anfavea e Sindipeças é aprimorar a qualidade dos produtos nacionais para melhorar a satisfação do consumidor final e, por consequência, ter a qualidade made in Brazil reconhecida em todo o mundo. Queremos apresentar indicadores que sejam comparáveis aos de qualquer país e, assim, alavancar as exportações. Portanto, que sigam os trabalhos desta boa parceria!

AD

Ingo Pelikan | presidente do IQA, Instituto da Qualidade Automotiva

Mais eficiência e menos emissões. Nós sabemos como.



Maior potência e eficiência com redução de consumo e de emissões de gases.

A **BorgWarner** torna isso possível. Como um dos principais fornecedores automotivos, nós desenvolvemos tecnologias-chave para os veículos do amanhã. Assim, contribuimos para que cada encontro com a estrada seja mais eficiente e econômico.

Saiba mais sobre as soluções inovadoras de atuação da BorgWarner.



 **BorgWarner**

borgwarner.com

feel good about driving

Inovação em cada detalhe.
É isso que faz todo consumidor Mercedes-Benz
ter um brilho diferente no olhar.

Há 128 anos, a inovação na Mercedes-Benz vai muito além do que você pode ver. Ou imaginar.



Na cidade somos todos pedestres.

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



Mercedes-Benz