

# Agência AutoData

autodata.com.br

Serviço Diário de Informação Automotiva | 29 de março de 2016 | Edição 3 794 Ano 16

Nuno Coutinho é o novo diretor  
de marketing da Citroën e DS

BusWorld Turquia 2016: o devido  
lugar do ônibus no mundo.



## Tropeçamos de novo

Brasil perdeu mais uma posição no ranking global de produção automotiva, agora para a Espanha, e terminou 2015 apenas como nono colocado. Em 2014 já havíamos sido ultrapassados pelo México

## Conheça a nova diretoria da Anfavea

Agência AutoData antecipa a composição completa. Posse acontece dia 25 de abril em São Paulo

Evento ..... Pág. 12

### O devido lugar do ônibus no mundo

A sexta edição do Busworld Turquia será inaugurada em abril, um evento bienal que começou em 2004 e que conta com muitas das maiores fabricantes mundiais de ônibus. Terá pelo menos 250 empresas como expositoras, das quais 170 locais e oitenta do Exterior, de 26 países, e deverá receber 15 mil visitas técnicas. A mostra tem como foco o mercado mundial, pois os fabricantes locais tornaram-se grandes exportadores de ônibus e seus componentes.

### Em cima da hora



### 1,5 milhão de Sigma

A Ford comemora marco produtivo de 1,5 milhão de motores Sigma

produzidos na fábrica de Taubaté, no Vale do Paraíba, em São Paulo. Equipe Ka, New Fiesta, EcoSport e Focus no Brasil, Argentina, Venezuela e México. Taubaté produz as versões 1.5 e 1.6, flex e gasolina, com e sem duplo comando de válvulas variável.



# MAGNETI MARELLI

## Jeep Renegade: orgulho de fazer parte desta história.



### Expediente

Agência  
**AutoData**

A Agência AutoData de Notícias é produzido pela AutoData Editora Ltda., R. Pascal, 1 693, Campo Belo, São Paulo, SP, CEP 04616-005, tel. (temporário) 55 11 5189.8900. Marcos Rozen, editor, André Barros, sub-editor. Equipe associada: Alzira Rodrigues, Décio Costa, George Guimarães, Márcio Stéfani, S Stéfani e Vicente Alessi, filho. Projeto Gráfico: Romeu Bassi Neto. Diagramação: Danilo Boccoli e Romeu Bassi Neto. Jornalista responsável: Vicente Alessi, filho, MS SJPESP 4 874. Acordo editorial: Flash de Motor, de Caracas, Venezuela e Tiempo Motor, Argentina. É proibida a reprodução e/ou redistribuição sem autorização prévia

# O devido lugar do ônibus no mundo

Busworld Turquia abre em abril e mobiliza segmento de transporte

Redação AutoData | [redacaoad@autodata.com.br](mailto:redacaoad@autodata.com.br)

A sexta edição do Busworld Turquia será inaugurada em abril, um evento bienal que começou em 2004 e que conta com muitas das maiores fabricantes mundiais de ônibus. Terá pelo menos 250 empresas como expositoras, das quais 170 locais e oitenta do Exterior, de 26 países, e deverá receber 15 mil visitas técnicas. A mostra tem como foco o mercado mundial, pois

os fabricantes locais tornaram-se grandes exportadores de ônibus e seus componentes.

Cabe as perguntas: como é que um país com mercado interno tradicionalmente menor do que o brasileiro pode mobilizar o setor mundial de ônibus?, por que as mais expressivas companhias participam para expor avançadas tecnologias para uma demanda de 16 mil unidades/ano



e, aqui, o setor enfrenta sérias dificuldades, com produção de 21,5 mil unidades e exportação de 4,2 mil, sendo que há cinco anos produzia-se 49 mil?

A resposta é simples: ali o ônibus, de formas diferentes, é prioridade, independente do tamanho do mercado e do nível de tecnologia exigido. Na Turquia, desde janeiro, passou-se a exigir os limites de emissão Euro 6, a mesma em adoção na Europa, para todos os novos veículos produzidos e comercializados. Mais: o segmento rodoviário é o responsável por grande parte do transporte de pessoas e, nas grandes cidades, os planos são de adoção de sistemas modernos com veículos híbridos e/ou movidos a gás.

Da Turquia também vem outro exemplo. O país tornou-se um grande exportador de ônibus e passou a ser um forte concorrente dos fabricantes brasileiros em mercados como a Europa, Oriente Médio, Norte da África, Rússia e Ásia Central. No ano passado, de acordo com OSD, a associação comercial dos fabricantes europeus de ônibus, foram exportadas 44 mil 440 unidades de todos os tamanhos, no valor de US\$ 1 bilhão 150 milhões, sem contar componentes e acessórios, pelos fornecedores turcos. O resultado foi que as empresas locais investiram e, em poucos anos, se transformaram em grandes players mundiais – independente de o mercado local consumir o mesmo que o México e a metade que o Brasil de hoje.

O que falta para os brasileiros entenderem

que, gostem ou não e queiram ou não, o transporte coletivo precisa ser prioridade? O que falta para que os governantes adotem e apliquem medidas e programas viáveis para impulsionar o setor? Vejam todos os projetos viários prometidos para serem lançados da Copa do Mundo de futebol aos Jogos Olímpicos? Poucos foram totalmente concluídos e os investimentos não chegaram a um terço do anunciado – assim como a adoção de novos e modernos veículos, que resultariam em maior produção para a indústria local.

No caso brasileiro o programa Caminho da Escola, que injetou em seis anos cerca de 50 mil novos ônibus escolares nas zonas rurais do País, está indefinido. O que não é nada bom para a indústria, que investiu e se preparou para produzir 20% a mais de veículos por ano e agora amarga capacidade ociosa.

Neste momento a indústria brasileira do ônibus sobrevive das exportações. E depende daquele mercado que acabou sendo posto de lado na última década pela falta de competitividade do câmbio e pela forte demanda interna, agora paralisada. Mas não é fácil voltar a disputar espaços cedidos a concorrentes focados e que, por este ou aquele motivo, ao contrário, investiram mais e mais para serem fortes competidores internacionais. E como desbancá-los?

Só com novos investimentos no desenvolvimento de produtos e serviços que façam o cliente internacional voltar a preferir o produto brasileiro. ■