

AutoData

Ano 23 | Dezembro 2014 | Edição 304

Receita do pão de queijo

Assim como a iguaria, que ganhou o País a partir de Minas Gerais, a indústria de autopeças mineira quer ampliar negócios exportando para os Estados que atraíram investimentos em novas fábricas de veículos

From the Top
Luís Pasquotto

Luxo

A vez do Nordeste

Combustíveis e lubrificantes
Expansão com qualidade



**Nossos caminhões também
são feitos sob medida para darem
motivos de comemoração.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



**Agradecemos aos clientes, Rede de Concessionárias, parceiros comerciais
e colaboradores pela confiança e parceria ao longo deste ano de 2014 e desejamos
um 2015 de muitas conquistas e sucesso.**

MAN Latin America, fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.
www.man-la.com

MAN



**Caminhões
Ônibus**

52 | Capa

Segundo polo de autopeças do País, Minas Gerais foi deixado de lado no mais recente movimento de instalação de bases produtivas de novas fabricantes de veículos. O fato, no entanto, não eliminou oportunidades. O início de produção da fábrica da FCA em Goiana, PE, por exemplo, impulsiona as atividades locais para fornecimento interestadual. E em Sete Lagoas, junto da fábrica da Iveco, começa a se tornar realidade um novo condomínio industrial.

24 | Mobilidade urbana

A Copa do Mundo não impulsionou os projetos de transporte público como se esperava. Não significa, porém, que eles tenham sido riscados do papel. Os BRTs ainda animam o setor de ônibus.

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

14 | From the Top

Luís Pasquotto, da Cummins

30 | Combustíveis e lubrificantes

Aumento da demanda por derivados de petróleo e etanol também vem acompanhada de evolução na qualidade dos produtos que promovem menos emissão de poluentes e redução no consumo.

38 | Prêmio

Aliança Renault-Nissan elege seus melhores fornecedores do Brasil no primeiro ano de efetiva unificação das áreas de compra das fabricantes.

42 | Política industrial

Governo atende parte da reivindicação das montadoras: concede benefícios tributários para veículos híbridos, mas deixa de lados os elétricos.

56 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

46 | Distribuição

Marcas de carros de luxo que já produzem ou que em breve terão suas fábricas aqui ampliam suas redes de concessionárias com foco principalmente no Nordeste.

62 | Produto

A trajetória de sucesso nos 10 anos de produção e venda do Agrale Marruá.

66 | Internacional

A feira de autopeças para o mercado de reposição de Taiwan que tem o Brasil na sua mira.

70 | Logística

Programa da Scania reduz custo de transporte de peças e componentes do fornecedor para a fábrica.

58 | Artigo

Ronaldo Mazará Júnior



Divulgação/Agrale

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

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, Michele Loureiro, Viviane Biondo, Roberto Hunoff, sucursal de Caxias do Sul, RS, repórteres da Agência AutoData de Notícias

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: @istockphoto/TinaFields

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

Departamento de Negócios

Tel. PABX 5189 8900, fax 5181 8943, José Luiz Giadas, gestor comercial

Comercial e Publicidade

Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Renata M Dias, Rosa Damiano, Carolina Zanini, sucursal de Caxias do Sul, RS, 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), Márcio Barreto da Costa, Maria Aparecida de Souza, Maria Elza C Neves, Simone R Costa

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISN 1415-7756

AutoData é publicação da AutoData Editora Ltda., r. Verbo Divino, 750, 04719-001, Chácara Santo Antônio, São Paulo, SP, Brasil, tel. PABX 55 11 5189 8900, fax 55 11 5181 8943. É proibida a reprodução sem prévia autorização, mas permitida a citação desde que identificada a fonte.



Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPEP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/autodata



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Que venha, então, 2015

Há um ano ninguém imaginava um 2014 tão difícil. Fatores que poderiam ter sido positivos, como a Copa do Mundo para o mercado de ônibus, acabaram frustrando. Às vésperas do maior evento do esporte mundial, desta vez no Brasil, as estimativas de vendas de veículos destinados ao sistema BRT eram de 4 mil unidades. Só metade desse volume chegou às ruas como mostra reportagem sobre mobilidade urbana da repórter Viviane Biondo. E as frustrações não pararam por aí. As exportações para a Argentina despencaram e o mercado interno desacelerou ainda no primeiro trimestre.

Exceção às vendas de carros de luxo, com demanda ampliada graças, principalmente, ao bom desempenho de regiões como o Nordeste, novo foco dos fabricantes premium no processo de ampliação de rede. De positivo a manutenção de investimentos de peso, como o da Fiat Chrysler em Pernambuco, e o anúncio de novos aportes como o da ArcelorMittal em Minas Gerais, Estado que só perde para São Paulo em faturamento de autopeças e, pela sua importância, ganhou capa nesta nossa edição. Quanto ao ano que vem ninguém espera grandes saltos. Mas novas fábricas serão inauguradas, com a da Jeep em Goiana, PE, da Audi em São José dos Pinhais, PR, e da Honda em Itirapina, SP, só para citar algumas. Sinal claro que o setor mantém firme sua aposta no potencial do mercado brasileiro.

Que venha, então, 2015.

AD

Alzira Rodrigues | editora chefe

alzira@autodata.com.br

TANQUE METÁLICO: A SOLUÇÃO DO FUTURO.

Business solutions

- money transfer
- net banking
- transportation

Entertainment

- films
- music
- games
- e-books



A maneira de pensar o mundo está sempre em transformação, exigindo soluções diferenciadas. A ideia que nos move é construir, com a nossa tecnologia, um futuro cada vez melhor para o nosso país e para o mundo.



Electronics Shopping Design
Mail Internet Maps Radio
TV Work Travel Tech
Entertainment Security
Global Music Companies
Songs Graphics Vacancy
Job Data Games People



grupos.com.br

data central



```
rollup 1 "Gauge sampler initialization" (  
  parameter 40 "GaugeSamplerType" 1  
  parameter 6 "Filter" 0  
  parameter 105 "FilterName" "GaugeSampler" 1  
  parameter 7 "FilterSize" 100000  
  parameter 8 "FilterParam" 100000  
  parameter 9 "FilterParam" 100000  
  parameter 10 "FilterParam" 100000  
)
```

```
rollup 2 "TPC Sampler" (  
  parameter 94 "Spec" "GaugeSampler" 1  
  parameter 95 "Spec" "GaugeSampler" 1  
  parameter 96 "Spec" "GaugeSampler" 1  
  parameter 97 "Spec" "GaugeSampler" 1  
  parameter 98 "Spec" "GaugeSampler" 1  
  parameter 99 "Spec" "GaugeSampler" 1  
)
```

Se beber, não dirija.



AETHRA

SISTEMAS AUTOMOTIVOS

Tecnologia de Vanguarda

No Egito

AMWM International fechou um novo acordo de fornecimento e exportação de motores Série 10 com a empresa Egypt Power, do Egito. O contrato estipula embarque de 2,4 mil motores pelos próximos quatro anos. Recentemente a fabricante de motores celebrara outro acordo com a mesma empresa, de oitocentos motores, também da Série 10, por três anos.

Lá também

O Honda HR-V, que será fabricado no ano que vem aqui, tem produção confirmada

Desafio e tanto

A Renault persiste com o Fluence na tentativa de incomodar Honda Civic e Toyota Corolla na dianteira do segmento de sedãs médios no Brasil. O modelo, agora atualizado esteticamente na linha 2015, tem preços agressivos e nível de conteúdo acima da média. Dispõe de quatro versões a partir de R\$ 67 mil.



Divulgação/ Renault

também para a Argentina. As primeiras unidades sairão de Sumaré, SP, e de Campana, na Região Metropolitana de Buenos Aires, a partir de março. A estimativa é de que da fábrica argentina, onde hoje é produzida a antiga geração do City e também motocicletas, sairão anualmente 15 mil unidades do SUV.

Duas décadas

Estudo da Anfavea indica que a frota nacional de veículos poderá crescer 140% em vinte anos. Saltará dos atuais 40 milhões para 95,2 milhões até 2034. Caso esse cenário se confirme, aponta o estudo, os licenciamentos anuais chegariam à faixa de 7,4 milhões de unidades, crescimento médio anual de 3,7% até lá.

Muito pouco

Vincent Carré, vice-presidente mundial de veículos elétricos da Renault, calcula que, em um contexto favorável, as vendas anuais de veículos elétricos e híbridos no Brasil podem representar 1% do mercado nos próximos quatro ou cinco anos, algo como 35 mil unidades na relação atual.

Pneus verdes

Linha de financiamento de R\$ 33,2 milhões foi aprovada pelo BNDES para investimentos em inovação da Pirelli no País. Os recursos se destinam ao desenvolvimento de novos modelos de pneus verdes, diz o banco.

Randon

David Randon, presidente das Empresas Randon, assentou a pedra fundamental da fábrica de Araraquara, SP. O projeto consumirá, em princípio, R\$ 100 milhões. Lá serão fabricados, a partir de 2016, semirreboques canavieiros e vagões ferroviários.



Divulgação/Volvo

Powels de volta

Após sete anos Thomas Schmall deixará o cargo de presidente e CEO da Volkswagen do Brasil. Em janeiro a operação passa a ser comandada por David Powels, atual diretor-geral da Volkswagen da África do Sul, que trabalhou no Brasil como vice-presidente de finanças e estratégia corporativa de 2002 a 2007. Schmall retorna à matriz como membro do Conselho de Administração da marca Volkswagen, responsável por Componentes. Powels, que entrou no grupo em 1989 e teve passagem também pela Audi, dirigia a operação sul-africana há sete anos.

Parceiros

Fornecedores já trabalham arduamente em projeto de partes e componentes de picape média com a marca Fiat e do Jeep Cherokee. O mais importante: ambos, dizem os executivos dessas empresas, sairão da nova fábrica de Goiana, PE, já no transcorrer do ano que vem. A Fiat, até o momento, assegura que em 2015 a planta pernambucana fabricará somente o Jeep Renegade. Outros produtos viriam mais para frente, numa segunda etapa da operação na unidade.

A pressão de custos está forte e a situação ficou próxima do limite para não prejudicar nossos negócios.

Ricardo Alouche | vice-presidente de vendas e marketing da MAN Latin America, ao justificar aumento médio de 5% nos preços dos caminhões a partir de 1º de janeiro

Sondagem

Empresas do setor automotivo do Rio Grande do Sul estão na mira dos japoneses. Integrantes da Jetro, sigla para Japan External Trade Organization, agência de comércio exterior vinculada ao governo do Japão, estiveram no Estado em busca de acordos.

Vai bem

De janeiro a outubro, segundo a Fenauto, foram vendidos 8,6 milhões de veículos usados, 5,5% a mais do que nos dez primeiros meses do ano passado.

Twizy

A Itaipu Binacional iniciou a montagem de 32 unidades do Renault Twizy, elétricos que integram acordo de cooperação tecnológica.

X-1

Um mês após inaugurar sua fábrica em Araquari, SC, onde monta o sedã Série 3, a BMW deu início à produção do utilitário esportivo X1. As primeiras unidades do segundo BMW nacional chegarão às concessionárias no primeiro trimestre de 2015.

Pneus

Até 2019 todos os veículos leves produzidos no Brasil serão equipados com pneus verdes. A estimativa é de Fábio Fossen, novo presidente da Bridgestone no Brasil. "Atualmente 70% dos veículos já deixam as montadoras com pneus que usam tecnologia mais sustentável e esse índice chegará a 100% em cinco anos."

Agora Land Rover

O Grupo SHC, de Sérgio Habib, adicionou mais uma marca às bandeiras que representa como concessionário no País: a Land Rover.

Modelo

A tradicional Caçula de Pneus é a primeira rede de serviços automotivos a adotar o conceito Pirelli Premium em uma loja de pneus na América do Sul.

O número

9

milhões de motores já foram produzidos pela Volkswagen em São Carlos, SP

Dois dígitos

Apesar de manter a quarta colocação no mercado brasileiro há muitos anos, a Ford não registra participação de mercado de dois dígitos desde 2010, algo esperado para 2015, segundo Oswaldo Ramos, gerente geral de marketing da empresa.

Gefco

A Gefco Logística do Brasil confirmou aporte de R\$ 33 milhões em Guaíba, RS, para centro logístico que atenderá fluxo de veículos trazidos em especial da Argentina. No ano passado 259 mil veículos ingressaram no mercado brasileiro pelo Rio Grande do Sul.

Iveco

A Iveco lançou o Tector Economy, caminhão destinado a operações urbanas e interurbanas de curtas e médias distâncias. Disputará o segmento de 15 toneladas.



Fabricantes de automóveis devem melhorar o processo de lançamento para atingir metas de rentabilidade.

Briefing de Inovação da Indústria

Os lançamentos de programas automotivos estão se tornando cada vez mais complexos. Os fabricantes de automóveis têm de entregar veículos mais ecológicos - e construí-los com processos de maior eficiência energética. Eles também têm que reduzir custos para competir em mercados globais, enquanto a demanda por veículos mais personalizados aumenta as variações que seus processos devem suportar. Finalmente, as montadoras enfrentam a pressão contínua para reduzir mais o tempo dos cronogramas que já tem visto significativas reduções na última década.

Para fazer carros mais customizados e sustentáveis, em um ritmo mais rápido para os mercados globais, as montadoras precisam adotar novas estratégias de manufatura. Estas estratégias devem ajudá-los: 1) planejar e projetar novos processos rapidamente, 2) avaliar com precisão o impacto das alterações, 3) implantar rapidamente as melhores práticas através de operações globais, e 4) melhor prever o tempo, custo e qualidade de cada lançamento de programa.

Em face à esses imperativos, muitas montadoras líderes estão implementando uma abordagem de tomada de decisão colaborativa que integra engenharia e manufatura no desenvolvimento do processo de lançamento. Esta abordagem fornece à manufatura acesso antecipado aos dados do produto para que os processos possam ser projetados, otimizados e validados simultaneamente com o projeto. Ela também aumenta a eficiência das estratégias de plataformas modulares empregadas para suportar

crescentes variações. Mais importante, esta abordagem fornece aos executivos clara visibilidade de todas as fases do desempenho do programa.

A Siemens PLM Software chama esta abordagem de "Lançamento Previsível" porque dá as montadoras maior confiança de que seu powertrain, body-in-white, estamparia e processos de montagem final irão atender as expectativas de entrega, metas de qualidade na primeira vez, e as metas de rentabilidade do programa.

Lançamento Previsível

Qualidade na Primeira Vez

Ramp-up Mais Rápido até o Volume

Custos Excedentes Reduzidos

Muitas montadoras estão adotando uma solução de "Lançamento Previsível" que integra engenharia e manufatura para melhorar a tomada de decisão do processo de lançamento. "Lançamento Previsível" ajuda montadoras a alcançar qualidade na primeira vez, ramp up mais rápido até o volume e baixos custos excedentes.



A Siemens PLM Software tem ajudado muitas das principais montadoras a executar lançamentos mais previsíveis e rentáveis. Se você quer saber como superar os novos desafios da manufatura automotiva, visite o site "Lançamento Previsível" em: bit.ly/siemens-auto

Protege você como nenhum outro.

Golf, o carro mais seguro do Brasil.



www.latinncap.com

TEST 2014



O único 5 estrelas
também para crianças.

O Golf foi o primeiro carro a receber 5 estrelas na proteção para adultos e crianças pelo Latin NCAP. Isso porque foi projetado em todos os detalhes para ser um carro mais seguro para você e sua família. Este reconhecimento é mais uma prova de que o Golf é tudo o que a Volkswagen tem de melhor em tecnologia, inovação e segurança, em um único carro.





Todos juntos fazem um trânsito melhor.



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

Novo Golf. Não é só um carro. É o Golf.



Das Auto.

A close-up portrait of a middle-aged man with light brown, slightly messy hair and blue eyes. He is wearing a dark suit jacket over a light blue button-down shirt. He is looking off-camera to the right with a slight smile. The background is a blurred interior of a car, showing parts of the dashboard and seats.

From the Top

Pacote pronto

Entrevista a Alzira Rodrigues, Décio Costa,
George Guimarães e Viviane Biondo
redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

Os planos são bem ambiciosos. A Cummins quer quase dobrar de tamanho na América do Sul até o fim da década a partir de negócios nas áreas de mineração, óleo e gás, marítima, geração de energia, máquinas de construção e automotiva. Não necessariamente, porém, essa alta significará aumento de produção no complexo industrial de Guarulhos, SP, única base produtiva da empresa na região:

“Nossa missão é crescer independentemente de onde venha o produto. Se ele vier de outra região mais com-

petitiva é assim que cresceremos”, diz o presidente da Cummins América do Sul, Luís Pasquotto.

O executivo atribui o sucesso da companhia à estratégia de operar com pacote pronto: “A gente se orgulha de a Cummins oferecer soluções integradas, pois fornecemos o motor e o pós-tratamento junto. Para o cliente é uma vantagem, trata apenas com uma empresa. Entregamos o pacote pronto, o que reduz complexidade e custo”.

A empresa fatura hoje na região US\$ 1,6 bilhão, dos quais US\$ 900 mil gerados a partir do Brasil, valor que

não caiu mesmo com a crise no mercado brasileiro de caminhões. O faturamento inclui joint ventures no Chile e no Peru e, por isso, segundo Pasquotto, não constam dos livros contábeis da companhia.

Por causa da falta de competitividade para exportar, a empresa suspendeu projeto de uma nova fábrica em Itatiba, SP. Isso não significa, no entanto, que a fabricante reduzirá investimentos por aqui:

“Ao contrário, estamos em fase final de definir novo plano e a média anual deve crescer”.

“Nossa missão é crescer na América do Sul, não necessariamente a partir da nossa fábrica de Guarulhos”

Em evento recente o senhor falou sobre o plano da Cummins de dobrar de tamanho na América do Sul. É um projeto para qual período?

Nosso plano é dobrar os negócios na região até o fim da década. Nosso centro de produção está aqui no Brasil, mas a nossa missão é crescer independentemente de onde venha o produto. Se ele vier de outra região mais competitiva é assim que cresceremos.

Como a empresa opera na região?

Até 2012 tínhamos várias unidades de negócios trabalhando de forma razoavelmente independente: motores, turbos, filtros, Cummins Emissions Solutions, geração de energia e distribuição. Eram independentes e algumas só focavam o Brasil, outras o Mercosul e algumas a América do Sul. Dai concluímos

que estava na hora de harmonizar as coisas, integrar toda a região. E a missão passou a ser crescer na América do Sul, não necessariamente a partir da nossa fábrica de Guarulhos. Se o produto puder sair deste nosso complexo industrial, fantástico. Se não trazemos de outros lugares.

Qual é a estratégia para dobrar o faturamento? Novos negócios, novos produtos, novas unidades ou o próprio crescimento do mercado favorecerá tal meta?

Pretendemos crescer com base em tudo isso. Quando falamos do mercado, hoje, vivemos uma crise. Mas não olhamos nosso negócio no horizonte de um ou dois anos. Olhamos cinco anos pra frente. Apesar do momento atual é razoável supor que a nossa economia voltará a crescer 3% ou 4% ao ano. Além disso estamos



“Nosso faturamento hoje na América do Sul está em US\$ 1,6 bilhão, incluindo as joint ventures no Chile e no Peru. A meta é praticamente dobrar de tamanho até o final da década.”

ganhando participação em todos os segmentos nos quais atuamos.

Também contribui a integração dos negócios na região?

Com certeza essa integração nos tornou mais competitivos e é fator de crescimento. A gente se orgulha de a Cummins oferecer soluções integradas, pois fornecemos o motor e pós-tratamento junto. Para o cliente é uma vantagem, trata apenas com uma empresa. Entregamos o pacote pronto. Reduz complexidade e custo. Há quinze anos era mais fácil fazer motor, que entregava potência e, às vezes, barulho. Hoje tem de ter potência, baixo ruído, baixa emissão de poluentes, ser estético e ter integração eletrônica.

A empresa, então, tornou-se mais competitiva?

Mais competitiva e mais ágil. E tem outro fator importante. Com a integração passamos a ver a América do Sul com outros olhos. Saímos do foco automotivo, de máquinas agrícolas e de construção e passamos a olhar também setores como o marítimo, geração de energia, petróleo e ferroviário, além de intensificarmos a atuação na mineração.

Qual é o faturamento anual na América do Sul?

Hoje está em US\$ 1,6 bilhão, incluindo as joint ventures no Chile e no Peru. Mesmo com a crise no mercado de caminhões no Brasil este valor não caiu. A Cummins Inc. faturou



0800-703 FORD
3673

FACEBOOK.COM/FORTBRASIL

Respeite os limites de velocidade.

NÃO É APENAS
UM CARRO
COMPLETO.
É UM ECOSPORT
COMPLETO.



- ▶ DIREÇÃO ELÉTRICA
- ▶ AR-CONDICIONADO
- ▶ AIR BAG DUPLO
- ▶ FREIOS ABS COM EBD
- ▶ VIDROS, TRAVAS E ESPELHOS ELÉTRICOS
- ▶ SYNC® COM COMANDO DE VOZ E BLUETOOTH
- ▶ RODAS DE LIGA LEVE 15"



Go Further



“A exportação representa atualmente 10% do nosso faturamento. Já foi mais de 50% no começo dos anos 90.”

US\$ 17,3 bilhões no mundo no ano passado [sem incluir as vendas de joint ventures], sendo que cerca de 8% foi na América do Sul, 5% no Brasil.

Onde a Cummins atua hoje?

Estamos presentes em todos os países da América do Sul. Temos uma operação própria na Argentina, que chamamos de distribuidor, mas vai muito além do pós-venda. É uma unidade de negócio que além de vender peças tem engenharia e cuida do desenvolvimento de negócios para crescer no mercado, inclusive na área de mineração. A Argentina cuida da Bolívia, Paraguai e Uruguai. No Peru atuamos em mineração, energia e marítimo, além da área automotiva.

Como é a operação no Chile?

No Chile temos joint venture com a Komatsu, 20% dos nossos negócios na América do Sul, cerca de US\$ 300 mil, são de lá.

Do faturamento total da região quanto advém do Brasil?

US\$ 900 mil são gerados daqui.

Por que a Cummins suspendeu o projeto da fábrica de Itatiba?

O cancelamento desse projeto, que não será retomado, não significa que não estamos investindo no Brasil. Ano que vem é o ano que mais investiremos aqui. Ainda estamos discutindo o valor. Nos últimos cinco anos investimos US\$ 148 milhões e a média anual deverá subir. Mas mudamos a estratégia de manufatura. O Brasil perdeu competitividade para

Motor desliga,
motor religa.
Com **Start/Stop**
Bosch você
economiza
combustível
e respeita o
meio ambiente.



Start/Stop

Sistema que desliga e religa o motor automaticamente no trânsito.
www.bosch.com.br



BOSCH
Tecnologia para a vida

Faça revisões em seu veículo regularmente.

exportar, inclusive para países da região, por isso a opção por suspender o projeto.

O que é hoje a Cummins na região? A empresa está apostando mais em outras áreas que não a automotiva?

A gente acha que o setor automotivo vai crescer, mas não mais em índices elevados. Apostamos muito em geração de energia, área marítima e também em infraestrutura, com mais máquinas de construção. Também crescerão os segmentos de óleo e gás e mineração.

Se houver necessidade de ampliar a oferta local é possível aumentar a produção de Guarulhos?

Ainda temos espaço para crescer nos próximos anos. Tanto é que estamos nacionalizando os motores 3.8 e 2.8 que vêm da China e são destinados à Série F da Ford, caminhões leves e ônibus da MAN e da Agrale. Eles serão nacionais até o meio do ano que vem.

Por que nacionalizar?

O produto deu muito certo no mercado e temos novos negócios com ele que não podemos revelar ainda. Daí justifica a montagem local.

Como o senhor avalia o Inovar-Auto? Para a Cummins é um empecilho ou um incentivo?

No projeto de dobrar vendas ele ajuda no curto prazo. É um programa que se faz necessário em função da baixa competitividade da indústria brasileira. Mas é insuficiente e insustentável a

longo prazo. No curto prazo nos ajuda. São necessárias outras medidas para tornar o País competitivo.

O Inovar-Auto contribuiu para a decisão de nacionalizar os motores?

Já tínhamos essa intenção, mas o Inovar-Auto nos deu a convicção de que estávamos no caminho certo.

E o preço será competitivo?

Depende da configuração do produto. Vamos ter a oferta local e a importada. Damos a opção e o cliente decide.

Vamos falar um pouco de tecnologia. O Euro 6 chega ainda nesta década?

Não está claro quando chega. O que sabemos é que a mudança só ocorrerá três anos após ser anunciada. Mas avaliamos que a indústria de motores diesel já fez seu dever de casa. Os motores Euro 5 já entregam nível de emissão bastante baixo. A contribuição maior para melhorar o meio ambiente seria retirar do mercado os caminhões antigos.

E o consumo? Há espaço para melhorar eficiência?

Esse é o nosso grande desafio. Reduzindo consumo se reduz a emissão de CO₂. Estamos trabalhando para reduzir o consumo de combustível em 25%. O que envolve não só tecnologia do motor, mas de todos os recursos eletrônicos que ele incorpora.

Quando essa meta será atingida?

Pretendemos atingir esses 25% até o fim da década, o que representaria uma contribuição maior do que a do Euro 6. É um esforço conjunto com nossos clientes.

E a renovação da frota? Quais serão os seus benefícios para o mercado?

Considerando que mais de 50% da frota tem mais de vinte anos, o desafio é saber como habilitar o autônomo que tem um caminhão velho a comprar um mais novo. Não dá para ele sair do seu produto para um Euro 5. É realmente muito complexo. Mas se conseguíssemos renovar 1% da



“Estamos trabalhando para reduzir o consumo de combustível de diesel em 25%. O que envolve não só tecnologia do motor, mas de todos os recursos eletrônicos que ele incorpora.”

frota ao ano seriam 20 mil unidades comercializadas a mais.

A Cummins ainda consegue exportar?

A exportação representa hoje 10% do nosso faturamento, historicamente nossa taxa mais baixa. Já foi mais de 50% no começo dos anos 90. Exportávamos motor, blocos e componentes para Estados Unidos, Europa e países da América do Sul. Na área de geradores éramos a base de exportação para a região. Agora é suprida por China, Índia e México. O Brasil precisa recuperar sua competitividade.

Para quais fabricantes de veículos a Cummins fornece no Brasil?

Para Ford, MAN, Agrale, International e para a Foton quando ela iniciar operação no País. Na área de caminhões temos participação de 28% e em ônibus 15%.

Com a queda no mercado de caminhões a Cummins perdeu faturamento?

Todo mundo sabe que 2011 foi um ano excepcional. E nós não perdemos faturamento de 2011 para cá. O setor automotivo teve queda nas vendas mas nós crescemos com a ampliação dos negócios em outros segmentos. O de geração de energia, por exemplo, tem alta de 27% este ano. E continuamos olhando novas oportunidades, como o setor ferroviário. Vamos ter este ano o mesmo faturamento de 2011. **AD**

WORKSHOPS

TENDÊNCIAS SETORIAIS

AUTO DATA

PARA ENTENDER E DEBATER AS ALTERNATIVAS DO SETOR AUTOMOTIVO EM 2015!

Dentro do princípio de que a informação será importante instrumento de trabalho e tomada de decisões em 2015, **AutoData** promoverá ao longo do primeiro semestre uma série de 4 workshops setoriais, um sobre cada segmento do setor automotivo (**Máquinas Agrícolas e de Construção, Caminhões, Ônibus e Automóveis e Comerciais Leves**), com o objetivo de debater as perspectivas de curto prazo para a produção e vendas de cada um destes segmentos no Brasil em 2015.

Serão eventos de meio período, com a presença das principais montadoras instaladas no Brasil em cada uma destas áreas, **constituindo importante oportunidade para todos os elos da cadeia automotiva conhecerem e atualizarem seus planos e perspectivas específicas para o ano de 2015**, frente aos conceitos e direcionamentos que serão apresentados pelo novo governo a partir do início do próximo ano.



MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

14H00/14H45 • PALESTRA
TENDÊNCIAS A CURTO PRAZO DA AGRO-
INDÚSTRIA BRASILEIRA
ALAN RIDDELL, SÓCIO KPMG

14H45/15H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS MÁQUINAS AGRÍCOLAS, MERCADO
DOMÉSTICO
VALENTINO RIZZIOLI, PRESIDENTE CNH; JOHN DEERE E AGCO

15H30/15H45 • COFFEE BREAK

15H45/16H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS MÁQUINAS DE CONSTRUÇÃO, MERCADO
DOMÉSTICO
**ROQUE REIS, DIRETOR CNH; ROBERTO MARQUES, COUNTRY
MANAGER BRASIL JOHN DEERE CONSTRUCTION & FORESTRY
E AFRÂNIO CHUEIRE, PRESIDENTE VOLVO CE.**

16H30/17H15 • PALESTRA
EXPORTAÇÕES MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO
ANFAVEA

25
de fevereiro

INVESTIMENTO
R\$ 980,00

E MAIS...

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS CAMINHÕES

27
de abril

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES

25
de maio

WORKSHOP TENDÊNCIA SETORIAIS ÔNIBUS

29
de junho

INFORMAÇÕES

LOCAL : MILENIUM CENTRO DE CONVENÇÕES
RUA DR. BACELAR, 1043, SÃO PAULO - SP

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ANTECIPADAS PELO TELEFONE

(11) 5189-8938/8940

OU PELO E-MAIL

SEMINARIOS@AUTODATA.COM.BR

PARA SE INSCREVER NOS DEMAIS
WORKSHOPS ENTRE EM
CONTATO CONOSCO.

SEMINARIOS@AUTODATA.COM.BR
(11) 5189-8938

AUTODATA Seminários **AUTODATA**



Muitas paradas até o ponto final

Ampliação dos projetos de BRT e renovação dos chassis rumam dos grandes centros aos subúrbios em todo o País. Mas a velocidade de conclusão ainda é dúvida.

Viviane Biondo | viviane.biondo@autodata.com.br

Triste balanço ou mercado em potencial. Eis as visões possíveis, embora antagônicas, sobre o mercado de chassis de ônibus urbanos no Brasil. Às vésperas da Copa do Mundo as estimativas de vendas de veículos destinados ao sistema BRT, Bus Rapid Transit, eram de 4 mil unidades. Apenas metade desse volume, no entanto, chegou às ruas das principais capitais, como conta Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz do Brasil.

“Fica a lição: não é prudente vincular a construção dos corredores a eventos esportivos. Valeu para a Copa e valerá também para os Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, em 2016. Ambos são apenas um estímulo para os projetos fluírem em maior velocidade e não uma garantia de sua conclusão”.

Mesmo tendo revisado as contas, Barbosa faz coro com os mais otimistas: “Acredito no conceito do BRT e creio em sua continuidade nos próximos quatro anos. Sua adoção requer tempo e investimentos em infraestrutura e nossa estimativa de mercado é de mais 4 mil veículos apenas para esse sistema, considerando-se a conclusão de projetos já previstos e a inclusão de novos corredores”.

A Lei da Mobilidade Urbana, número 12 587, de 2012, também deve contribuir com a evolução do transporte. Com 215 projetos o programa federal contempla 34 de BRTs, 75 de corredores de ônibus, três de trens urbanos, onze de metrô, nove de VLT, Veículo Leve sobre Trilhos, 38 de obras viárias e 45 de outras modalidades.

Para participar os municípios devem elaborar um plano de mobilidade até abril de 2015. Se não cumprirem o prazo deixarão de receber verbas federais para novos investimentos. Dentre as cidades que aceleraram as vias exclusivas aos ônibus articulados estão Belo Horizonte, MG, e Recife, PE, além do destaque para Curitiba, PR, o berço do BRT no País, já consolidado.

No Rio de Janeiro, RJ, onde o BRT é destaque com a Transoeste e a Transcarioca, o ar-condicionado é obrigatório nas carrocerias, e os corredores em São Paulo seguem o mesmo rumo, com sistema de refrigeração atualmente em testes nos veículos.

Segundo Sílvio Munhoz, diretor de vendas de ônibus urbanos da Scania, cidades paulistas de médio porte também deverão adotar o BRT em breve, pois “Santos e Sorocaba sinalizam que

utilizarão os corredores, ao mesmo tempo em que a bilhetagem eletrônica se espalha rapidamente. Há uma nova estrutura de transporte se desenhando, com aumento da capacidade e da qualidade do transporte público”.

O pacote de série da linha de chassis de ônibus 2015 Scania passa a englobar equipamentos como câmbio automatizado — característico dos veículos que circulam nos corredores. Para Munhoz esses itens deverão chegar em grandes volumes às linhas alimentadoras.

“O passageiro do BRT é muitas vezes o mesmo que vem dos subúrbios. E acostumado à qualidade dos corredores, exigirá o mesmo nas linhas de bairro, o que deverá levar modernização a esses locais. Trata-se de uma pressão positiva.”

A Volvo também aposta alto no BRT

e lançou este ano o guia Mobilidade Inteligente, ação do Programa de Mobilidade Volvo.

“O objetivo é estimular as cidades, sobretudo as médias, a adotar soluções mais inteligentes de transporte”, conta Luís Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America. “As contribuições do BRT são inúmeras, já que reduz emissões, tempo de viagem e, ao mesmo tempo, leva mais passageiros.”

EVOLUÇÃO DOS MENORES — O nicho das linhas alimentadoras é justamente o alvo da Iveco Bus, divisão de ônibus da CNH Industrial apresentada oficialmente durante a FetransRio, realizada em novembro.

A operação da marca tem por objetivo criar identidade e estrutura próprias para o transporte de passageiros. O destaque desta nova fase é o chassi

Novidade nas catracas

A Digicon fornecerá em torno de 2 mil validadores para quatro operadoras do transporte coletivo de São Paulo. Por determinação da SPTrans toda a frota, de aproximadamente 15 mil ônibus, deverá circular, até janeiro de 2015, com equipamentos de última geração.

De acordo com Hêlgio Trindade Filho, diretor da divisão de mobilidade urbana da Digicon, a SPTrans definiu, no fim de 2013, a troca dos validadores em uso desde o início dos anos 2000. Para suprir a demanda exigida, a empresa pública homologou cinco fornecedores,

que atenderam às novas especificações.

O modelo DG Smart, desenvolvido pela Digicon, traz câmara que permite reduzir fraudes nas utilizações dos cartões de bilhete único. O equipamento permite a verificação dos passageiros que possuem benefícios, descontos ou gratuidades, comparando as fotos previamente cadastradas com a imagem do usuário captada no momento da validação.

O validador ainda tem grande capacidade de armazenamento e transmissão de dados por meio de wi-fi e mo-

dem 3G de última geração, atendendo à exigência de maior conectividade.

Por meio de contrato a empresa já fornece serviços de software e manutenção do sistema do bilhete único diretamente para a SPTrans. A divisão de mobilidade urbana também fornece sistemas inteligentes para controle de tráfego e para estacionamentos urbanos com parquímetros. Responsável por 40% da receita da empresa, que foi de R\$ 60 milhões em 2013, a divisão tem estimativa de alta de 15% em 2014.

Roberto Hunoff

170S28U, destinado a operações urbanas ou de fretamento e que marca o ingresso da fabricante no segmento de 17 toneladas.

Ricardo França, supervisor comercial da Iveco Bus, fala sobre as projeções: “Nossa estimativa é alcançar 5% do segmento de 17 toneladas, que corresponde a 10 mil unidades/ano”.

Para Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da MAN Latin America, o avanço das caixas automatizadas nas linhas alimentadoras é destaque no que diz respeito à modernização:

“Este ano 10% das entregas que realizamos tinham transmissão V-Tronic. Para o próximo ano, contando apenas as vendas até agora, já serão 60% de ônibus com caixa automatizada. É tendência, pois reduz o esforço do motorista, o consumo de combustível e os gastos de manutenção. Junto da suspensão a ar e do piso baixo estarão cada vez mais presentes no veículos.”

Barbosa, da Mercedes-Benz, contabiliza que 80% das vendas da fabricante hoje são de chassis com transmissão manual: “Há muito a se ampliar e nos próximos cinco ou oito anos essa curva será inversa. É um processo gradativo, mas virá: acredito nos chassis com motor dianteiro e caixa automatizada como uma opção inicial de conforto e menos custo”.

TECNOLOGIA — Estudos de ergonomia, segurança e componentes de tecnologia embarcada são alguns dos nortes da Caio Induscar no desenvolvimento de carrocerias que atendam às

novas demandas do transporte urbano. Tânia Pires de Souza, gerente corporativa de comunicação e marketing, acredita na ampliação de sistemas como o Multiplex, que identifica as falhas no sistema elétrico do veículo e de ar-condicionado.

Outro desafio, segundo ela, é a redução do peso das carrocerias: “As encarroçadoras seguem um caminho similar ao da indústria de automóveis, que investe esforços em design, desenvolvimento de tecnologias e também no uso de novos materiais”.

A empresa fornece carrocerias para chassis híbridos, que utilizam dois motores, um movido a diesel e outro elétrico, e que economizam até 35%

de combustível, e também para os trólebus, ônibus puramente elétricos.

A estimativa mais modesta para o mercado de chassis de ônibus em 2015 é de estabilidade com viés de alta. A Caio Induscar segue por aí e planeja produzir no próximo ano o mesmo volume deste, com variação de 5% para mais ou para menos.

Algumas fabricantes, no entanto, entendem que o sinal é verde para se projetar maiores volumes. Alouche, da MAN LA, observa que as compras de urbanos ficaram praticamente travadas nos últimos três anos:

“Só fechou negócio quem precisou muito, seja por força de novos contratos em andamento ou novas rotas.



As contribuições do BRT são inúmeras. Reduz emissões, tempo de viagem e, ao mesmo tempo, leva mais passageiros.

Quem vai com Agrale, vai mais longe.



Quem vai contigo quando você quer ir mais longe? Que sonhos você cultiva em seu coração? A vida é uma estrada com muitos caminhos. Escolha a sua direção e leve na carona força e coragem para passar por cima das adversidades. Afinal elas só existem para tornar as suas conquistas ainda mais grandiosas.



AGRALE

Nesse sentido a idade média das frotas já sobe e em casos como São Paulo, onde há limite previsto em contrato, vejo um movimento de renovação nos próximos anos.”

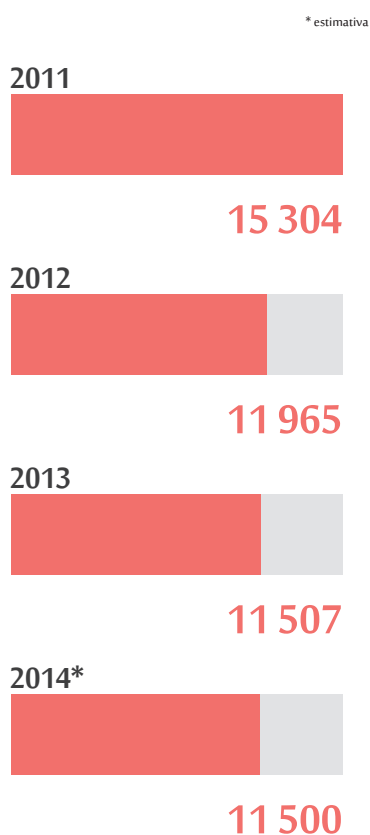
Para ele o segmento de urbanos poderá avançar de 5% a 10% ante 2014: “A grande massa do transporte público não foi renovada, os processos estão estagnados. E como o segmento representa de 80% a 85% das vendas, estimo alta”.

Barbosa, da Mercedes-Benz, complementa que embora ainda existam muitas discussões a respeito de aumento de tarifas Brasil afora, algumas cidades adotam soluções pontuais, tais como concessão de subsídios fiscais.

“A solução não é necessariamente aumentar as tarifas, mas ter equilíbrio com ações como isenção na aquisição de combustíveis para os operadores. Dentre os principais exemplos de sucesso estão Salvador, Vitória e Florianópolis.”

Para a Mercedes-Benz o mercado de chassis de ônibus ficará na faixa de 25

Mercado interno de ônibus urbanos



Fonte: Mercedes-Benz

mil a 27 mil unidades no ano que vem, sendo 12 mil de urbanos: “Esse volume representa alta ante a fatia correspondente em 2014, que deve fechar em 11,5 mil unidades, e também ante 2013, que encerrou com 11,5 mil”.

Pimenta, da Volvo Bus, lamenta a baixa procura dos municípios por linhas de crédito para renovação de frota: “O balanço do BRT é triste: nem mesmo a reação popular desde junho de 2013 contra a má qualidade do transporte público conseguiu acelerar a renovação de frota. No entanto creio que se trata de um problema no caixa dos operadores, que não reajustaram as tarifas e, assim, os empresários estão em compasso de espera. Creio que a recuperação comece no segundo semestre do ano que vem, mas só ocorra de fato em 2016”.

Munhoz, da Scania, evita fazer projeções, mas debate o reajuste: “Se a população entender que os aumentos de tarifas são compatíveis, o progresso virá rápido. É um novo capítulo a ser escrito”.

AD

Ônibus pelo smartphone

A Cittati, empresa especializada no desenvolvimento de tecnologia para o gerenciamento de frotas e equipes do setor de transporte público, criou aplicativo que fornece horários de ônibus urbanos em tempo real como também as paradas de ônibus mais próxima do usuário. Segundo Paulo Fraga, diretor comercial e operações, o CittiMobi não

só melhora a vida do cidadão nos seus deslocamentos mas também o transforma num fiel da balança na avaliação dos serviços de transporte.

“A ferramenta permite ser um apaziguador de conflitos na relação do operador do transporte com a gestão pública, pois toda a operação se torna completamente transparente”.

O CittiMobi já tem mais de 300 mil downloads e é realidade em cidades como Santo André, Diadema e São Caetano do Sul, no ABC paulista, Colatina, ES, Juiz de Fora, MG, Volta Redonda, RJ, Ribeirão Preto, SP, Rio Branco, AC, Rio Grande, RS, e Recife, PE. O aplicativo está disponível para Android e iOS.

Décio Costa

ATENÇÃO E CUIDADO O TEMPO TODO PARA SUA EMPRESA NUNCA PARAR.

O que move a Comau é trabalhar para que o motor de sua empresa nunca pare. Multinacional presente em 15 países no mundo e referência em manutenção industrial na América Latina, a Comau oferece aos seus clientes serviços altamente qualificados que garantem a máxima qualidade e produtividade nos seus negócios.



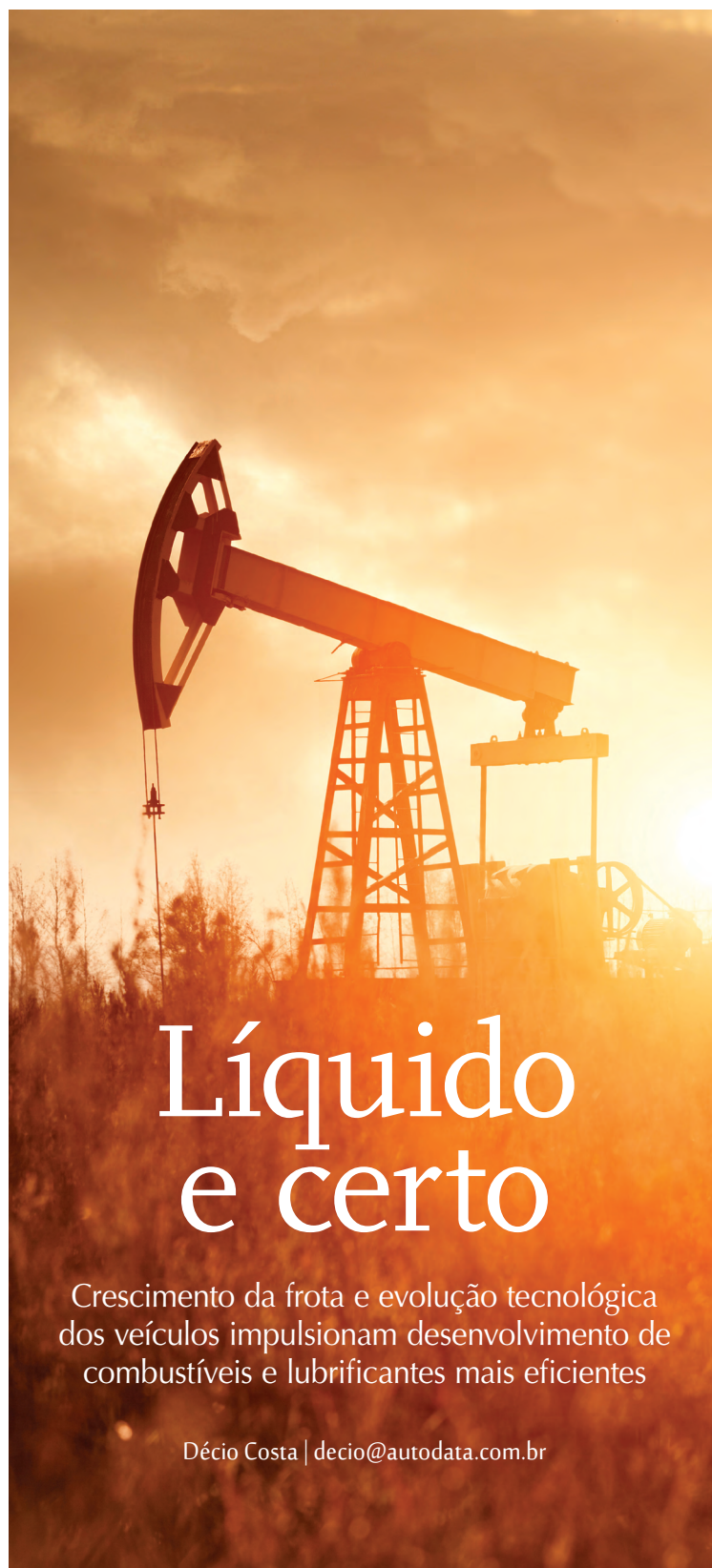
COMAU

www.comau.com

O crescimento das vendas de veículos nos últimos anos engordou de maneira exponencial a frota circulante no Brasil. De acordo com estudo anual mais recente do Sindipeças, o número de automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus que circulam pelas ruas e avenidas brasileiras saltou de pouco mais de 22 milhões há dez anos para 40 milhões no ano passado. O mesmo ocorreu com a frota de motocicletas que dobrou de tamanho em oito anos, alcançando 13 milhões de unidades.

Natural, portanto, o aumento da demanda por combustíveis e lubrificantes. Pelas contas da ANP, Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis, enquanto em 2003 foram entregues 65,3 milhões de m³ de gasolina, etanol, diesel e GNV, em 2013 o volume que chegou às bombas de todo o País ultrapassou 113,4 milhões de m³. E foi assim também com lubrificantes automotivos. De acordo com o Sindicom, Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e de Lubrificantes, a produção do produto saltou de 561,9 mil m³ em 2003 para 900,1 mil m³ em 2013.

Diante de volumes gigantescos fica difícil até mesmo imaginar a complexidade das operações para fazer chegar os produtos em cada um dos pontos de venda do País, o que não se limita apenas a postos de serviços, mas também a uma ampla cadeia de consumidores, dos aeroportos às indústrias. Para atender as dimensões do Brasil, os produtos viajam por dutos, balsas, navios, trens e, claro, rodovias.



Líquido e certo

Crescimento da frota e evolução tecnológica dos veículos impulsionam desenvolvimento de combustíveis e lubrificantes mais eficientes

Décio Costa | decio@autodata.com.br

@istockphoto/Kuzma

Segundo dados do Sindicom, a associação que reúne as empresas responsáveis por 80% do volume de combustíveis e lubrificantes distribuídos no País, a produção do setor é formada por dezesseis refinarias, três petroquímicas, 382 usinas de etanol, outras 63 de biodiesel, além de 142 importadores de diesel e gasolina A, sem a mistura de etanol.

Na distribuição atuam 207 empresas, responsáveis pela armazenagem, transporte e mistura dos combustíveis – etanol na gasolina, biodiesel no diesel e adição dos ativos no etanol ou na gasolina. Por fim, uma rede composta por 39,5 mil postos de serviços, dos quais 24 mil com bandeira, e outros 390 TRR, Transportador Revendedor Retalhista, o agente que adquire combustível a granel e revende no varejo. Trata-se de um universo que fatura R\$ 240 bilhões e promove arrecadação de tributos de R\$ 78 bilhões por ano.

E a perspectiva do setor é de que a evolução continue. O Plano de Negócio e Gestão 2014-2018 da BR Distribuidora, empresa subsidiária da Petrobras, projeta demanda por combustível 20% maior do que a de 2013, ocasião na qual o consumo de todos os combustíveis chegou a 126 milhões de m³. A expectativa da companhia impulsiona investimento de R\$ 5,48 bilhões para o período.

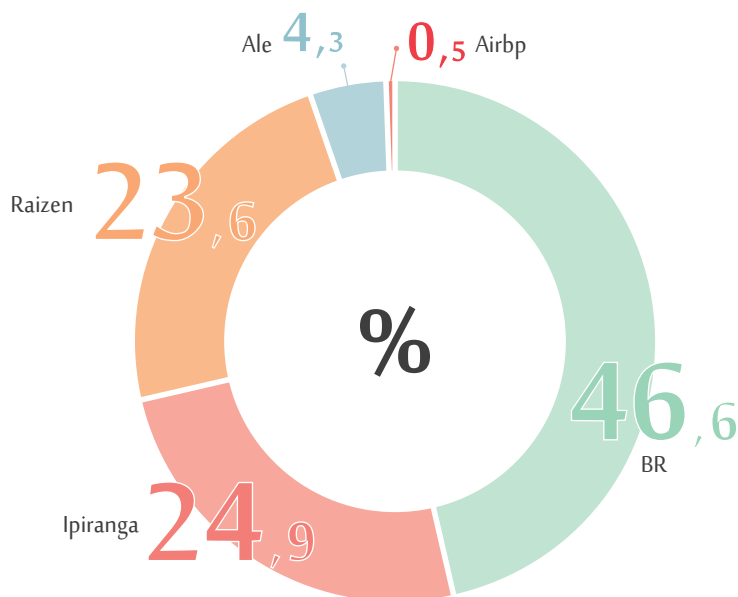
Quando o foco é apenas óleo lubrificante, as projeções também são alentadoras. Relatório do IHS, empresa global de consultoria, revela que o Brasil já é o sexto maior mercado do produto. De acordo com o estudo, de

Trata-se de um universo que fatura R\$ 240 bilhões por ano, gerando arrecadação de R\$ 78 bilhões em tributos

2004 a 2012 o consumo brasileiro de lubrificantes cresceu 33%, chegando a 1,23 milhão de toneladas métricas. Disso, em torno de 70% foram para aplicações automotivas.

“O mercado automobilístico brasileiro continua a ser impulsionado pela criação formal de empregos, pelas melhores taxas de financiamentos”, observou Guido Vildozo, analista da indústria automotiva brasileira para o IHS Automobilístico na ocasião da divulgação do estudo, há um ano. “Mais marcas de automóveis também estão disponíveis, o que igualmente resulta em preços mais baixos. São condições certas para que mais brasileiros tornem-se novos compradores de carros. O IHS espera que o mercado automo-

Participação por empresa no mercado de combustíveis



Fonte: Sindicom

bilístico chegue a 5 milhões de unidades até o fim da década. Isso explica por que o Brasil tornou-se um pilar crítico de crescimento para os fabricantes globais de equipamentos originais e o mesmo pode ser dito em relação aos produtores de lubrificantes que fornecem ao setor automotivo.”

EVOLUÇÃO – As oportunidades para o setor, no entanto, não se limitam somente ao aumento dos volumes de venda e produção, mas também na melhor qualidade dos produtos. No caso dos combustíveis a evolução já vem caminhando há bom tempo com os apertos do Proconve, do Conselho Nacional do Meio Ambiente. Em histórico recente vale lembrar que em 2012 a entrada em vigor das normas am-

bientais equivalentes à Euro 5 fez com que as petroleiras providenciassem um diesel melhor, com menos teor de enxofre, compatível com a nova tecnologia dos caminhões.

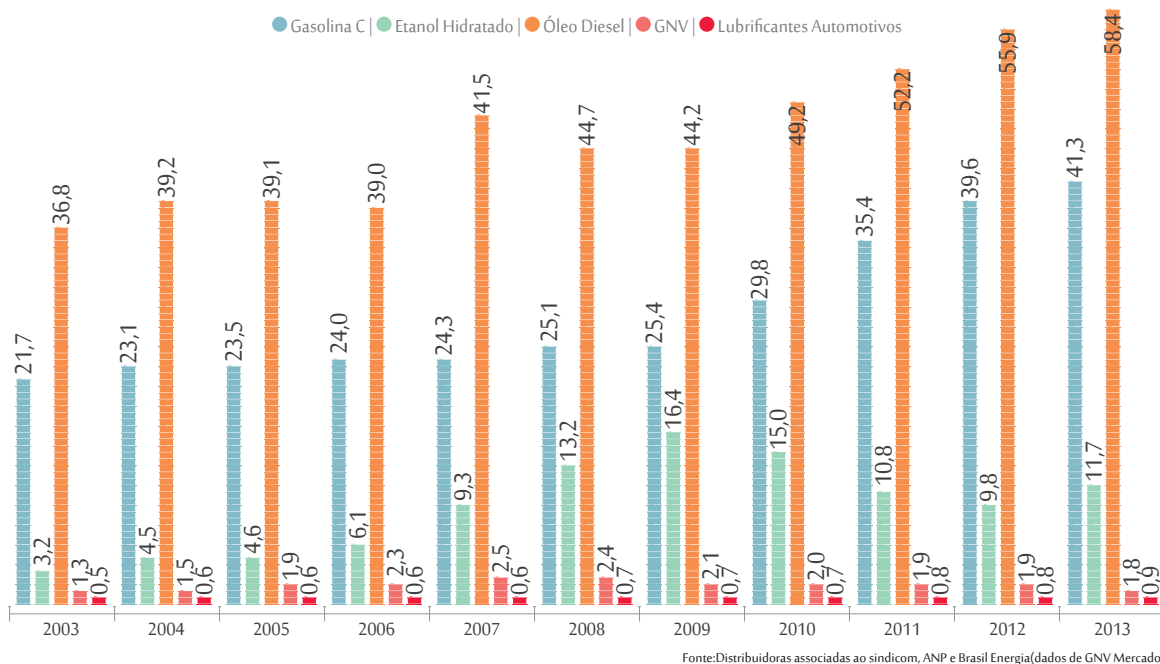
Hoje, o transportador pode abastecer seu veículo com o chamado S10, um diesel com 10 ppm [parte por milhão] contra os S500 e S1800 distribuídos anteriormente para as regiões Metropolitanas e Interior, respectivamente. Além dos benefícios ambientais, o S10 possui propriedades que melhoram a ignição e, por ser mais solvente que os outros, inibe a formação de detritos no circuito de alimentação do veículo.

Desde janeiro de 2014 também as vantagens de um combustível mais limpo chegou aos veículos de ciclo Otto. A fase L6 do Proconve impôs li-

mites mais restritos para os níveis de emissão dos motores. Desde então, a gasolina oferecida nos postos é a S50. De acordo com boletim técnico da Petrobras, a estimativa é de que a redução de poluentes chegue até 59% no médio e longo prazo, além de reduzir em 94% o enxofre na atmosfera. Segundos dados da ANP, a evolução da especificação da gasolina nos últimos dezesseis anos promoveu redução no teor de enxofre de 97%.

O enxofre presente no combustível afeta o funcionamento do catalisador automotivo, pois por reação química compromete a conversão dos gases poluente em gases inertes. Assim, quanto menos enxofre tiver o combustível, permite-se que os sistemas de tratamento de gases operem com mais

Evolução das vendas de combustíveis e derivados (milhões de m³)





VIDROFORTE

25 anos



A Vidroforte parabeniza a Foton Caminhões pela implantação de uma fábrica no Brasil, sentindo-se honrada em ser a empresa homologada e exclusiva para fornecer os vidros de sua produção, que ultrapassa as 600.000 unidades por ano.

A Vidroforte, estabelecida há 25 anos atrás, atua em todos os segmentos automotivos como automóveis, caminhões, ônibus, máquinas agrícolas e de construção civil, trens, metrô e, inclusive, náutico, sendo a maior beneficiadora de vidros genuinamente brasileira.

Combustíveis e lubrificantes

eficiência. O resultado é menos monóxido de carbono, óxido de nitrogênio e hidrocarbonetos no ar.

Se não bastassem os benefícios resultantes na saúde da população, também a gasolina S50 é menos nociva ao veículo. Seu uso causa menos formação de depósitos resultantes da queima do combustível em válvulas, bicos injetores e na câmara de combustão, o que aumenta a vida útil do motor.

ADITIVOS — Adicional à gasolina S50, a ANP trabalha em uma nova regulamentação que permitirá um combustível ainda melhor. O Programa de Aditivção da Gasolina pretende fazer com que a partir de 1º de julho de 2015 toda a gasolina ofertada nos

postos tenha um mínimo de aditivo obrigatório. Com a medida, o aditivo no combustível passa ser compulsório e se iguala a mercados como os dos Estados Unidos. “A fase ainda é de identificar os aditivos e estabelecer a quantidade”, conta Rosângela Moreira de Araújo, superintendente de biocombustíveis e qualidade de produtos da ANP. “Basicamente a gasolina receberá detergentes dispersantes.”

A adição do aditivo potencializa os benefícios provenientes do uso da gasolina S50, como a mitigação das emissões e o prolongamento da vida útil dos componentes do motor. “Tantos os motores a gasolina quanto os movidos a diesel seguem estratégias comuns para a redução de CO₂”, diz

Deanna Murlin, gerente de produto da Lubrizol Corporation. “O uso de aditivos, portanto, será cada vez maior.”

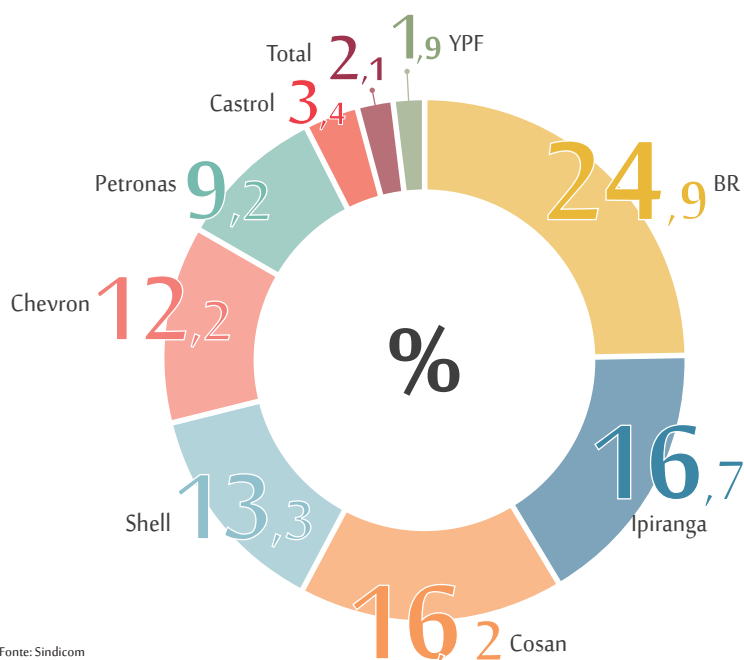
A superintendente da ANP lembra ainda que o combustível de hoje oferece qualidade que não interfere mais no rendimento do veículo. “Chegamos ao ponto no qual não se ganha mais eficiência pelo combustível. A corrida é por menos emissões de poluentes. É a tecnologia empregada pelos fabricantes de veículos que garante um veículo mais eficiente.”

ETANOL — Embora o etanol já seja reconhecidamente um combustível limpo se comparado aos derivados do petróleo, também nesta área os atores do setor buscam um combustível de caráter ainda mais amigável ao meio ambiente. É o que se convencionou chamar de etanol de segunda geração. O combustível é obtido a partir da celulose, ou seja, do que sobra da primeira moagem da cana-de-açúcar: palha e bagaço. Com isso é possível estender a produção de etanol no País sem aumentar a área plantada.

“Ainda estuda-se a viabilidade para sua produção industrial, pois já é possível produzir o etanol de segunda geração em massa, o que impede ainda é o custo”, revela Luciano Rodrigues, gerente de economia e estatística da Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar. “Mas apesar das incertezas comerciais, a perspectiva é de ter o combustível em dois ou três anos a partir de um projeto piloto.”

Esse desenvolvimento no ramo do etanol, porém, está mais adiantado

Participação por empresa no mercado de lubrificantes



Fonte: Sindicom



CAMINHÕES PARA TODO TIPO DE NEGÓCIO E UM SÓ TIPO DE CLIENTE: O EXIGENTE.

- Linha mais completa do mercado.
- Montadora que mais cresceu no mercado nos últimos 6 anos.
- Fábrica mais moderna do país.
- Rede com mais de 100 concessionários.
- Empresa da CNH Industrial, líder em bens de capital no mundo.
- Presente em mais de 150 países.



CENTRO DE ATENÇÃO AO CLIENTE 0800 702 3443
Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Combustíveis e lubrificantes

do que se imagina. A Raízen Energia, o maior grupo sucroalcooleiro do País, produz desde novembro em sua usina Costa Pinto, em Piracicaba, SP, o tal etanol celulósico. A expectativa é a de obter, em três anos, um produto ao mesmo custo do da primeira geração, por volta de R\$ 1,10 por litro.

LUBRIFICANTES — Se a realidade do produto que abastece o tanque de combustível é mais limpa e eficiente de que no passado recente, a do que entra no cárter do motor também não fica atrás. O aperto na legislação já proibiu produção e venda de alguns tipos de lubrificantes, com classificação de desempenho mais adequada aos veículos das décadas de 80 e 90. Hoje, o processo de downsizing encabeçado pela indústria automotiva tornou os motores menores, mais leves, eficientes e potentes.

“As demandas das montadoras em busca de menos consumo e emissões é cada vez maior e não só no Brasil em virtude do Inovar-Auto, mas no

mundo todo”, ressalta Melissa Klasing Chen Ufer, gerente de marketing de combustíveis e lubrificantes da Basf para a América do Sul. “Há diversas frentes, desde aditivos que reduzem a degradação do motor, óleos que garantem menos perda de energia do eixo, até lubrificantes que não precisam ser nunca substituídos ao longo da vida útil do veículo.”

A pauta é global como destaca a gerente da Basf, porém, a corrida por mais eficiência, além de aproximar as montadoras das fabricantes de lubrificantes, adiciona relevância aos centros de desenvolvimentos regionais, pois torna o mercado mais complexo.

“O objetivo de melhorar consumo e emissão traz novas variáveis no jogo”, observa Marcelo Capanema Lima Silva, gerente de tecnologia, pesquisa e desenvolvimento da Petronas, estatal petrolífera da Malásia com fábrica de lubrificantes em Contagem, MG. “As metas por mais eficiência também impulsionam novas tecnologias e siste-

mas nos veículos que solicitam o uso cada vez maior de óleos sintéticos.”

As mudanças que ocorrem no setor automotivo brasileiro nos últimos anos não trazem outras consequências nas áreas de combustíveis e lubrificantes senão também aumento de qualidade e quantidade. Ao olhar para o mundo e especialmente para o País, tanto em virtude do Inovar-Auto quanto de legislações inéditas que possam surgir, o desafio para cadeia é contínuo.

“O mercado ainda mudará muito em poucos anos. Novas regulamentações estão surgindo que exigem menos poluição do ar e redução no consumo de combustível dos veículos motorizados”, afirma Stefan Mueller, especialista em análises químicas do IHS e autor do estudo a respeito de lubrificantes. “Esses objetivos podem ser atingidos somente com a introdução de produtos baseados em óleos de base de maior qualidade e novas químicas aditivas que já são realidade em outras partes do mundo.” **AD**

Óleo que vem do gás

Exemplo de inovação da área petrolífera recentemente anunciado para o mercado brasileiro vem da Shell. A empresa começará a ofertar no País a partir de janeiro o primeiro lubrificante feito com base em óleo obtido a partir de gás natural, combustível fóssil menos danoso ao meio-ambiente do que o petróleo. A promessa do Helix Ultra Pureplus é de economia de combustível e menor des-

gaste e corrosão dos motores. Testes da fabricante apontam que o uso do novo lubrificante reduz em cerca de 3% o consumo de combustível, deixa os pistões até 65% mais limpos do que seus concorrentes derivados de petróleo e geram menor acúmulo de borras nos componentes do motor. “O óleo a partir do gás natural chega a ser até 99,5% mais limpo do que os minerais”, garante

Simone Ferreira, gerente de tecnologia de lubrificantes da Shell América Latina. “Os motores ficam mais próximos da condição de limpeza de fábrica ao usar o novo lubrificante. Isso pode gerar até 850 quilômetros a mais por ano de rodagem”. A empresa invete R\$ 10 milhões no Rio de Janeiro para produzir o novo lubrificante, hoje feito no Catar.

André Barros



Onde tem desenvolvimento, tem a nossa marca.

AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA **CASE II** **CASE** **DAVEY** **IVECO** **FPT**

A CNH Industrial é líder global no setor de bens de capital, com experiência industrial reconhecida, uma ampla gama de produtos e presença mundial, com 62 fábricas, 48 centros de pesquisa e desenvolvimento e 71 mil empregados. Mas sua importância vai muito além de sua grandeza. Por meio de suas marcas, a CNH Industrial é responsável pela produção de motores que geram energia, pela fabricação de caminhões e veículos comerciais, equipamentos agrícolas e de construção. Máquinas que contribuem para o desenvolvimento do mundo, produzindo alimentos, construindo estradas e obras de infraestrutura e transportando a riqueza para o Brasil e os demais países.

CNH
INDUSTRIAL

Clube de compras

No primeiro ano de direção unificada da área de compras, a Aliança Renault-Nissan elege de forma conjunta seus melhores fornecedores no Brasil

Viviane Biondo | viviane.biondo@autodata.com.br

A distância que separa o Paraná do Rio de Janeiro parece cada vez menor, ao menos no que diz respeito à direção da Aliança Renault-Nissan. Desde abril as áreas de compras da fábrica de São José dos Pinhais e da recém-inaugurada unidade de Resende foram unificadas, o que representa sinergia em alta.

"A operação local é uma das pioneiras no avanço global dessa sinergia", conta Flávio Almeida, diretor de compras da Renault-Nissan do Brasil. "Já contabilizamos ganhos decorrentes do aumento do volume graças à convergência das compras."

De acordo com Almeida a Aliança já reduziu mundialmente € 3,2 bilhões em custos de compras. A meta é elevar o valor para € 4,3 bilhões até 2016.



Flávio Almeida,
Carlos Thurler e
Olivier Murgel

Divulgação/renault

Nesse sentido o trabalho de integração continuará forte no País, contando inclusive com apoio direto aos principais parceiros: “A ideia é também trabalhar junto com os fornecedores, com equipes que visitam as fábricas para identificar possíveis mudanças na operação, leiaute e logística que contribuam de alguma forma”.

Os resultados deste início de trabalho foram conferidos no Renault-Nissan Awards, evento que reconheceu os sete melhores fornecedores da Aliança no Brasil este ano dentre as 350 empresas de sua cadeia de suprimentos e serviços.

O destaque da cerimônia, realizada em Guarulhos, SP, em 28 de outubro, foi a PPG Industrial do Brasil Tintas e Vernizes, vencedora do prêmio Best of the Best e do troféu Best in Quality Renault.

“Trabalhamos em pilares de sustentabilidade, inovação em cores, redução de custos e adoção de novos processos”, justifica Carlos Thurler, da divisão de marketing da PPG na América do Sul. “Já estávamos na fábrica da Renault no Paraná e, graças a esse trabalho, conquistamos também a presença na nova unidade da Nissan em Resende”.

PREMIADOS – Para a eleição dos melhores fornecedores foram considerados critérios em qualidade, prazo de entrega, logística, redução de custos e serviços.

A Massei Uniformes, em parceria com a confecção Santanense, levou o troféu Special Alliance Award, resul-

Prêmio Renault-Nissan Awards Brasil 2014

Best of the Best
PPG Tintas e Vernizes
Excelência Industrial
Massei Uniformes
Best in Logistic
Brazul Transporte de Veículos
Resende Building Contribution
Primax Transportes Pesados
Best in Cost Reduction Contribution
Yazaki
Best in Quality Renault
PPG Tintas e Vernizes
Best in Delivery Renault
Nemak Alumínio
Best in Services
Neogama

tado de trabalho de sinergia para fornecimento de uniformes às fábricas da Renault em São José dos Pinhais e da Nissan em Resende.

O negócio de fornecimentos de uniformes da empresa alcançou 9 mil unidades e redução de preço de 40% em função do volume maior. Rafael Massei, gerente comercial, revelou que a empresa fez diversas visitas técnicas às unidades durante quatro meses:

“Desenvolvemos uniformes iguais para as duas fábricas e o projeto se estendeu ainda a outras empresas parceiras da Renault-Nissan, caso da Robert Bosch e da Whirlpool. Com o aumento da escala de produção conseguimos reduzir custos para o cliente

e ainda auferir aumento real em nosso faturamento”.

Outra parceira que mereceu reconhecimento baseado na redução de custos foi a fornecedora de chicotes Yazaki, reconhecida pela Renault-Nissan na categoria Best Cost Reduction Contribution.

“Graças à parceria com a Renault conquistamos vendas também para a Nissan desde o início de sua operação”, lembra Rudolf Fromm, diretor comercial e de desenvolvimento. “A fase ainda é inicial. Há um caminho a se percorrer no aumento do volume de produção na nova fábrica. Acredito que o futuro será muito positivo, com unificação da especificação dos produtos e redução dos estoques.” **AD**

Ourocard Corporate Banking

Uma nova solução de pagamento
para sua empresa.



Central de Atendimento BB | SAC
4004 0001 ou 0800 729 0001 | 0800 729 0722

Deficiente Auditivo ou de Fala
0800 729 0088

Ouvidoria BB
0800 729 5678

ou acesse [@bancodobrasil](https://twitter.com/bancodobrasil)
bb.com.br [fb/bancodobrasil](https://www.facebook.com/bancodobrasil)

The background of the advertisement is a photograph of a paved road with a white line on the left side, curving into the distance. The road is flanked by a field of tall grass and wildflowers. In the background, there is a dense line of trees under a bright, hazy sky with a low sun, creating a warm, golden glow across the entire scene.

Ourocard

**Com o Ourocard Corporate
Banking empresas
transportadoras podem**

ter acesso a uma solução exclusiva para a gestão de pagamentos de frete, combustível e vale-pedágio. Além de contar com vários diferenciais, você realiza todas as transações por meio do Gerenciador Financeiro. Para mais informações, consulte bb.com.br/ourocardcorporate ou seu gerente.



BANCO DO BRASIL

Corporate Banking



Divulgação/Ford

Em agosto deste ano as vendas de veículos híbridos e elétricos no Brasil superaram o volume total de 2013. E até outubro, de acordo com números da Anfavea, o comparativo anual indica crescimento de 78%. Mais: em setembro o Governo Federal atendeu pleito da associação das montadoras e concedeu benefícios para importação e produção local de modelos dotados desta tecnologia.

Tudo pareceria perfeito não fossem outras realidades escondidas por trás destes fatos. Apesar do expressivo crescimento porcentual, o volume de híbridos e elétricos vendidos aqui ainda é incipiente: foram 682 unidades nos primeiros dez meses de 2014 ante míseras 491 no acumulado de 2013. Assim, diante de um mercado total de 2,8 milhões de unidades até outubro,

Tomada pela metade

Brasil começa a incentivar híbridos, mas medida só beneficia uma parte do segmento

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br

ambos apenas flertam com o zero no que se refere à participação no bolo.

Além disso, o estímulo oficial veio pela metade, o que de certa forma pegou de surpresa algumas montadoras. A Camex, Câmara de Comércio Exterior, incluiu os híbridos na lista de ex-tarifários — itens beneficiados com redução temporária de imposto de importação —, mas apenas aqueles modelos que não possuam tecnologia de recarga externa, mais conhecidos como plug-in. A medida vale até o fim de 2015 e até então estes veículos pagavam o teto de 35%.

A alíquota pode chegar a zero caso seja realizada importação em CKD do veículo. Para importação do modelo pronto, a depender de seus índices de eficiência energética, as faixas do imposto passaram a 2%, 4% e 7%.

Em comunicado, o Ministério considerou que “a redução do imposto de importação para veículos híbridos faz parte de um conjunto de medidas necessárias para a criação de um mercado e atração de investimentos para produção nacional de veículos que usem novas tecnologias de propulsão”. A nota complementa: “A introdução dessas novas tecnologias oferecerá ao consumidor veículos com maior eficiência energética e reduzida emissão de poluentes. A decisão da Camex também contribui para a qualificação de mão de obra, além de incentivar o desenvolvimento de engenharia e fornecedores locais”.

A maior beneficiada foi a Toyota, que apresentara plano próprio para produção local do Prius ao Governo

Federal no fim de 2013, complementar àquele da Anfavea, levado a Brasília, DF, cerca de seis meses antes. Apesar disso a montadora agora reluta em tornar oficial a iniciativa, alegando necessidade de estudos técnicos e aprovação da matriz. Já o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC tomou a frente e garantiu a montagem do modelo na unidade de Piraporinha, que já foi berço do Bandeirante e hoje produz apenas peças, a partir de 2016.

CLAÚSULA — De acordo com Rafael Marques, presidente do sindicato, a fabricação do Prius na fábrica do ABCD foi uma das cláusulas de acordo salarial assinado com a montadora. “Fechamos uma negociação de três anos e eles se comprometeram em voltar a produzir veículos na unidade.”

Mas a única iniciativa prática, por enquanto, foi a redução no preço do Prius, de R\$ 121 mil para R\$ 111 mil, apesar da mudança na alíquota do imposto de importação de 35% para 4%.

Outro modelo que se encaixa nas regras da Camex é o Ford Fusion Hybrid, disparado o mais vendido do segmento no País neste ano — até agosto respondera por 444 das 560 unidades no total, deixando o Prius bem atrás, com 62. Mas o benefício federal de nada adianta neste caso, vez que o veículo é produzido no México e, assim, já entra no Brasil com imposto de importação zerado, ainda que a respeitar-se as cotas do comércio bilateral.

Os números do Ford se explicam pela relativamente baixa diferença para o preço da versão gasolina. Com

“Apesar da alta de 78% este ano, as vendas de híbridos ainda são extremamente tímidas: 682 unidades até outubro.”

preço fixado em R\$ 134 mil, custa R\$ 7 mil a mais que o topo de gama da linha Fusion a gasolina, o 2.0 EcoBoost Titanium Plus AWD. E R\$ 20 mil além da versão equivalente, a 2.0 EcoBoost Titanium. Mas essa diferença já foi bem maior, na casa de R\$ 30 mil para o topo de gama: a redução veio com a troca do motor 2.5 por um 2.0, caindo um degrau na alíquota de IPI.

Pelos cálculos da Ford a diferença em reais se paga em cerca de dois anos

Toyota Prius:
possibilidade de
montagem no
Brasil.



Divulgação/Toyota

de uso, devido ao menor consumo do combustível da versão híbrida.

CHOVE, CHUVA, CHOVE — A decisão oficial, entretanto, desagradou as montadoras que apostam em outras variações da tecnologia, como a 100% elétrica e a dos híbridos plug-in, que podem ser recarregados em tomadas. É o caso da Aliança Renault-Nissan e também da BMW, que em setembro lançou o i3 e o i8 no Brasil.

A Anfavea acredita que a segunda parte do incentivo será colocada em prática em breve, atendendo também os pleitos destas e de outras fabricantes. À AutoData, porém, fonte grávida do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, que coordena a Camex, revelou que a decisão de fatiar o benefício se deu por temores junto à opinião pública de que o uso da energia elétrica para abastecer veículos poderia representar elevação nas tarifas domésticas e, mais, alimentar receios de racionamento, que comumente ocupam as manchetes dos grandes jornais no período de estiagem de verão.

Ao mesmo tempo a Usina Hidrelétrica de Itaipu realizou amplo estudo na tentativa de superar esta barreira, mostrando que se a frota de elétricos no País fosse de 10% das vendas anuais, algo extremamente distante da realidade atual, “o aumento do consumo de energia seria de 0,3%”, conforme revela Marcio Massakiti, coordenador técnico de veículos elétricos da Usina.

Ele garante ainda que “um simples chuveiro elétrico consome de três a quatro vezes mais energia do que o necessário para abastecer um carro elétrico em uma residência. Simplificando, este tipo de veículo é uma espécie de notebook com rodas”.

No mês passado a Usina iniciou, em parceria com a Renault, montagem do elétrico Twizy, que será utilizado para testes e deslocamentos internos no complexo hidrelétrico. Serão 32 unidades produzidas, ao ritmo de uma por semana.

AD



Divulgação/Audi

Região Nordeste atrai montadoras premium em seus programas de expansão de rede

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br

O ano de 2014 marcou um notável movimento na distribuição de veículos no País: preparando o terreno para o início de sua produção local, as montadoras de veículos de luxo deixaram de mirar apenas as Regiões Sul e Sudeste e passaram a investir esforços e recursos no Nordeste no que se refere à expansão de suas redes de concessionárias. E, em alguns casos, até um pouco além, na Região Norte.

A Audi, por exemplo, inaugurou em meados do ano sua primeira loja em Sergipe, na Capital, Aracaju — trata-se

nada menos da primeira concessionária de uma marca de luxo na cidade. Operada pelo Grupo Gama, são 1 mil m² com estrutura completa: showroom, oficina e test-drive.

“Com a concessionária o cliente passa a contar com um serviço premium de padrão internacional ao lado de casa”, afirma Silvio Fonseca, gerente geral — bem ao lado da casa do consumidor de automóveis de luxo, bem entendido, que até então precisava deslocar-se por pelo menos uma centena de quilômetros para alcançar a rede de distribuição.

Maceió, em Alagoas, ganha casa Audi neste dezembro, também do Grupo Gama, e ainda abrem portas revendas em São Luiz, no Maranhão, e em Belém, no Pará, ambas na Região Norte. E com isso estará completo o agressivo plano da marca que compreende nada menos do que contar com no mínimo uma concessionária em cada Capital do Nordeste — ou seja, pelo menos nove lojas.

Para Thiago Lemes, diretor de vendas da montadora que trabalha para iniciar produção local do A3 Sedan na segunda metade de 2015, não resta a menor dúvida que estar próximo ao cliente gera elevação significativa das vendas:

“Na Região Nordeste os consumidores que queriam um modelo Audi viajavam 200 quilômetros, ou até mais, em busca da concessionária mais próxima, inclusive para serviços de pós-venda. Com as novas lojas ficou mais fácil manter a fidelização, que já era muito alta, mas a iniciativa trará principalmente novos consumidores para a marca”.

Em 2013 o Nordeste respondeu por 8% do total de vendas da Audi no País, índice que saltou para 12% no acumulado até outubro deste ano, de acordo com o executivo.

Lemes assegura que a escolha dos grupos parceiros não necessariamente levou em conta apenas o conhecimento do mercado local, “ainda que este, claramente, ajude no processo”.

Ele garante que ao todo são considerados até vinte tópicos no processo de escolha dos concessionários. Nem

mesmo experiência com importados da linha VW, como Passat ou Touareg, é vantagem, assegura, “pois os modelos da Audi não concorrem com os da Volkswagen”.

TRÊS PARA OITO — Outra montadora de luxo de olho no pujante mercado nordestino é a Mercedes-Benz. Ao término de 2013 a montadora possuía apenas três casas de automóveis na região: Fortaleza, CE, Recife, PE, e Salvador, BA. Agora já estão sacramentados planos para elevar este total a oito.

Em maio foi inaugurada em Natal, Capital do Rio Grande do Norte, a STA Motors, do Grupo A. Cândido, que já operava com os caminhões e ônibus da marca alemã. Este mês será a vez de João Pessoa, na Paraíba, em casa do Grupo Parvi, e começa a construção de concessionária em Aracaju — em nenhuma destas três cidades a Mercedes-Benz possuía casa dedicada aos automóveis, que em breve receberão os nacionais Classe C e o GLA Made in Iracemápolis.

Segundo Roberto Gasparetti, gerente de desenvolvimento de rede, a região respondeu pelo maior crescimento porcentual de vendas de automóveis importados Mercedes-Benz no primeiro semestre deste ano: enquanto a média nacional foi de 15% ante a primeira metade de 2013, no Nordeste a evolução chegou a 63%.

Em Fortaleza o índice foi de 30%, em Recife 64%, e em Salvador, 29%. Com o novo concessionário em Natal o avanço foi de impressionantes 300%, mas ninguém superou a surpre-

“ Ao todo são considerados até vinte tópicos no processo de escolha dos concessionários ”

Thiago Lemes

As vendas da Mercedes-Benz no Nordeste cresceram 63% no primeiro semestre

Roberto Gasparetti



endente Teresina, Piauí, com 357% de crescimento, ainda que em volumes frios os números sejam modestos, de catorze para 67 unidades.

“Pelos nossos cálculos cerca de 50% dos atuais compradores da Região Nordeste são novos para a marca, sendo que, no caso específico do Classe C, 45% até então eram consumidores de sedãs topo de linha nacionais.”

Em São Luiz, MA, território até então inexplorado pela Mercedes-Benz,

A estratégia da Mercedes-Benz para o Nordeste não para aí: também na primeira metade de 2015 inaugura sua segunda concessionária em Recife, do Grupo Parvi, neste caso para atender novo arranjo local, com tendência de maior atividade dos compradores de produtos de luxo migrarem para o lado Norte da cidade.

“É nítido o aumento do poder aquisitivo da população e o Nordeste apre-



Divulgação/MBB

a estratégia foi diferente: enquanto não forem concluídas as obras de concessionária na cidade, sob responsabilidade do Grupo Parvi e com inauguração prevista para 2015, desde outubro showroom no Shopping Ilha, o mais sofisticado da região, já vende veículos com a estrela de três pontas a adornar a grade dianteira. “Todas as marcas de veículos premium estão em busca do mesmo cliente. Chegar primeiro garante vantagem”, diz Gasparetti.

senta índices muito interessantes”, confirma o executivo.

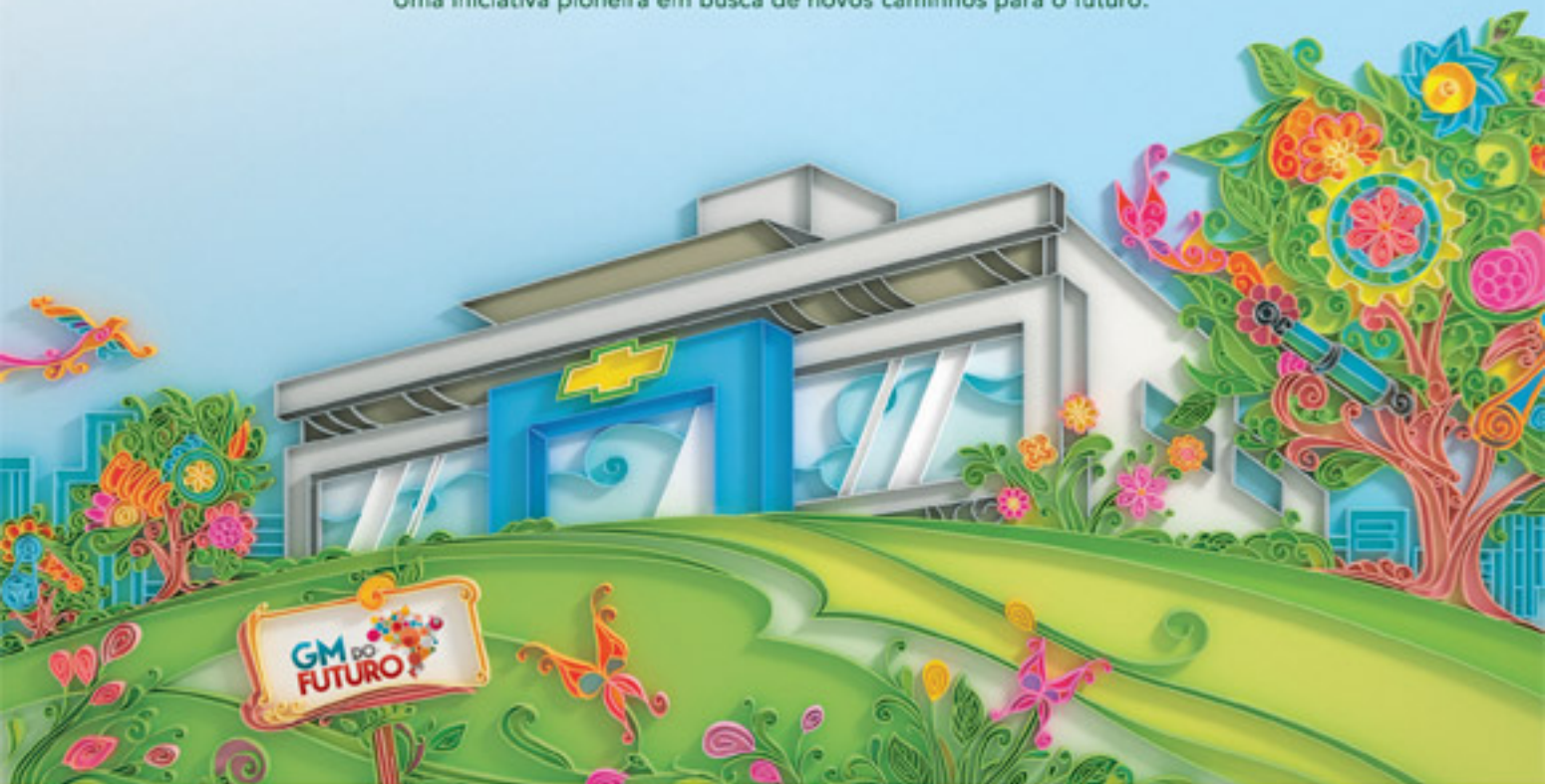
No fechamento dos primeiros seis meses a região respondeu por 30% das vendas de automóveis Mercedes-Benz no País, que deverão fechar o ano com novo recorde, em torno de 11 mil unidades, batendo as 10,3 mil do ano passado.

PARAÍBA — Quem não quer ficar atrás neste movimento é a BMW, que já monta o sedã Série 3 e o utilitário X1



*1º Prêmio de Sustentabilidade Chevrolet
para Concessionárias. É o compromisso da Chevrolet
com seus clientes e com a natureza.*

A Chevrolet valoriza as práticas sustentáveis em suas concessionárias por todo o Brasil. Por isso, criou um prêmio para reconhecer os esforços em busca da preservação dos recursos ambientais e de um melhor equilíbrio no desenvolvimento social. Uma iniciativa pioneira em busca de novos caminhos para o futuro.



Saiba mais em:

www.chevrolet.com.br/universo-chevrolet/noticias



nacionais em Araquari, SC. Em setembro inaugurou concessionária em João Pessoa, PB, a quarta do Grupo Sael com sua bandeira da montadora de origem Bávara na região: possui ainda loja em Natal, inaugurada em 2011, e duas em Recife, com início de operação em 2012, para automóveis BMW, e em 2013, Mini e motos BMW.

A nova casa na Paraíba é completa, ou seja, além de serviços de pós-venda comercializa automóveis BMW, Mini e ainda as motocicletas BMW.

Ainda de olho no fortalecimento de suas vendas na região, no começo do ano a BMW trocou seu representante em Fortaleza, que passou a ser o Grupo ADT AS — a concessionária é a Welle Motors, também completa e que contempla boutique com produtos das três marcas, como por exemplo roupas e acessórios.

À época Bruno Tude de Melo, diretor-geral de concessionárias da ADT,

garantiu que “no Estado do Ceará os consumidores são apaixonados por carros, especialmente os de luxo”.

Ao todo são oito as casas em funcionamento do Grupo BMW no Nordeste: há ainda Maceió, Salvador e São Luiz, sendo as duas primeiras completas e a última para automóveis BMW e Mini.

PIONERA — A Land Rover, outra marca com produção nacional já confirmada, conta com concessionária no Nordeste há vinte anos: em 1994 foi inaugurada em Recife a Land Rota Veículos, a primeira da montadora de origem britânica na região.

Em 2005 o grupo, hoje denominado Rota Premium, abriu casas também em Salvador e Barreiras, BA, e em 2012 chegou a João Pessoa — a rede conta também com lojas da Jaguar em Pernambuco e na Paraíba e trabalha ainda com outra bandeira de luxo, a Volvo Cars, na Bahia e Pernambuco. **AD**

O Grupo BMW
já conta com oito
revendas na região
que mais cresce
porcentualmente
em emplacamento
de carros de luxo



Divulgação/BMW

NÃO HÁ LIMITES PARA A FPT INDUSTRIAL LÍDER EM VENDAS DE MOTORES GNV.



MOTORES FPT INDUSTRIAL. INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL.

A FPT Industrial encara cada projeto como um desafio. Dominamos diversas tecnologias que utilizam combustíveis alternativos. Com mais de 22.000 motores GNV vendidos no mundo, colaboramos na redução de emissões de poluentes nas áreas urbanas. FPT Industrial, motores mais econômicos e sustentáveis.

MARINE

ON ROAD

OFF ROAD

POWER GENERATION

FPT
POWERTRAIN TECHNOLOGIES
POWERING THE FUTURE.

Respeite a sinalização de trânsito.

A data do seu nascimento é incerta, assim como os pormenores de sua história. Especula-se que sua receita original seja do século 18, embora tenha se tornado popular a partir dos anos 50 do século passado. Uma coisa, porém, é certa. A origem do pão de queijo é mineira e com o tempo a iguaria foi exportada para todos os Estados brasileiros, sendo encontrada hoje em qualquer canto do País.

Sem ter atraído nenhuma das novas montadoras de automóveis e caminhões que estão se instalando no Brasil a partir do Inovar-Auto é essa mesma trajetória do pão de queijo que Minas Gerais pretende adotar agora na área de autopeças: ampliar negócios a partir da exportação para os Estados que conquistaram as novas fábricas.

De acordo com Fábio Sacoto, diretor regional do Sindipeças em Minas Gerais, o Estado tem hoje três grandes oportunidades para crescer na área automotiva: “Vender para montadoras que investem na produção em outras localidades, aproveitar a rastreabilidade do Inovar-Auto para incentivar a localização de peças e, por fim, trazer indústria de maior valor agregado para buscar novos ramos na área de mobilidade, como o aeroespacial e o ferroviário”.

A fim de garantir maior competitividade para a indústria local foi criado um grupo formado por representantes do Sindipeças, da Fiemg, Federação das Indústrias de Minas Gerais, e da Secretaria da Fazenda do Estado a fim de estudar medidas de incentivo para a venda de componentes para outras regiões do País. Dentre os itens em debate, segun-

Na rota do pão de queijo

Sem novos fabricantes de veículos a indústria de autopeças de Minas Gerais quer incentivos para exportar para outros Estados

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



do Sacioto, está a isenção de ICMS na embalagem e no transporte de peças a serem vendidos fora de Minas Gerais.

Algumas empresas mineiras que já atendem à fábrica de Betim da FCA, Fiat Chrysler Automotive, instalar-se-ão em Goiana, PE, no novo complexo industrial da fabricante de veículos. Mas muitas, segundo Sacioto, atenderão à nova demanda a partir de suas operações em Minas Gerais.

Também de concreto para a indústria mineira há o novo Distrito Industrial da Iveco, que já no ano que vem deverá

iniciar operações, atraindo pelo menos vinte empresas para a região (veja reportagem na pág. 58). Outra oportunidade recente foi a instalação do Grupo XCMG, fabricante de tratores, na mineira Pouso Alegre, que gerou novos negócios locais.

Sacioto acredita que em geral o mercado automotivo brasileiro ficará estável em 2015, mas Minas, em particular, crescerá em torno de 5% no que diz respeito ao faturamento com autopeças. Segundo maior polo automotivo do País Minas Gerais deverá faturar em

autopeças este ano cerca de R\$ 10,3 bilhões, o equivalente a 13% do total de R\$ 79,2 bilhões movimentado pelo setor no País — o Estado só perde para São Paulo, que tem participação de 35,3%. Há 150 empresas de autopeças por lá, das quais 63 mantêm associação ao Sindipeças.

Em seu parque há empresas de peso, como a nacional Aethra, que tem sede em Contagem e este ano prevê faturar R\$ 1,2 bilhão. O presidente do grupo, Pietro Sportelli, diz que a empresa cresceu nos últimos dois anos exclusivamente por causa da compra da Automotiva Usiminas, hoje Flamma:

“Do jeito que está a economia é difícil crescer. Como não houve incentivos do governo mineiro não temos nenhuma nova montadora no Estado, o que também dificulta expansão.”

Sportelli mostra-se cético quanto ao projeto de incentivo para que as autopeças mineiras possam vender mais para outros Estados. Segundo ele o assunto está em pauta já há algum tempo sem nenhum resultado concreto. A princípio o grupo não fornecerá peças produzidas em Minas para a fábrica da FCA em Goiana, mas o empreendimento pernambucano gerou negócios para a sua divisão Aethra Tec, hoje a maior ferramentaria para a indústria automobilística do País.

Segundo o diretor comercial da Aethra, Caio Junqueira Arantes, a Tec está fornecendo ferramental para peças estampadas laterais de dois modelos da Fiat Chrysler e para paralamas direito e esquerdo de um dos modelos da companhia por lá: “Nessa área a demanda

Faturamento das autopeças*

R\$ **79,2**
bilhões
no Brasil

R\$ **10,3**
bilhões
em Minas Gerais

13%

*Projeção Sindipeças/2014



@istockphoto/ribeironocha

tem crescido. Por causa da alta do dólar todas as fabricantes estão retomando a compra de ferramental internamente em vez de importar”.

Dentre os investimentos feitos pela Aethra um dos mais recentes foi o de R\$ 300 milhões na compra e modernização da Automotiva Usiminas. Na avaliação de Sportelli não há espaço para o setor automotivo crescer em 2015: “Já ficaria feliz se o ano que vem fechasse igual a 2014”.

MAIS RECENTE — Já a Proma Brasil, que está no País há apenas um ano e meio com fábrica em Contagem, pretende ampliar seus negócios no País em 2015 a partir de investimento em Goiânia. Fábio Saciotto, diretor presidente, diz

que a empresa investiu R\$ 50 milhões para instalar-se em Minas e agora aplica R\$ 200 milhões em Pernambuco para atender à fábrica da Fiat Chrysler: “A produção do Jeep Renegade e mais dois modelos a partir do ano que vem também demandará mais produção da nossa fábrica mineira”.

A Proma produz peças estampadas, conjuntos soldados e estrutura de bancos, atendendo, além de Fiat e Iveco, Magneti Marelli, Bosch e Lear. Saciotto admite que “estamos prospectando novos clientes para crescer no Brasil”, e admite que o Inovar-Auto foi fator importante na decisão da Proma e de outras empresas de vir para cá.

“E agora, com a rastreabilidade, a tendência é a de que as montadoras am-

A Aethra Tec está desenvolvendo ferramentais para os novos modelos que a Fiat Chrysler produzirá em Pernambuco



Divulgação/Aethra

ESTE ANO SERÁ LEMBRADO PELAS NOSSAS **CONQUISTAS.**

RECONHECIMENTO DE QUEM ENTENDE PARA QUEM ENTENDE.



No ano de 2014, a ZEN foi uma das finalistas do **Innovation Awards na Automechanika Frankfurt** com a Polia OAD Z-VIB, e conquistou, entre outros, o **GM Supplier Quality Excellence Award** – Excelência mundial em performance e qualidade; **Magneto de Ouro da Bosch** – fornecedor destaque América Latina; **Prêmio Fiesc** – Movimento A Indústria Pela Educação e **Prêmio Stemmer** como empresa mais Inovadora do Sul do Brasil. Reconhecimento do compromisso e dedicação da ZEN com a inovação, qualidade e responsabilidade social.

pliem compras locais, gerando novos negócios para a base fornecedora aqui instalada.”

Também a ASK, no Brasil desde 1996, prevê crescer este ano e no próximo por aqui apesar dos problemas do mercado. De acordo com Enrico Scarlato, gerente da ASK no Brasil, boa parte dos negócios da empresa tem por base componentes importados: “Não existe de fato uma cadeia de suprimento nacional competitiva e com a qualidade exigida pelo mercado automotivo”.

Scarlato revela, no entanto, que a empresa, baseada em Sete Lagoas, investe 10% do seu faturamento em novas linhas de montagem para atender demanda de seus clientes. Fornece altofalantes, tweeters, subwoofers, antenas e cabos coaxiais de antena, e é a única do grupo italiano na América Latina.

“Estamos prevendo um crescimento de 11% no nosso faturamento este ano e mais 10% em 2015. São índices abaixo das previsões feitas há dois anos.”

Scarlato diz ser grande a preocupação com relação à estagnação na venda de veículos e à grande pressão nos custos, por causa da inflação, altíssima, e da desvalorização do real ante o dólar e o euro: “A incerteza nas políticas econômicas, o fraco crescimento do PIB, a baixa qualificação da mão de obra, relacionada ao seu custo crescente, desestimulam maiores investimentos e motivam os grupos internacionais a olhar com sempre maior interesse para outros países do continente americano”.

MATÉRIA-PRIMA — Importantes fornecedores de matéria-prima para o se-

O setor automotivo responde por um terço dos negócios da Usiminas, que tem sede em Ipatinga



tor automotivo têm origem em Minas Gerais, como a ArcelorMittal Aços Longos e a Usiminas. A primeira anunciou em novembro investimento de R\$ 50 milhões na ampliação de 20% da capacidade de sua unidade de Sabará, a ser inaugurada em outubro de 2015.

O projeto envolve a compra de equipamento de alta tecnologia para produção de barras descascadas, novo nicho de negócios para a empresa. De acordo com Jefferson de Paula, CEO da ArcelorMittal Aços Longos Américas do Sul e Central, “esse investimento representa nossa entrada em novo mercado, com produtos de alto valor agregado e alta

qualidade para as indústrias automotiva e mecânica brasileiras”.

As barras descascadas são usadas, por exemplo, em hastes de amortecedor, barras estabilizadoras, barras de direção, sistemas de válvulas hidráulicas e pinos guia de alta precisão.

Com o novo investimento a capacidade da usina de Sabará, hoje de 180 mil toneladas, será ampliada em até 36 mil toneladas por ano. Segundo a ArcelorMittal o mercado brasileiro de barras usinadas cresce para atender à necessidade da indústria automotiva de reduzir a emissão de CO₂ e, consequentemente, o peso dos veículos.

Também a Usiminas, de Ipatinga, investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento, tendo desembolsado no ano passado cerca de R\$ 28 milhões para melhor atender seus clientes. Com capacidade anual para fabricar 9,5 milhões de toneladas de aço, das quais 5 milhões na unidade mineira e o restante em Cubatão, SP, a empresa produziu 6,9 milhões de toneladas no ano passado.

Segundo Eduardo Côrtes Sarmento, gerente geral de atendimento ao cliente e garantia da qualidade e produto da Usiminas, o objetivo é oferecer novos aços que unam alta resistência e maior capacidade de conformação para melhor atender às necessidades dos clientes. O setor automotivo responde por um terço dos negócios da empresa e a fábrica de Ipatinga é responsável pela maior parte do fornecimento para as montadoras de veículos.

“Temos lá duas linhas de galvanização a quente e uma linha de eletro-galvanização, além do nosso centro de P&D, uma usina em miniatura que testa em baixa escala os novos produtos em desenvolvimento. A demanda atual, no Brasil e no mundo, é por aços de alta resistência e ao mesmo tempo com menor espessura, que propiciam redução do peso do veículo e maior segurança aos seus ocupantes.”

Dentre as linhas com esse conceito está a DP1000, apresentada em 2001 mas que teve demanda consolidada em 2011: “A demanda por aços de alta resistência triplicou de 2011 para cá”.

O Dual Face 1200 é o mais recente desenvolvimento da empresa. Segundo Sarmento os investimentos em novida-

des para a indústria automotiva acabam gerando outros negócios: “Algumas características são comuns. Fornecemos aço, por exemplo, para o pré-sal, em atividades de extração de óleo e gás”.

Também na área de matérias-primas outra importante empresa de Minas é a Nematik, com fábrica em Betim, que investe US\$ 120 milhões até 2019 para atender projetos de clientes como Fiat, Ford, GM, PSA Peugeot Citroën, Renault e Volkswagen. De acordo com Jose Carlos Pons, diretor de negócios na América do Sul, a Nematik é hoje a maior fornecedora de bloco de alumínio do País:

“Apesar da queda nas nossas vendas este ano em função da desaceleração do mercado de veículos, vemos 2014 como um ano positivo. Aproveitamos o período para tomar decisões importantes no sentido de ganhar competitividade. Dentre elas a internalização da produção”.

Pons explica que a empresa reduziu o número de fornecedores e passou a agregar maior valor ao produto, oferecendo um conjunto mais completo aos clientes. “Também estamos investindo em processos produtivos para ganhar maior eficiência e buscando novos clientes para aproveitar o potencial do mercado de blocos de alumínio.”

Pons também mostra-se otimista com a instalação de novas montadoras no País. Lembra que lá fora a Nematik é fornecedora de fabricantes como a Nissan e Land Rover, além de atender a Hyundai nos Estados Unidos e Europa: “Estamos alavancando as negociações globais para conquistar novos clientes por aqui”.

AD

A ArcelorMittal
investirá
R\$ 50 milhões na
ampliação de 20%
da capacidade de
sua unidade de
Sabará

Nova mineirização

Com o novo Distrito Industrial da Iveco a CNHi pretende ampliar compras no Estado em processo similar ao desencadeado pela Fiat nos anos 90

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Um novo processo de mineirização, similar ao desencadeado pela Fiat nos anos 90 do século passado, será adotado agora pela CNH Industrial, que pertence ao mesmo grupo e congrega Iveco, FPT e as marcas de máquinas agrícolas e de construção Case e New Holland.

O diretor de compras da CNHi, Osias Galantine, revela plano agressivo de localização de componentes: “Por causa das exigências do Finame o grupo já tem índice elevado de nacionalização, mas a proposta é ampliá-lo ainda mais para fugir das variações cambiais que afetam os custos”.

O novo Distrito Industrial da Iveco em Sete Lagoas, lançado oficialmente em novembro, faz parte dessa nova estratégia. A empresa negocia a ida de fornecedores para o local e espera já no ano que vem ter alguns parceiros operando no município mineiro.

Com o novo condomínio a Iveco quer ampliar em pelo menos 30% as compras no Estado: “Temos quarenta

empresas convidadas para participar do empreendimento e acreditamos que até o fim do primeiro trimestre de 2015 já tenhamos as primeiras definições. Se conseguirmos vinte já será um número bem interessante”.

A expectativa, segundo Galantine, é atrair fornecedores das áreas de montagem de roda, de chassi, de radiador e a parte de transformação do veículo, dentre outros: “É um processo de mineirização similar ao promovido pela Fiat nos anos 90. Para ampliar market share precisamos operar sem estoques e ao mesmo tempo ter agilidade para atender altos e baixos do mercado”.

ACNHi movimentou só em compras diretas no ano passado € 1,6 bilhão. Desse total € 300 milhões referem-se à Iveco, com cerca de 30% envolvendo compras em Minas Gerais. Para o diretor de compras da CNHi “com o Distrito Industrial esperamos elevar essa participação para algo em torno de 40% a 45%”.

O empreendimento conta com a





Divulgação/Iveco

Só na fábrica
de Betim a FCA
investe
R\$ 7 bilhões em
modernização e
desenvolvimento
de novos modelos
e tecnologias

parceria da Prefeitura de Sete Lagoas, que bancou toda a infraestrutura do local. Algumas áreas serão compartilhadas, como a portaria e o restaurante, o que reduzirá custos das empresas que atuarem localmente. Os fornecedores interessados em participar do projeto poderão utilizar os serviços de uma construtora já contatada pela Iveco, que bancará o investimento nas obras e depois alugará o prédio por quinze anos, garantindo o direito à compra com pagamento de um valor residual ao término deste período.

MOTORES — A FPT Industrial compra em Minas Gerais um quinto do total negociado no Brasil, com concentração dos seus principais fornecedores — Teksid, OMR, Kromberg, Denso, Eccos, Isel, Mardel e Intercast — no Estado. Segundo José Luís Gonçalves, presidente da FPT para a América Latina, a empresa será beneficiada com o novo Distrito Industrial da Iveco: “Este tipo de iniciativa sempre traz benefícios a todos os envolvidos e, sem dúvida, buscaremos sinergias com todos que se instalarem em Sete Lagoas”.

Além de atender à Iveco e às demais empresas da CNHi Industrial, a FPT também fornece, desde o ano passado, o motor 10,3L que equipa os extrapesados da Ford: “Outro importante cliente é a Modasa, empresa peruana que em 2013 assinou um contrato de 1,5 mil motores GNV até 2016”.

Por causa da retração no mercado de caminhões a FPT encerrará este ano com queda de 10% a 15% com relação aos 74 mil motores negociados no ano



passado na América Latina. A retração é menor do que a verificada no segmento de veículos pesados porque a empresa ampliou negócios em outros segmentos. Na área de motores para geração de energia a FPT cresceu no primeiro semestre deste ano 111% no Brasil e 84% na América Latina.

Com relação a 2015 Gonçalves acredita que, em linhas gerais, será um ano estável, muito próximo a 2014:

“Esperamos realmente que o mercado de caminhões tenha um melhor desempenho, ficando pelo menos horizontal, sem recuar. Já com relação ao segmento de geração de energia continuamos confiantes num contínuo crescimento, apenas mais moderado”.

Segundo o presidente da FPT a missão da empresa hoje é ampliar negócios fora do Grupo CNHi: “Atualmente temos em torno de 18% do mercado de motores no Brasil e pretendemos, com base em nossa tecnologia, gama de motores e capacidade instalada, crescer muito acima desse patamar nos próximos anos. Além de atender o Brasil também exportamos para

Já estão concluídas as obras de infraestrutura do novo parque de fornecedores da CNHi em Sete Lagoas

outros mercados da América Latina, com atuação importante na Argentina, Peru, Equador e Chile”.

AUTOMÓVEIS — Também a Fiat Chrysler Automotive, apesar de diversificar sua área de atuação no País com fábrica em Pernambuco, mantém firme seu programa de investimento em Minas Gerais. A fábrica de Betim recebe um total de R\$ 7 bilhões no período 2011-2016, concentrados na modernização, desenvolvimento de produtos e novas tecnologias, processos, sistemas e recursos humanos.

A planta passará a contar com uma das maiores cabines de pintura do mundo, sistemas automatizados de movimentação e logística interna e estará ainda melhor preparada para projetar, desenvolver e produzir veículos modernos e inovadores, que atendam às novas exigências do consumidor. A Fiat adquire de fornecedores instalados em Minas 66% do seu volume de compra de materiais diretos. Com capacidade para 800 mil unidades/ano, produziu 571,7 mil veículos de janeiro a outubro deste ano.

O presidente da FCA América Latina, Cledorvino Belini, prometeu quatro novos modelos a serem produzidos em Betim nos próximos dois anos. Para Belini a melhor forma de combater as crises é lançando novos produtos. A fábrica mineira opera atualmente com seis plataformas para dezesseis modelos e um total de 120 versões:

“Deveremos, no futuro, ter menos plataformas em Betim. É um processo natural de racionalização”. **AD**



**O QUE NOS MOVE A RODAR PELO
BRASIL HÁ MAIS DE 40 ANOS?
CONTRIBUIR COM UM DIA A DIA
MELHOR PARA CADA BRASILEIRO.**

TODOS JUNTOS FAZEM UM TRÂNSITO MELHOR.



Acreditamos e investimos cada vez mais no crescimento dos nossos negócios no Brasil. Na busca constante pela excelência e qualidade, criamos novos centros de Pesquisa & Desenvolvimento, dedicados à integração de tecnologias inovadoras em nossos produtos para o mercado brasileiro. Outro grande projeto, pioneiro no segmento, é o mais novo parque eólico, inaugurado com o objetivo de suprir toda a demanda de energia elétrica da fábrica de automóveis de Sumaré (SP), contribuindo para a redução da emissão de CO₂. E não para por aí. Em todas as regiões, a Honda se empenha em contribuir com o desenvolvimento da comunidade a partir de projetos sociais e educacionais, além de treinamentos sobre segurança no trânsito ministrados pelas equipes dos Centros Educacionais de Trânsito Honda. Em 2015, com o início das operações da nossa segunda fábrica de automóveis, duplicaremos a produção no País, criando 2.000 novos empregos. Pelos quatro cantos do Brasil você encontra a Honda pelas ruas e no desenvolvimento do País. **Honda. Fazendo por você mais do que você vê.**

HONDA
The Power of Dreams

Escalada segura

Sucesso do Marruá em dez anos motiva a Agrale a estudar estrutura independente dedicada ao utilitário

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br



Há muito a Agrale tem investido no desenvolvimento de produtos para demandas de baixos volumes, em nichos. Um deles acaba de completar exata uma década de produção com resultados acima do esperado. O Marruá — denominação dada aos touros selvagens e bravios do Pantanal — já alcança 4 mil unidades em circulação no Brasil e Exterior.

Concebido como veículo leve de DNA militar, o modelo atualmente responde por 15% a 20% do faturamento da Agrale, algo como R\$ 180 milhões a

R\$ 250 milhões, considerando o resultado total de 2013 acima de R\$ 1,2 bilhão. Muito bom para um projeto que consumiu R\$ 11 milhões e limitava-se a um 4x4 para o transporte de pessoal e de carga em qualquer terreno.

E esta participação tende a crescer, afirma Hugo Zattera, diretor-presidente da montadora, que leva em conta a boa aceitação do veículo também como utilitário civil, com aplicação em concessionárias de energia elétrica e telefonia e em atividades de uso severo, como mineração. “Em áreas

onde outros veículos têm durabilidade de oito meses, o Marruá alcança seis anos”, assegura Zattera, que calcula o mix de produção em 85% para uso militar e 15% para atividades civis.

Embora os estudos ainda sejam preliminares, Zattera adianta que trabalha com a expectativa de criar estrutura independente para o modelo Marruá, hoje produzido junto com os demais veículos de marca, como caminhões e chassis de ônibus. Fortalece a intenção o fato de a empresa já ser considerada estratégica para o plano

TENHA NA SUA EMPRESA OS MELHORES PROFISSIONAIS DO MERCADO

Conte com o nosso apoio para definir estratégias, processos
e garantir que sua empresa tenha as mais perfeitas
"SOLUÇÕES EM RECURSOS HUMANOS"

Mapeamento de Potencial

Recrutamento e Seleção

Mapeamento de Mercado



Soluções em RH

Gestão Profissional de
Alta Performance

Rua Capanema, 71 - Brooklin Novo
(11) 5506-8312 / 5507-7567
www.solucoesemrh.com.br



nacional de defesa do País. “Teríamos a Agrale Defesa e Segurança”, antecipa Zattera, que, no entanto, diz não ser intenção avançar em segmento de veículos pesados.

Atualmente está em fase de testes um Marruá com capacidade para 2,5 toneladas. O veículo atenderá carência do organismo federal, que só tem à disposição no mercado caminhões acima de 5 toneladas.

A homologação do Marruá pelo Exército em 2005, mesmo ano em que adquiriu o primeiro lote de oito unidades, abriu possibilidades de expansão de mercado para outros países e atendimento das demais forças de segurança do Brasil. Para suprir demandas da Marinha a partir de 2008, o veículo ganhou características diferentes, como pintura resistente à corrosão causada pelo mar e pneus especiais para uso em terreno arenoso.

A primeira exportação aconteceu já 2008 para o Exército da Argentina, que utilizou o Marruá na Força de Paz do Haiti. Atualmente o veículo da Agrale roda também no Paraguai, Equador, Peru, Suriname, Gana e Namíbia. São sete modelos para exportação, com motorização Euro III, e cinco com Euro II, com diferentes configurações.

A versão civil do Marruá foi desenvolvida para enfrentar trabalhos pesados como serviços de manutenção de redes, mineração, reflorestamentos, saneamento, segurança pública e combate a incêndios. São oferecidos quatro modelos, com cabines simples e dupla, microbus e cabine/chassi, com PBT, Peso Bruto Total, de 3,5 mil

a 4,3 mil quilos. Internamente são comercializados apenas com motorização Euro 5. Para o Exterior também há alternativas com motor Euro 3. As vendas para o segmento civil tiveram início efetivo em 2008.

A montadora produziu, inicialmente, uma série especial de cem unidades para clientes civis, decisão tomada diante da grande repercussão da ideia junto a consumidores, principalmente de off-road. Para mostrar o desempenho do veículo, a Agrale promoveu,

em 2004, uma expedição, que percorreu aproximadamente 4 mil quilômetros de Caxias do Sul até Cuiabá, MT.

MODELOS – A Agrale já homologou seis modelos para aplicação, com capacidade de carga a partir de 500 quilos, passando por 750 e chegando a 1,5 tonelada. Em cada classe existem diferentes aplicações, como veículo de reconhecimento, ambulância, comando de controle e guerra eletrônica, dentre outras.

AD

A origem



A origem do Marruá está no projeto chamado FT90 do Exército Brasileiro, que buscava uma nova viatura para atender às suas necessidades operacionais. A Agrale, que prospectava alternativas de mercado, iniciou pesquisas na área e chegou a encaminhar parceria com empresa multinacional, que acabou não se confirmando.

Convencida do potencial do mercado, a empresa tomou conhecimento de projeto de ex-funcionários da Engesa,

empresa que falira no início dos anos 90 e deixara em andamento pesquisa do jipe militar EE-12. Os ex-funcionários que adquiriram os direitos de propriedade do modelo produziram protótipos, que estavam sendo submetidos a testes pelo Exército. A Agrale comprou o projeto, que passou por modificações até chegar ao protótipo do Marruá. O utilitário foi testado durante quatro anos e percorreu mais de 1 milhão de quilômetros.

**SE “VENCER NA VIDA” FOSSE APENAS SOBRE TRABALHO,
A EXPRESSÃO SERIA “VENCER NO TRABALHO”.**

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

MBA  **FGV**

PRESENCIAL • ON LINE • CUSTOMIZADO

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA

ÊNFASES: CONCESSIONÁRIAS • MONTADORAS E FORNECEDORES

Este MBA oferece duas opções de curso. Um com ênfase em Concessionárias, e o outro, em Montadoras e Fornecedores. Ambos têm como objetivo desenvolver uma visão global e integrada das organizações, na busca da criação de valor para as mesmas, preparando nossos alunos para assumir posições de destaque na direção dessas Empresas. Para tal, os cursos apresentam e discutem conceitos, métodos e instrumentos relevantes, buscando motivar os alunos a serem líderes empreendedores no ambiente das organizações.

Informações: 0800 772 2778 | mbapaulista@fgv.br

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA

Canal aberto

Com mais de 2,3 mil empresas produtoras de autopeças a República da China, RoC, baseada na pequena ilha de Taiwan, quer ampliar negócios no mercado brasileiro

André Barros, de Taiwan | andreb@autodata.com.br



Arquivo

Especializada no segmento de reposição e voltada para o mercado externo a indústria automotiva da pequena ilha de Taiwan, também conhecida como República da China, olha com grande ambição para o mercado brasileiro de veículos. São mais de 2,3 mil empresas ali instaladas que fornecem todos os tipos de componentes, principalmente itens como para-choques, chapas de metal, espelhos retrovisores e peças de plástico e borracha. Como alimentar a peque-

na indústria local, composta por dez montadoras, é pouco, o jeito foi buscar oportunidades além das fronteiras.

Segundo dados da TTVMA, sigla em inglês para Associação dos Fabricantes de Veículos de Transportes de Taiwan, as exportações de peças do país crescerão 5% em 2014, para US\$ 7 bilhões. É o mesmo valor faturado em exportações pelas autopeças brasileiras de janeiro a outubro, segundo o Sindipeças — só que Taiwan é menor do que o Estado do Rio de Janeiro.

Incentivadas pelo governo local as empresas de Taiwan cavam espaço em todos os mercados desenvolvidos, com foco especial no segmento de reposição. No ano passado uma área da Automec, em São Paulo, foi ocupada por fornecedores de Taiwan em busca de novas oportunidades no Brasil. A NHC, Noan Hang Traffic Instruments, fabricante de materiais de fricção, foi uma das expositoras, como recorda seu presidente, Fred Cheng:

“Há pelo menos vinte anos fazemos negócios no Brasil e queremos elevar nossa participação neste importante mercado. Atuamos diretamente, sem representantes. Nossa equipe de vendas é grande e dedicada”.

Não é para menos: 90% do que a companhia produz em suas três fábricas em Taiwan têm outros mercados como destino. São peças para automóveis, caminhões, ônibus, máquinas agrícolas e rodoviárias, motocicletas e até trens e navios: “65% do que produzimos seguem para o segmento de carros, e a maior parte para a reposição.”

100% – A SH Autoparts, fabricante de braços de suspensão com 100% dos negócios voltados para a reposição, também conta com consumidores brasileiros, todos distribuidores independentes. Joanne Chien, diretora de vendas, revela procurar por parceiros locais para expandir seus negócios no País: “Temos um catálogo grande, pois atendemos a quase todos os veículos produzidos pelas montadoras japonesas. Ao contrário dos chineses não buscamos apenas preço: temos quali-

dade. Nosso equipamento é ligado à segurança e não podemos descartar a importância deste ponto”.

Com 99% da produção destinada à exportação a TYC Brother Industrial fornece as lanternas dos Chevrolet Captiva que circulam no Brasil –, modelo fabricado no México. Julie Sy, gerente de projeto da divisão de vendas, conta: “Enviamos as peças para a GM na Tailândia que, por sua vez, as repassa para as outras subsidiárias”.

O catálogo da empresa é extenso e atende aos mais diversos modelos de veículos, com a reposição respondendo por 80% dos seus negócios. Porém o objetivo, agora, é crescer em participação nos equipamentos originais: “Queremos chegar a 30% do faturamento gerado com negócios OEM nos próximos três anos”.

Já a E-Lead, fornecedora de sensores e equipamentos de infoentretenimento, busca o oposto. Consolidada no fornecimento de produtos originais – tem como cliente, inclusive, a Mitsubishi em Catalão, GO, para onde envia TCUs – a empresa quer ampliar sua participação na reposição. Para isso tem lançado uma série de produtos, grande parte dedicada à integração de smartphones com o automóvel.

A porta de entrada da companhia no mercado brasileiro deverá ser mesmo o OEM. Segundo Daniel Lin, vice-presidente da E-Lead, há dois anos existem estudos para a construção de fábrica no Brasil, para onde estão indo alguns de seus importantes clientes chineses, como Jac Motors, Foton e, talvez, Lifan: “Seguir nossos clientes é



www.syncreon.com

- Presença Global
- Mais de 100 unidades espalhadas pelo mundo em mais de 20 países.
- 12.000 colaboradores
- Gestão da cadeia de abastecimento de clientes para + de 100 países
- Mais de US\$40 bilhões em produtos de clientes gerenciados anualmente
- Especializada nos segmentos Automotivo e de Tecnologia.



- Logística Inbound e Outbound
- Consolidação
- Desconsolidação
- Cross docking
- JIT/JIS
- Armazenamento e Manuseio
- Gestão do Supply Chain
- Configuração de pedido
- Formação de kits
- Sub montagem, Montagem,
- Embalagem para Exportação SKD/CKD
- Sequenciamento
- Line feeding
- Logística Reversa, Reparos e Inspeção Técnica



“Nós gostamos de trabalhar com clientes que são exigentes, cuja cadeia de suprimentos evolui rapidamente. Isso se reflete em nossa base de clientes. Nós adaptamos e evoluímos nossas soluções em linha com os requisitos dos nossos clientes.”

Brian Enright,
Diretor Executivo e Presidente da syncreon

Taipei Ampa

De 8 a 11 de abril os fornecedores taiwaneses mostram a sua cara na Taipei Ampa, principal exposição de autopeças da ilha que ocorre simultaneamente com outras quatro feiras voltadas ao setor automotivo — AutoTronics Taipei, dedicada a sistemas eletrônicos automotivos, Tuning & Car Care Taiwan, para personalização de veículos, EV Taiwan, exclusivamente para veículos elétricos, e Motorcycle Taiwan, o salão de motocicletas.

A edição de 2014 reuniu mais de 1,3 mil expositores de dezessete países, gerando quase US\$ 600 milhões em negócios, de acordo com o Taitra, Conselho para Desenvolvimento do Comércio Exterior de Taiwan. Cerca de 51 mil visitantes de 129 países estiveram na mostra.

uma possibilidade. Existem estudos, que sempre esbarram em questões econômicas. Dependendo do volume é possível, até por causa da distância: são pelo menos seis semanas para que nossos produtos saiam de Taiwan e cheguem ao Brasil”.

SEM RIVALIDADE — Separados pelo estreito de Taiwan, pedaço de mar com 180 quilômetros de largura média, a ilha de Taiwan e a parte continental da República Popular da China alimentam relações controversas. A começar pelo sistema de governo: com eleições e temente ao mercado no primeiro caso e unipartidário e socialista no continente.

A China considera Taiwan uma província rebelde. Taiwan, por sua vez, mantém independência e soberania, mas julga a China continental parte de seu país. Para um chinês entrar em Taiwan, ou um taiwanês entrar na China, é preciso obter visto.

A aparente rivalidade, entretanto, é deixada de lado quando o assunto envolve relações comerciais. Taiwan se orgulha da proximidade com o maior mercado consumidor do mundo e considera-se a principal via de acesso para entrar no país vizinho. Somente no segmento de autopeças mais de cem empresas da ilha já investiram no mercado chinês.

Jerry Lin, chairman da Jet Optolectronics, uma das maiores fabricantes de monitores automotivos de Taiwan, foi um dos que investiu em produção na China — visando, é claro, a mais competitividade: “É mais barato pro-

duzir na China do que em Taiwan. Os custos com fornecedores e mão de obra são mais baixos, embora venham crescendo nos últimos anos”.

A fabricante de braços de suspensão SH Autoparts é outra companhia que opera na China. A diretora de vendas Joanne Chien diz que 80% das estamparias são chinesas graças aos custos mais competitivos. Ela procura se descolar, porém, da imagem da busca total por preço criada pelos chineses. Apesar de estampar na China toda a montagem e checagem das peças é feita na sede, em Taichung, a 160 quilômetros da Capital, Taipé: “Nossa filosofia é continuar em Taiwan. Fomos para a China porque não encontrávamos força de trabalho aqui”.

O discurso é parecido na E-Lead, outra a investir em produção no continente. O vice-presidente Daniel Lin diz que os produtos de Taiwan têm mais qualidade que os chineses, embora os custos na China sejam menores.

Há também quem evite a todo custo cruzar o estreito de Taiwan. Fred Cheng, presidente da NHC, Nan Hoang Traffic Instrument, que fornece materiais de fricção, garante: “Nunca iremos para a China”.

Ele admite custos de 3% a 15% superiores na ilha, com indiscutível ganho em qualidade: “O custo está crescendo também lá. E quem gerenciaria? Teríamos que treinar as pessoas”.

Cheng considera um risco investir na China até por causa de óbvias dificuldades políticas: “Ficar em Taiwan talvez seja a razão pela qual sobrevivemos há 63 anos no mercado”. **AD**

Seminário
AUTO DATA

março
16
2015



COMPRAS AUTOMOTIVAS

A hora e a vez da nacionalização.

Seja em função do inovar-auto, ou em decorrência da variação cambial, o setor automotivo brasileiro não terá outra alternativa em 2015.

Terá que aumentar, e muito, o índice de nacionalização de seus produtos.

Nesse seminário conheceremos as **necessidades das montadoras e sistemistas** neste sentido, bem como saberemos se os demais **elos da cadeia produtiva estão preparados** para este desafio.

Temas que serão abordados:

- 2015, o ano da nacionalização
- Política de nacionalização das montadoras de automóveis e caminhões/ônibus
- Necessidade de nacionalização nas compras dos sistemistas
- Visão política e prática dos fornecedores de *tear two*
- O problema dos componentes com alto conteúdo importado
- Futuro do setor frente as necessidades do inovar-auto

Realização

AUTO DATA
EDITORA

**Informações
e inscrições**

11 5189 8938 • 11 5189 8940
seminarios@autodata.com.br

www.autodata.com.br

Carga certa

Michelle Loureiro | michelle@autodata.com.br

Cerca de 85% das vendas da Scania no Brasil são de veículos customizados. Essa variedade na ponta da entrega torna a logística interna de autopeças um desafio e tanto — são milhares de tipos de peças que precisam chegar às linhas de montagem na hora certa. Exatamente 27,3 mil componentes e 1,1 mil variantes de montagem de caminhões e ônibus.

Para aumentar a eficiência logística a empresa implantou na fábrica de São Bernardo do Campo, SP, há um ano, sistema que aprimora o planejamento de materiais e o nível de ocupação no transporte delas. A ideia é simples: uma equipe dedicada avalia, diariamente, os volumes necessários para a produção, seus respectivos níveis de estoque e a capacidade de veículos no processo. Decide então, em tempo real, se é preciso antecipar ou atrasar as coletas junto aos fornecedores.

Isso é possível porque desde 1999 a Scania faz a retirada dos insumos nos próprios fornecedores, a maioria instalada nas regiões Sul e Sudeste. Todas as partes são levadas para o Centro de Distribuição em Mauá, SP, e de lá seguem para a fábrica conforme a demanda diária. Fabio Castello, gerente executivo de logística da empresa, diz que “antes as viagens eram agendadas

Programa logístico reduz em 5% custo de transporte de peças e componentes para a Scania

e fixas. Agora os caminhões buscam os insumos quando necessário e de forma a aproveitar toda a capacidade de transporte possível”.

Nos primeiros doze meses de funcionamento o projeto envolveu trinta dos duzentos fornecedores brasileiros da Scania. “A ideia é que até 2015 todos já estejam dentro do novo processo logístico”. Os resultados já são expressivos: 103 viagens de caminhões deixaram de ser feitas no período, o que resultou em cerca de 100 mil quilômetros a menos percorridos e consequente redução de 113 toneladas de emissão de poluentes na atmosfera. “Além disso o custo com o transporte recuou 5% no período.”

Mas para que o processo dê certo os fornecedores também precisam colaborar. Por isso a Scania envia a todos, e diariamente, sua programação de compras. “Os boletins diários trazem dados sobre as próximas três semanas e ainda previsão para os três meses seguintes”. Ao todo quinze indicadores compõem as previsões da montadora, e ainda há informações sobre expectativa de vendas pelos concessionários, histórico, pedidos urgentes e negócios em andamento. “É um trabalho minucioso, mas os resultados têm nos mostrado que vale a pena.”

AD

A mais ampla e
abrangente cobertura
jornalística sobre
economia e negócios do
setor automotivo no País.

Agora em
Ipad



Acompanhe aonde preferir,
diretamente no seu tablet!

Ferrari



Em janeiro Paolo Ferrari assume o cargo de CEO da Pirelli para a América Latina. Ele se reportará diretamente ao presidente executivo para a região, Paolo Dal Pino.

Fossen

O brasileiro Fabio Fossen é o novo presidente da Bridgestone do Brasil. Assume no lugar do argentino Ariel Depascuali, que se aposentou depois de mais de quinze anos no grupo. Fossen, que respondia pela diretoria comercial da Femsa, terá o desafio de liderar o processo de expansão e modernização da empresa no País.

Flatschart

Alexandre Flatschart assume a direção da área de Customer Solutions da Volvo Construction Equipment Latin America. Baseado em Curitiba, PR, sede latino-americana do Grupo Volvo, ele se reportará a Afrânio Chueire, presidente da subsidiária da Volvo CE no continente.

Negri

O BMW Group nomeou Julian Mallea Negri diretor da MINI do Brasil. Atuando no BMW Group Argentina desde 2003, Julian foi gerente de marketing e vendas da BMW Motorrad, gerente da MINI Argentina e supervisor de finanças do grupo.

Znidarsis



A Nissan nomeia Ronaldo Znidarsis como vice-presidente de vendas e marketing para o Brasil. O executivo se reporta ao chairman da Nissan para a América Latina, José Luis Valls.

Em Resende

A Oca Veículos é a primeira concessionária da Nissan em Resende, RJ, mesmo município que abriga o complexo industrial da fabricante. Com ela a Nissan chega a onze revendas no Estado do Rio de Janeiro e a 167 no Brasil.

Em Recife

A Volare inaugura concessionária em Recife, PE. A Compacto será responsável pela venda da linha completa de veículos da marca na área que abrange a Capital e cidades próximas.

Em Brasília

A Eurobike conta com mais uma concessionária em Brasília, DF. O grupo já atuava ali com bandeira Porsche e passa a ser o único concessionário BMW e MINI em toda a região Centro-Oeste.

Premiação

As fábricas da GM de São Caetano do Sul, SP, e Joinville, SC, receberam certificação Corporate Lands for Learning por engajar parceiros da comunidade na promoção da educação ambiental nas áreas de preservação próximas.

África do Sul

A Marcopolo fornecerá dez ônibus rodoviários para a Intercap e a Greyhound, empresas de transporte de passageiros que operam na África do Sul.

Turbos 1

A Honeywell fornece turbos Garret para o novo motor da MWM Internacional, da série 229, destinado ao segmento de energia. Trata-se de um modelo Garret T-300.

Turbos 2

A Honeywell comemora 38 anos de produção de turbos no Brasil. Neste período produziu ao todo quase 5 milhões de unidades.

International

A International Caminhões comemora marco de 1 mil caminhões produzidos na fábrica de Canoas, RS.

Flex

A Toyota inicia as exportações do Etios com motor flex para o Paraguai. É o primeiro modelo bicomcombustível da marca enviado ao Exterior e as vendas no país vizinho começam em dezembro. Há seis anos o governo paraguaio estimula a tecnologia flex com alíquota zero para a importação destes modelos, a fim de intensificar a produção do etanol.

Pesados

Ainda que a fábrica esteja no estágio inicial de construção em Guaíba, RS, Wang Xiangyin, presidente internacional da Foton, confirma o interesse da montadora em estender o acordo que tem com o governo do Rio Grande do Sul para produzir lá também caminhões pesados.

Garantia

A Continental amplia de cinco para sete anos a garantia de todos os modelos de sua linha de pneus para caminhões e ônibus. O benefício é válido até 28 de fevereiro de 2015.

Cores

Segundo estudo da Axalta, fabricante de tintas automotivas, o branco ainda é a cor preferida dos consumidores: 37% da preferência na América Latina e 29% no mundo.

Articulados

A Mercedes-Benz fornece os primeiros ônibus articulados do sistema de transporte coletivo de Fortaleza, CE: são sete articulados O 500 MA, que começarão a circular no corredor exclusivo Antônio Bezerra/Centro.

Fábrica-piloto

A Audi inicia operação de fábrica-piloto para produção de diesel a partir de água, CO₂ e eletricidade gerada por fontes sustentáveis. Em Dresden, na Alemanha.



Powercoat
tratamento de superfícies

Powercoat e FIAT Automóveis

Uma parceria de sucesso em Betim/MG e agora também em Goiana/Pernambuco

Principais Serviços

- ✓ Pintura e-coat (KTL/DKTL)
- ✓ Pintura líquida e a pó
- ✓ Aplicação de massas e selantes
- ✓ Montagem de componentes
- ✓ Decapagem e Fluid Clean
- ✓ Embalagens especiais

Atendimento Comercial / Vendas

Tel.: (31) 3592.7402 | (11) 4390.6060
comercialmg@powercoat.com.br | www.powercoat.com.br

Embora mais complexos por causa de suas características tecnológicas, os veículos híbridos estão certamente em uma fase mais madura do que os puramente elétricos, em razão da possibilidade de funcionamento parcial ou total com energia proveniente de combustíveis.

Pode parecer contrassenso, visto que o objetivo é justamente a substituição dos combustíveis por fontes mais limpas e renováveis, porém o desenvolvimento dos híbridos contribui para a maturidade das baterias com relação ao tempo de recarga e da infraestrutura, para que o recarregamento não seja considerado um impeditivo para a troca de um carro convencional por um elétrico.

Os veículos híbridos estão obtendo uma considerável penetração em mercados onde os governos incentivam o uso do produto. Mesmo no mercado nacional, onde não há estímulo, é possível verificar acréscimo gradativo no número de modelos ofertados. Isso é resultado da necessidade de aumentar os volumes de produção para amortizar investimentos que, aliás, são altíssimos.

Já os carros puramente elétricos ainda dependem da superação de desafios relacionados à tecnologia e à infraestrutura. Postos de abastecimento distribuídos pelos grandes centros urbanos são fundamentais, assim como soluções para abastecimento em residências, condomínios, shoppings e empresas. Algumas tecnologias já existem, porém o investimento versus

retorno ainda deve ser equacionado para garantir o necessário retorno financeiro com pontos de abastecimento, considerando a atual baixa quantidade de veículos elétricos nas ruas e os cenários de curto, médio e longo prazos. Outra questão ainda a ser equacionada diz respeito às legislações de distribuição e venda de energia.

A falta de incentivos governamentais para compra, desenvolvimento e produção, a meu ver, é o principal obstáculo para a expansão dos veículos elétricos e híbridos no Brasil. Mas acredito também que a ausência de empresas automobilísticas puramente nacionais e a apresentação do álcool ou dos motores a álcool como a tecnologia ainda preferida pelo governo como

solução para a diminuição da dependência do petróleo são fatores que dificultam bastante essa expansão.

Ambas as tecnologias estão em processo de consolidação, no qual as empresas ainda buscam o melhor balanço entre custo e benefício de cada componente-chave, como baterias, sistemas de controle e recarregamento e tipos de hibridização para cada nível de veículo e usuário, a fim de convencer o cliente a trocar de tecnologia na próxima compra. A evolução para uma popularização mais abrangente é notória. Considerando a grande mudança tecnológica e de mentalidade do consumidor comum, o avanço observado até o momento é rápido e consistente.

AD

Avanço dos híbridos

Ronaldo Mazará Júnior | engenheiro e chairman do 11º Simpósio SAE Brasil de Veículos Elétricos e Híbridos

Onde tem evolução
tem também Magneti Marelli.



O novo Honda City, apresentado como a evolução da espécie urbana, já conquista as ruas da cidade. E nós fazemos parte desse salto com o desenvolvimento de amortecedores e sistemas de exaustão que equipam o novo lançamento da Honda. É nossa contribuição, com inovação e desenvolvimento, para ajudar o novo Honda City a oferecer maior conforto acústico e segurança a todos os que estão a bordo. Magneti Marelli faz parte de toda evolução.

Faça revisões em seu veículo regularmente.

**MAGNETI
MARELLI**

Faz parte da sua vida.

NOVO UNO 2015

DESCOLADO COMO VOCÊ.

Leo Burnett Total Motion

— NOVO —
INTERIOR, NOVO CÂMBIO,
NOVO RÁDIO.

COM TANTA NOVIDADE,
DEVERIA SE CHAMAR
NOVÍSSIMO UNO.



Novo Sistema
Start&Stop



Novo quadro
de instrumentos
com display LCD
de alta resolução

Retrovisor elétrico
com Sistema
Tilt Down



fiat.com.br/novouno

SAC 0800 707 1000 / 0800 282 1001

Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais. Sistema Start&Stop disponível somente na versão Evolution 1.4. Ganho percentual de até 20% no consumo de combustível entre Sistema Start&Stop ligado e desligado, disponível na versão Evolution 1.4, em trânsito urbano intenso sempre que o veículo estiver parado, atendendo as condições de funcionamento do sistema.

Pedestre, use sua faixa.

MOVIDOS PELA PAIXÃO.

