

# AUTODATA



From the Top  
Wilson Bricio,  
da ZF

## PRÊMIO AUTODATA 2018

Encarte especial traz todos os cases que concorrem ao reconhecimento

# MISSÃO ESPINHOSA



C4 CACTUS

## NÃO HÁ VAGAS

Empreendimentos imobiliários novos estão abrindo mão das garagens

## A ESTRATÉGIA BYD NO BRASIL

Veículo, bateria e carga: ideia é oferecer o pacote elétrico completo.

## BOAS NOVAS NA SERRA GAÚCHA

Seminário AutoData aponta recuperação da indústria em Caxias do Sul

>>> CNH INDUSTRIAL E SUA MARCA IVECO, INDICADAS EM TRÊS CATEGORIAS

ONDE TEM



**VOTE** EM QUEM COLOCA O DESENVOLVIMENTO NO TRANSPORTE,

>>> CNH INDUSTRIAL:  
MONTADORA

>>> IVECO - DAILY CITY:  
VEÍCULO COMERCIAL LEVE

NO PRÊMIO AUTODATA 2018.



AGRICULTURA, CONSTRUÇÃO E ENERGIA.

>>> **IVECO BUS - SOULCLASS:**  
VEÍCULO ÔNIBUS

LANÇAMENTO  
C4 CACTUS

20

Enquanto há grande expectativa para os projetos da VW e da Fiat, a Citroën quer chacoalhar o segmento dando boas-vindas à próxima geração SUV com o C4 Cactus

EVENTO  
SEMINÁRIO AUTODATA  
CAXIAS DO SUL

28

Recuperação da venda de caminhões e ônibus ajuda a puxar a indústria de Caxias do Sul, mostrou evento realizado por AutoData na Serra Gaúcha

LANÇAMENTO  
CAMINHÕES SCANIA

Nova família de caminhões NGR muda tudo, da oferta de cabines, motores e combustíveis até a lógica da operação de vendas, com modificações na rede

34



MOBILIDADE  
EMPREENDIMENTOS  
IMOBILIÁRIOS

38

Vagas se tornam artigo de luxo em prédios novos: infraestrutura para compartilhar bicicletas e carros e carregar veículos elétricos toma o seu espaço.

MONTADORAS  
BYD

44

BYD verticaliza produção de elétricos no Brasil, provendo desde a geração de energia até os veículos propriamente ditos, passando pelas baterias

ANIVERSÁRIO  
TOYOTA INDAIATUBA

48

Fábrica da Toyota de Indaiatuba, no Interior paulista, completa duas décadas de produção de seu modelo mais vendido no País, o sedã Corolla

ANIVERSÁRIO  
SCHAFFLER

52

Grupo Schaeffler, detentora das marcas Luk, Ina e Fag, comemora seis décadas no Brasil: hoje conta com doze linhas de produto e 2,5 mil itens para chassis, motor e transmissão.

8

LENTES

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

12

FROM THE TOP

Wilson Bricio, da ZF, e a festa pelo aniversário de 60 anos de Brasil da empresa

32

AD PERGUNTA

Elegemos mensalmente um tema e convidamos um especialista para responder

54

GENTE & NEGÓCIOS

Movimentações de executivos e outras novidades da indústria automotiva brasileira

58

FIM DE PAPO

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

# Sobre Uber, Avaré e eleições

Marcos Rozen, editor

**D**ia desses peça publicitária foi transmitida por diversas rádios em São Paulo: pai e mãe contavam ao filho que lhe dariam um carro de presente, ao que este se desesperava. "Mas o que foi que eu fiz? Tem gasolina, seguro, estacionamento, IPVA... eu não mereço isso." A seguir uma voz em off então anuncia: "Ter carro é coisa do passado".

O comercial era da Uber e, é claro, procurava vender as facilidades de seu serviço. Era uma sexta-feira e no fim de tarde paulistano um colega pediu justamente um Uber saindo da Av. Brig. Faria Lima: o aplicativo trocou aquele que deveria ser seu motorista por três vezes, a espera foi de 25 minutos e o custo da viagem o dobro do normal. A conclusão: o Uber, ao propagandear-se, esqueceu-se de que seu serviço não é tão perfeito ao ponto de alguém trocar inteiramente seu carro próprio pelo aplicativo.

Ao mesmo tempo um outro colega da AutoData Editora fechava o porta-malas lotado de seu carro e partia com esposa e filha de nove meses de São Paulo para Avaré, distantes 270 km, para participar de um casamento no final de semana. Fiquei pensando como ele faria, diante desta necessidade, se acreditasse totalmente no que prega aquele comercial da Uber.

É mais do que óbvio que a solução para a mobilidade está muito longe de ser uma só – nem só Uber, nem só carro próprio, nem só transporte coletivo adequado, nem só compartilhamento de patinetes elétricos. Passa sim por uma conjunção de muitas coisas e ações, e me parece neste caso que a Uber errou um pouco a mão ao classificar-se isoladamente como a solução definitiva, dando à posse de um veículo uma conotação ultrapassada. Isso, ao menos hoje, certamente não condiz com a nossa realidade.

Essa realidade pode mudar, ao menos um pouquinho, a partir de janeiro: dependerá de quem for eleito para ocupar a cadeira da Presidência da República e as outras em disputa nessa eleição. Seu candidato preferido tem uma política bem definida de mobilidade urbana? O que ele já fez ou deixou de fazer neste sentido? Uma pesquisa mais apurada pode revelar surpresas. Recomendamos.

Falando em eleições esta edição traz encartada a relação completa dos cases que disputam o Prêmio AutoData 2018, exatamente para balizar seu voto a este que é o Oscar do setor automotivo nacional. Confira e analise os candidatos: o reconhecimento será seu, acima de tudo.



[www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br)



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora

## AUTODATA

**Diretoria** Márcio Stéfani, publisher **Conselho Editorial** Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Leandro Alves, diretor adjunto de redação e novos negócios, Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Bruno de Oliveira, Lucia Camargo Nunes **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Romeu Bassi Neto/ArteAD **Mídias sociais** Alex Chies **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 5189 8900; André Martins, Érika Coleta, Luiz Giadas **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira **Distribuição** Correios **Pré-imprensa e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900 **ISBN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora Ltda., rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Márcio Stéfani, MTB 16 644



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

**Chegou a nova família Delivery.  
Sob medida para os dias de hoje.**

Acesse: [NovoDelivery.com.br](http://NovoDelivery.com.br)



**Se hoje os pedidos  
são pela internet,  
as entregas não podem  
ser menos modernas.**

Uma marca da MAN Latin America.  
[www.vwco.com.br](http://www.vwco.com.br)

#### **Totalmente renovado**

- Novo design moderno e robusto
- Novo câmbio de 6 marchas
- Novo chassis modular
- Novos retrovisores modernos e funcionais
- Nova coluna de direção ajustável
- Novo painel com computador de bordo



**Caminhões  
Ônibus**

## DESMORTE? NÃO.

Quem não quer saber o que os candidatos a presidente desta República estariam dispostos a fazer pelo setor automotivo se fossem eleitos? Nós, da AutoData Editora, também queríamos saber – e enviamos correspondência às assessorias de seis candidatos que não vale a pena nominar aqui. Silêncio profundo se instalou e permanece, e permanecerá até o fim dos tempos. Por que agem assim? O setor tornou-se desimportante? A conversa pode alongar-se até amanhã cedo mas tenho uma boa pista: o setor continua muito importante mas, hoje, as empresas funcionam à sombra das regras de seu sistema de compliance. Uma dessas regras, para todas as empresas, é não agir ao arrepio da lei.

## DESMORTE? NÃO. 2

Não há mais doações oficiais para campanhas, santo remédio para que políticos recalcitrantes revissem o seu próprio balão de ideias. E o espaço para doações diretas ao caixa 2 também foi substancialmente reduzido. Mais: o compliance das empresas com sede nos Estados Unidos, por exemplo, implica que, no caso de serem pegos aqui com as mãos na cumbuca, ou na Tailândia ou no Quirguistão, seja preso funcionário seu na sede. Ou seja: em tese o crime não compensa como pode ter compensado no passado. E, quando não há polpuda doação à vista, não há setor da economia que sensibilize candidatos.

## MAIS NOVIDADES EM AGOSTO

Como antecipado neste Lentes na sua edição de agosto, número 347 de **AutoData**, coisas realmente aconteceram lá pelas bandas daquela entidade, como anunciado, a partir do instante em que presidentes de suas associadas passaram a questionar – e não mais apenas nos desvãos das escadas –, a direção que o presidente tem dado ao seu mandato. Afinal são as associadas que, por meio de suas contribuições financeiras, sustentam a entidade-mãe – e, como os tempos ainda são difíceis, cada centavo de custo é examinado com lupa. As associadas questionam muito os custos e também a necessidade, a importância e a oportunidade de o presidente manter pelo menos dois assessores. Pode ser este o rubicão das discórdias, além de questões muito práticas, diretamente ligadas à atividade, que presidentes de associadas censuram o senhor presidente por haver abandonado.

## MAIS NOVIDADES EM AGOSTO 2

É sabido que, na atividade associativa, os ventos que hoje nos batem na cara são resultado de escolhas feitas muito antes. No caso dessa entidade há bem dois anos atrás o presidente foi alertado, me lembro bem, para, por favor, se preocupar um pouco menos com a preparação com relação ao futuro que pregavam assessores, para, por favor, colocar os pés na terra firme dos problemas que já se abatiam sobre os associados de suas associadas. Ele disse que daria conta de tudo – e o que se vê hoje é que presidentes das associadas realmente condenam a sua ausência do presente e criticam seus périgos mundo afora, tão distantes de necessidades práticas e urgentes do momento. Momento ao qual o presidente sempre chega atrasado.

## MAIS NOVIDADES EM AGOSTO 3

O desalentador, no caso, é que, aparentemente, o presidente perdeu o tempo da sua dança de acordo com os acordes que lhe vêm aos ouvidos. Parece ter trançado os pés, ter-se enrodilhado com as maravilhas do futuro. E o resultado foi assim: decidiu-se por uma visita pessoal ao seu crítico mais contundente levando a tiracolo um dos assessores muito censurado – estava decidido a demonstrar que as coisas não estavam, assim, tão más. E ouviu uma resposta definitiva: "Você, presidente, sempre será muito bem recebido aqui. Sozinho". Pano rápido.

## BOM SERVIÇO

Muito saudável o serviço do novel Grupo Traton, nome que ganhou, nos últimos dias de agosto, a Volkswagen Truck & Bus, agora uma empresa independente que reúne MAN, Scania, Volkswagen Caminhões e Ônibus e RIO. E saudável porque, na falta e na impossibilidade de um grande encontro com a imprensa mundial para contar a sua jovem história, de onde veio e para onde vai, o grupo optou por distribuir, na forma de press release, uma entrevista com o seu primeiro CEO, Andreas Renschler. E as coisas lá para as bandas do Traton certamente sopram tão otimistas que isto transparece na primeira pergunta que lhe fazem: "O que havia de errado com o nome antigo? O senhor não gostava dele?". É uma pergunta tão divertida quanto inesperada, que espalha para longe qualquer constrangimento e que faz prometer perguntas e respostas com ritmo, vivazes, objetivas.



Divulgação/Traton

## BOM SERVIÇO 2

Faço elogio público do release do Traton para observar, exatamente, a elegia das virtudes que vi ali – virtudes em franca falta no setor automotivo. Entrevistas pessoais ainda são a melhor maneira de conhecer realidades, atuais e futuras, de trocar ideias sobre elas, de utilizar o passado como régua e referência, para tentar interpretar o que vem aí, enfim. Esses contatos, hoje, não são nem fáceis nem simples, e nem o presidente e suas assessorias o pretendem como alavancas de conhecimentos: parece que o encaram como mal necessário. Não quero abusar do saudosismo, mas fui formado nesse ramo num período em que presidentes de empresas tornavam-se as melhores fontes de jornalistas mais próximos, em off-the-record e até sem o conhecimento de suas assessorias de imprensa. Era a garantia da informação precisa, correta, perfeita. Repercutia assuntos geralmente de interesse das empresas, mas nem sempre. Mais ainda: forjava camaradagens e confiança para sempre.



**Por Vicente Alessi, filho**  
Sugestões, críticas, comentários, ofensas e assemelhados para esta coluna podem ser dirigidos para o e-mail [vi@autodata.com.br](mailto:vi@autodata.com.br)

O SEGREDO DO NOSSO SUCESSO

CA.



É ANDAR EM BOA COMPANHIA.

OA



SUBARU



CAOA CHERY

# Do DKW aos elétricos

**A**ZF está comemorando 60 anos no Brasil: em 15 de agosto de 1958 iniciou a construção de sua primeira fábrica fora da Alemanha, em São Caetano do Sul, no ABCD paulista. O primeiro produto nacional foi o câmbio dos DKW montados pela Vemag.

Logo a seguir a ZF do Bra-

sil ampliou sua atuação para os veículos comerciais, produzindo transmissões e direções. A fábrica ficou pequena e em 1981 nascia a unidade de Sorocaba, no Interior paulista, que recebeu 100% da produção em 1997.

Hoje a ZF já está de olho no fornecimento de powertrain elétrico, inclusive no Brasil, revela

nesta entrevista exclusiva Wilson Bricio, presidente da empresa para a América do Sul e 17 anos de casa.

Ele criticou as políticas de incentivo e não vê o etanol como uma boa saída para o Brasil: acredita que os elétricos vão chegar de um jeito ou de outro e o País precisa se preparar para isso. Confira os principais trechos da entrevista.

## A ZF está comemorando 60 anos no Brasil. Qual o segredo para uma fabricante de autopartes alcançar tamanha longevidade no País?

É uma demonstração de persistência, de acreditar que temos potencial aqui, e também de competência: sem isso não se sobrevive por tanto tempo no País. A ZF aprendeu a conhecer o Brasil, suas necessidades, como fazer as coisas aqui, como gerir os negócios. Passamos por alguns sustos, inclusive nos últimos anos, mas aprendemos a lidar com isso, e além de trazermos muita tecnologia formamos e exportamos muitos profissionais. A aula de gestão que se tem trabalhando em uma empresa do ramo automotivo no Brasil não há Vale do Silício que cubra. Hoje temos engenheiros brasileiros trabalhando em operações na China e nos Estados Unidos.

## Esta foi a primeira unidade da ZF fora da Alemanha...

Sim, e foi aí que a empresa começou seu aprendizado de internacionalização, os primeiros expatriados vieram de lá para cá e depois brasileiros foram daqui para

lá. O Brasil teve uma relevância estratégica muito grande para a empresa. É uma história bastante rica e que prossegue: recentemente recebemos a ótima notícia que o Brasil será um dos centros globais de desenvolvimento de engenharia da área de produtos agrícolas.

## O que mudou na operação ZF na América do Sul com a aquisição da TRW?

Foi uma iniciativa extremamente complementar. A única área onde havia algum conflito foi em direções, e fizemos um spin-off para esta operação. Todo o resto veio para complementar, como produtos eletrônicos, air bags, freios e mercado de reposição. O grande desafio é unificar duas culturas, estadunidense e alemã, a uma terceira, a brasileira. Tudo andou em tempo recorde, no primeiro ano já tínhamos cerca de 80% das operações integradas, fomos os primeiros a integrar a área de reposição, depois compras, pouco a pouco o RH também. Completamos o processo no fim do ano passado e recentemente inauguramos o primeiro armazém conjunto no mundo, aqui perto, em Itu.





**“O Brasil está na 129<sup>a</sup>. posição do ranking mundial de facilidade para fazer negócios. O ecossistema aqui é avesso a negócios, tudo é muito caro e muito complexo.”**

#### **E como está o cenário para a ZF no País neste 2018?**

Algumas áreas estão equilibradas e outras com certo déficit planejado, porque os lançamentos trazem muito custo de desenvolvimento. Hoje está ruim, mas deixou de ficar pavoroso. Neste ano nossa projeção inicial está se mantendo, enquanto nos anos anteriores tivemos que reduzir as projeções várias vezes. Mas ainda temos áreas com 50% de ociosidade, fizemos investimentos durante a crise que ainda não recuperamos.

#### **Há um panorama um pouco mais animador à frente, de qualquer forma?**

No Brasil temos uma economia que em termos de facilidade para fazer negócio está na 129<sup>a</sup>. posição do ranking mundial. O ecossistema aqui é avesso a negócios, tudo é muito caro e muito complexo, como abrir empresa, investir... Muitos defendem programa de incentivo para isso, para aquilo. Precisamos é de uma releitura, de um programa completo, que seja para o País. Não um programa de governo, isso não pode mais. Precisamos de uma política industrial que funcione independente de quem estiver no poder, as decisões têm que partir da sociedade.

#### **O que o sr. achou do Rota 2030?**

Se de alguma forma o programa fizer com que o mercado melhore acho interessante. Somos uma empresa de tecnologia, o que for no sentido de P&D é bom. Já estamos trabalhando para trazer os primeiros powertrains elétricos para o Brasil, estamos inclusive bem avançados nisso. Acho que a eletrificação virá e será rápida, principalmente nas grandes cidades, e tudo que ajudar nesse sentido é interessante. Espero que as medidas surtam efeito nessa direção, mas insisto que 129º lugar daquele ranking não dá. Não tem P&D no mundo que se sustente se não há ambiente de negócios favorável. Precisamos estar alinhados com novas tecnologias e descobrir uma vocação nacional. Já não temos montadora brasileira. O que vai impedir, por exemplo,



Imagens meramente ilustrativas.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

[www.com.br/amarokv6](http://www.com.br/amarokv6)

# Amarok V6 EXTREME



**Na entrevista de emprego, nosso engenheiro  
confessou um defeito: perfeccionismo.**



Tração 4x4 permanente

Disco de freio nas 4 rodas

Aro 20"

O motor mais potente da categoria:  
V6 3.0 TDI de 225 cv e 56,1 kgfm de torque

**Força que vem  
de dentro.**



**Volkswagen**

que depois do acordo Mercosul-União Europeia nós não passemos a importar muito mais do que exportar?

#### A vocação brasileira não estaria no etanol?

Acho difícil. Vamos falar da China: eles mudaram a regra do jogo. Pensaram assim: 'Eu tenho um problema de poluição, se for competir com o resto do mundo em combustão vou perder', então partiram para eletrificação. O etanol só tem aqui. Quem mais no mundo a gente convenceu de que isso é bom? A China até usa 20%, mas é agora, para o futuro não. O País vai ter que entender que a tecnologias em motor a combustão são paliativas. Talvez uma falha do Rota seja favorecer o híbrido em detrimento do elétrico. O elétrico puro a bateria, hoje, é mais pesado, e esse pode ser um erro estratégico do Rota. Não vejo muito futuro para os biocombustíveis como definidores de uma estratégia de sucesso em mobilidade urbana.

#### É possível para o Brasil entrar nesse jogo e ser competitivo em alguma área dos elétricos?

Creio que tudo que tem a ver com geração de energia renovável é importante, temos uma chance muito grande nisso, geração e acumulação são estrategicamente muito importantes para o futuro, mas precisamos investir, buscar. Temos que entender que o elétrico será presente, e principalmente nas grandes cidades. Daqui de Sorocaba, por exemplo, são 80 km de São Paulo, se tiver um só local para carregar no meio do caminho você já chega, e com folga. Acho melhor do que forçar uma solução que inicialmente pode parecer melhor mas talvez não tenha futuro à medida que seremos pequenos. Vamos ser uma ilha, com uma solução híbrida? Será que os fabricantes, que também não são brasileiros, vão querer investir para aperfeiçoar uma tecnologia híbrida só para o Brasil? A tendência, quando as baterias melhorarem, a médio prazo, é



**“Não vejo muito futuro para os biocombustíveis como definidores de uma estratégia de sucesso em mobilidade urbana.”**

que o veículo híbrido seja mais caro para produzir do que o elétrico.

#### E os fornecedores, como ficarão?

Quem quiser ficar nesse negócio terá que pensar nisso. Não será amanhã nem depois de amanhã, mas aqueles fornecedores que quiserem estar no negócio daqui a dez, vinte anos vão ter que começar a pensar nisso agora. A tendência de surgimento de novos fornecedores



aqui é bastante grande. Nós vamos ter também que começar a pensar no que o Brasil vai produzir no futuro, com esses acordos de livre comércio florescendo. Se eles não acontecerem vamos virar uma Cuba. Estaremos provavelmente fechando nossas fronteiras para importar e vamos ficar aqui tentando desenvolver nossas tecnologias e logo estaremos com veículos de 40, 50 anos de idade, iguaizinhos aos que existem em Cuba hoje. Eu não sou ufanista, acho que não ajuda o Brasil agora a gente começar a falar 'vamos criar um credo aqui, tentar levar todo mundo por este caminho', acho que precisamos realmente aceitar que a globalização está aí, que temos que internacionalizar nossa economia, temos que nos abrir, sermos mais competitivos, temos que acabar com os incentivos, nós não precisamos deles.

**O sr. então acredita que em alguns anos a indústria nacional pode deixar de ter um papel de relevância?**

Sem dúvida. Competitividade é o nome do jogo. Onde nós somos competitivos hoje? Vamos olhar. Material: nosso aço é 20% mais caro que qualquer outro lugar do mundo, fora o custo logístico. Mão de obra: é uma das menores produtividades que existem no mundo industrializado. Energia: para a indústria é caríssima. Sistema tributário: nós gastamos aqui dez vezes mais tempo para fazer nossa gestão tributária do que em qualquer outro lugar do mundo. Se pudéssemos simplificar as coisas e colocar esse custo dentro de P&D, desenvolvimento de produto, melhoria de produtividade, acho que o País seria muito melhor. Qual o milagre que estamos esperando? Quando alguém fala 'vamos ser relevantes, vamos nos tornar uma plataforma de exportação', eu digo: Ahn? Nós vamos regular no dólar? Quanto vamos precisar depreciar o real para cobrir todas essas falhas? Não vai ter milagre, incentivo, governo, messias que vai resolver isso.

**No Brasil a eletrificação teria espaço nos pesados e no campo?**

No campo há muitos implementos que quando tracionados por energia elétrica consegue-se uma produtividade muito maior. O Brasil tem tudo para completar não só a eletrificação mas também a direção autônoma para tratores, a colheitadeira já é controlada por satélite há muito tempo.

**A ZF está prevendo um aumento de fornecimento de sistemas de câmbio automático no Brasil?**

Não. Já fizemos essa avaliação, e o mercado brasileiro quer um câmbio automático mais simples, o que para nós seria fazer um downgrade dos produtos que temos hoje, algo muito caro. Aqui não é um mercado muito atrativo para a ZF, não se vê veículos de entrada automáticos e além disso os veículos médios que usam esse tipo de transmissão muito

**“Vamos ficar aqui tentando desenvolver nossas tecnologias e logo estaremos isolados com veículos de quarenta, cinquenta anos de idade, iguaizinhos aos que existem em Cuba hoje.”**



provavelmente no futuro tendem a ser importados. Quando se faz um investimento para uma fábrica de transmissão automática é necessário um volume próximo de um milhão de unidades. Com 600 mil se consegue começar a justificar, mas estamos falando de investimentos muito altos. O Brasil não tem as condições para isso.

**No caso do Rota 2030 a nova política para os ex-tarifários não ajudaria a gerar volume para nacionalizar?**

Acho que é o único caminho. Hoje já perdemos negócios porque não podemos importar mais, temos barreiras muito fortes para importação que impedem até a industrialização. Por exemplo: carcaça de alumínio a partir de um determinado tamanho. Não tem ninguém que faça aqui, mas agora é que estamos discutindo ex-tarifário para isso. Acabamos importando uma peça inteira porque não podemos importar alguns de seus componentes ou então ela não fica competitiva. Acho que deveríamos eliminar a tarifa de importação e a burocracia para importar itens que não são fabricados aqui, já, e deixar que o mercado se ajuste. Quando for competitivo o mercado vai começar a produzir no Brasil.

**O Rota 2030 tem metas-bônus de desconto de IPI de até dois pontos em eficiência energética e um ponto em itens de segurança, mas esse benefício não pode ser cumulativo, chegando a no máximo dois pontos. Isso não tende a concentrar esforços por parte das empresas apenas em eficiência?**

Vai depender do custo-benefício, de verificar o custo que se terá para atingir o bônus de dois pontos em eficiência versus o um ponto em segurança. Pode ser que no segundo item você tenha um custo menor e um retorno mais alto. Porém temos que pensar no que o Brasil precisa, no que a sociedade precisa: é só de eficiência ou só de segurança? Eu acredito que seja de ambos.



# VOTE NA APTIV NO PRÊMIO AUTODATA

Somos finalistas na categoria **Gestão**  
no Prêmio AutoData, Melhores do  
Setor Automotivo 2018.

**Vote** pelo site [autodata.com.br](http://autodata.com.br)  
ou no Congresso Perspectivas 2019.

[aptiv.com](http://aptiv.com)

• A P T I V •



# Um SUV para levantar a Citroën

Enquanto há grande expectativa para os projetos da VW e da Fiat, a Citroën quer chacoalhar o segmento dando boas-vindas à próxima geração SUV com o C4 Cactus

**A** espinhosa missão do C4 Cactus não passa somente pelo objetivo de representar quase 50% das vendas da Citroën no Brasil em 2019. A aparência um tanto exótica para os padrões dos SUVs que estão se tornando preferência nacional também deve ser a cara de uma nova Citroën, que pretende acabar com a percepção que circula no mercado em torno da marca.

"A melhor forma de provar que determinada imagem é mito ou inverdade é entregando ao consumidor uma verdadeira experiência. Não há campanha publicitá-

ria milagrosa que mude a percepção do consumidor. Apenas uma experiência real tem o poder de quebrar esse paradigma."

Após essa constatação Ana Theresa Borsari, diretora geral das marcas Peugeot, Citroën e DS no País, fez um pacto com a atual rede de 103 concessionários Citroën no Brasil. Este movimento junto aos revendedores já havia sido antecipado na edição 345, em junho, quando Borsari participou da seção *From the Top* desta revista. Juntos, marca e empresários do varejo criaram um programa chamado Citroën&Você, revelado durante a primeira



Divulgação/Citroën

apresentação do SUV c4 Cactus no País.

Trata-se de uma atitude de pós-venda agressiva que oferecerá série de iniciativas como a garantia de recompra dos veículos da marca com bônus de até R\$ 3 mil. Além disso, dará 10% de desconto a cada revisão que poderá ser usado na aquisição de peças e acessórios e mais descontos para compra de componentes de veículos antigos da marca.

"Esta não foi a preparação de mais um lançamento da Citroën. Queremos surpreender o cliente mesmo depois da compra e do fim da garantia do veículo. Vamos mostrar a partir de agora que a tendência é o consumidor comprar um Citroën e basicamente se preocupar em abastecer. Todo o resto vamos ofere-

cer soluções para o cliente", diz Borsari.

Uma das novidades do Citroën&Você nesse sentido é que o cliente poderá, a qualquer momento, sem aviso prévio, realizar a checagem e a eventual substituição de todos os fluidos do veículo sem nenhum custo. Basta entrar numa concessionária.

Essa ação também vale para a checagem e rodízio dos pneus. No caso do C4 Cactus, caso haja necessidade de manutenção que ultrapasse quatro dias de oficina, a Citroën disponibilizará um veículo reserva ao cliente. Essas são apenas algumas das principais iniciativas dentro da concessionária para conquistar o público.

A Citroën também está lançando o



Christian Castanho

**“A venda é só a venda. O ciclo de vida do veículo passa por 10 a 15 vezes na concessionária. A hora da verdadeira experiência do cliente com a marca está ali.”**

Ana Theresa Borsari, diretora-geral de Peugeot e Citroën

Seguro Conectado, um serviço desenvolvido em parceria com a Sura Seguros e oferecido pela primeira vez por uma marca no Brasil. Por meio da instalação de um hardware no carro, o Seguro Conectado oferece informações via aplicativo sobre o modo de dirigir do cliente, permitindo, segundo a fabricante, descontos anuais de até 20%.

### NOVA GERAÇÃO 1

A estratégia pós-venda, por mais original que possa parecer, não seria suficiente para mudar o imaginário do público brasileiro, que acredita que um Citroën é contumaz visitante de uma oficina ou que seu preço é desidratado ao longo dos anos.

É aí que entra o C4 Cactus, de acordo com Borsari: “A proposta de uma nova geração de SUV compacto que o Cactus traz já é um fator de atratividade para o cliente. Esse produto faz sonhar e será nosso embaixador desta nova fase”.

À primeira vista o C4 Cactus apresenta uma personalidade extravagante com três linhas de faróis na dianteira, ou um borrachão inusitado na parte inferior das portas. Mesmo a traseira, que dá a sensação de haver volumes e vincos demais na tampa e no parachoque, faz os olhos piscarem algumas vezes em busca de coerência. Todos são efeitos de estilo bastante interessantes e após algum tempo caminhando em volta do veículo

a percepção é de um conjunto estético muito bem armado.

E aqui cabe um parênteses sobre o nascimento desse SUV para apresentar um feito e tanto dos profissionais envolvidos em seu desenvolvimento no País: O Citroën C4 Cactus é o resultado de esforços inéditos da engenharia e design da marca francesa na América Latina. Foram esses profissionais, instalados na sede da PSA, em São Paulo, Capital, que criaram a solução global para esse modelo.

Em visita ao País o vice-presidente de design da PSA entendeu que o trabalho realizado pelo grupo brasileiro poderia ser aplicado globalmente no Cactus, segundo Ana Theresa Borsari. Assim, pela primeira vez a América Latina foi responsável pelo desenvolvimento de um veículo novo, envolvendo quase quatrocentos profissionais. Isso foi em 2014. No ano seguinte esse visual chegou à versão europeia, onde o C4 Cactus é um hatch médio.

“A liderança de um projeto global mostra a maturidade que a empresa tem na região. E o compromisso das marcas no desenvolvimento desses mercados”, afirma Borsari.

O desenvolvimento local para aplicação global também aconteceu na fábrica da PSA em Porto Real, RJ, que recebeu R\$ 580 milhões nos últimos dois anos para modernização, como a instalação de robôs de solda com medição a laser e um novo sistema de montagem que utiliza kits de peças em posições estratégicas da linha para acelerar o ritmo de produção.

Todo o processo tomou 620 mil horas de trabalhos com 165 protótipos rodando um milhão de quilômetros em testes de validação. Além disso, as equipes da fábrica passaram quase dez mil horas em treinamento.

“Ao contrário do modelo hatch europeu, o desenvolvimento de freios e suspensão completa, molas e amortecedores, foi feito no Brasil em parceira com os fornecedores”, diz João Carlos Barreira, diretor global do projeto C4 Cactus.

Por conta de sua utilização em piso



# REDE DE COOPERAÇÃO, PODER DE INOVAÇÃO.

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



Respeite a sinalização de trânsito.

**MAGNETI  
MARELLI**

irregular, umas das características que consagram os SUVs por aqui, a engenharia empregou mais de vinte materiais no projeto de isolamento acústico de toda a carroceria. Adotaram, inclusive, vidros de espessura superior ao utilizado tradicionalmente nesses veículos.

### NOVA GERAÇÃO 2

O resultado, na prática, agradou. Rodando quase cem quilômetros por sinu-

osas estradas asfaltadas e trilhas em Mogi das Cruzes, SP, o primeiro contato com o Citroën C4 Cactus causou boa impressão.

Com altura do solo de 22,5 centímetros e ângulos de entrada de 22 graus e saída de 32 graus, que o credenciam como SUV segundo a legislação brasileira, o C4 Cactus pode enfrentar obstáculos como buracos, lombadas e terrenos acidentados com bastante desenvoltura. O projeto brasileiro da suspensão também foi feliz

## Alguns dos fornecedores do C4 Cactus

### Pneus



Goodyear  
Pirelli

### Amortecedores



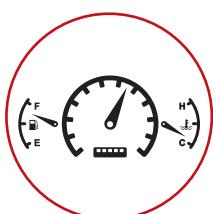
Magnetti Marelli

### Bancos



Faurecia

### Painel de instrumentos



Faurecia

### Para-choques



Plastic Omnium

### Air Bags



Autoliv

### Direção Elétrica



Nexteer

### Chicotes



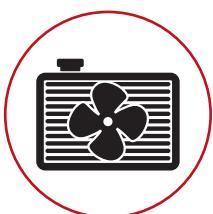
Delphi

### Estampados



Magnetto

### Grupo Clima



Mahle-Behr

### Vidros



Pilkington

# Vote Dana no Prêmio AutoData



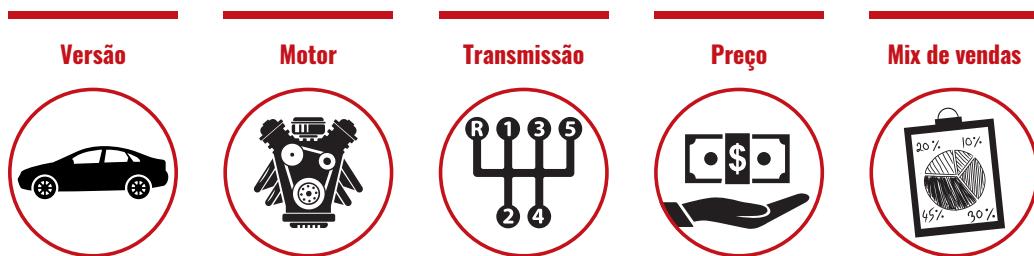
**Dana e você.  
Sempre em frente.**



**Muito além dos  
estereótipos.**

Não importam as dificuldades e os desafios, buscamos ir em frente, investindo e trabalhando para estarmos cada vez mais próximos dos nossos clientes e de suas necessidades. Seja desenvolvendo produtos e soluções alinhadas com as novas demandas de uma indústria em permanente evolução, seja construindo parcerias sólidas na busca pelos melhores resultados. O reconhecimento externo reforça este compromisso, como no desenvolvimento da nova Junta Homocinética para cardans, finalista do Prêmio PACE AWARD 2018, o principal prêmio de inovação da indústria automobilística mundial. Esse é o caminho. Essa é nossa vocação. Seguir sempre em frente, lado a lado com nossos clientes e parceiros, desenvolvendo as soluções que movem a indústria hoje e no futuro.

## Posicionamento C4 Cactus



Versão	Motor	Transmissão	Preço	Mix de vendas
Live	1.6	MEC	R\$ 69 mil	5%
Feel	1.6	MEC	R\$ 73,5 mil	15%
Feel	1.6	AT	R\$ 80 mil	25%
Feel Pack	1.6	AT	R\$ 85 mil	20%
Shine	1.6 THP	AT	R\$ 95 mil	20%
Shine Pack	1.6 THP	AT	R\$ 99 mil	15%

na medida em que absorve bem esses impactos sem abrir mão de certo conforto para os ocupantes.

Há uma ajuda de tecnologia nesse caso: a versão mais cara, Shine, avaliada, vem com o grip control, que é uma mistura de controle de estabilidade e tração. Ele atua no torque e na frenagem para garantir maior aderência em situações extremas.

Com relação à tecnologia embarcada o C4 Cactus vem com uma quantidade inédita em seu segmento. São doze itens de auxílio à condução: alertas de colisão e saída da faixa de rodagem, alerta de atenção do condutor, frenagem automática de emergência, limitador e regulador de velocidade, assistente de partida em rampa e faróis de neblina direcionais e outros. Estes itens, além da interface da central multimídia, vieram da prateleira de equipamentos da PSA, que já os utiliza também em muitos modelos da Peugeot e alguns da própria Citroën.

O interior do C4 Cactus também pode chamar a atenção do consumidor. Com entreixos de 2,6 metros, oferece bom espaço. Na avaliação da Citroën com seus concorrentes ele tem o terceiro maior espaço para pernas dos ocupantes do banco traseiro.

Quem vai à frente também é bem tra-

tado. Os bancos foram desenvolvidos com parâmetros para atender exigências de terrenos accidentados. Têm desenho mais envolvente ao corpo das pessoas e materiais que mantêm o compromisso conforto-durabilidade.

O quadro de instrumentos é digital, tanto as informações para o motorista quanto o painel multimídia de sete polegadas que concentra todos os comandos do ar-condicionado, som e conexão para smartphone, com espelhamento para sistemas operacionais Android Auto e Apple Car Play.

O Citroën C4 Cactus tem duas opções de motorização e transmissão, manual e automática de seis velocidades. Estão distribuídas nas seis ofertas ao consumidor. O motor flex 1.6 VTi aspirado de 115 a 122 cavalos equipa as versões de entrada e intermediária. Já o 1.6 THP, Turbo High Pressure, com injeção direta de combustível tem de 166 a 173 cavalos. Mas quem decidirá a opção do consumidor é a escolha da transmissão. Segundo a Citroën 80% das vendas estarão concentradas nas versões com câmbio automático.

A expectativa de sucesso da receita criada para o C4 Cactus é grande. Os executivos até lamentam a falta de capacidade para atender os pedidos iniciais ainda este ano, já que a fábrica de Porto



Real estará nos próximos meses elevando o ritmo de produção do modelo.

Além do projeto considerado bem acertado para o mercado e a estratégia pós-venda, outro fator corrobora para tal expectativa da marca: o posicionamento agressivo considerando o segmento de SUVs compactos. A versão topo de linha do C4 Cactus oferece uma quantidade maior de itens que alguns concorrentes e, ao contrário deles, não ultrapassa a mítica barreira de preço dos R\$ 100 mil.

Este posicionamento permitirá, segundo Borsari, vender 2 mil unidades do Cactus mensalmente em 2019. Somente esse modelo será responsável por metade das vendas da marca no ano que vem.

A expectativa é que a Citroën negocie algo em torno de 50 mil veículos. Em setembro 1 mil unidades estarão disponíveis em pré-venda online. A tabela de preços, garante Borsari, é parte importante da estratégia para atrair o potencial cliente. E ainda mais: "Não conseguiríamos emplacar dois mil carros nesse mercado altamente competitivo mudando o posicionamento de preços do C4 Cactus".

No segmento mais disputados do mercado a Citroën tem agora uma das opções mais em conta sem, no entanto, deixar de oferecer tudo o que o cliente mais deseja: conectividade, design, desempenho e uma novidade na marca, atendimento diferenciado. ■

**ESPINHA DORSAL**  
Pela primeira vez o design e a engenharia de um veículo Citroën global foram de responsabilidade da equipe brasileira





Foto: Julio Soares

## Recuperação da venda de caminhões e ônibus ajuda a puxar a indústria de Caxias do Sul, mostrou evento realizado por AutoData na Serra Gaúcha

**S**e o céu ainda não está totalmente azul para a indústria fornecedora do setor automotivo de Caxias do Sul, RS, ao menos o nevoeiro se dissipou e a pista do aeroporto já oferece boa visibilidade para pousos e decolagens. Os cerca de duzentos participantes do Fórum AutoData de Veículos Comerciais organizado pela AutoData Editora na sede da CIC, Câmara de Indústria, Comércio e Serviços local, saíram do evento com perspectivas otimistas para o futuro do segmento, puxado pela recuperação dos números de produção e vendas de caminhões e ônibus.

Dos 18,5 mil postos de trabalho fechados no setor desde 2014, quando a crise estourou, quatro mil foram recuperados este ano segundo dados do Simecs, Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Caxias do Sul. De toda forma, muito trabalhador qualificado acabou deixando a região ou se recolocou em outros setores.

O faturamento da indústria, que caiu 43,5% de 2014 a 2016, fechou o ano passado em elevação de 8,5% ante 2016. Este

ano a expectativa é chegar a R\$ 14 bilhões, alta de 9,5% na comparação com 2017 – mas ainda bem abaixo dos R\$ 20,9 bilhões dos tempos dourados.

Quem puxa esse crescimento são os fabricantes de caminhões e chassis de ônibus. A Volvo e a Iveco estão com as carteiras de pedidos tomadas até o fim do ano – quem procurar caminhão, agora, só receberá no ano que vem. No caso dos ônibus a expectativa é pela licitação da Capital paulista, que promete uma ampla renovação, mas está, por enquanto, barrada pelo Ministério Público.

Outra boa notícia foi levada pela Anfavea: seu diretor de comunicação, Fred Carvalho, mostrou em palestra números exclusivos sobre a idade média da frota de veículos comerciais, que envelhece ano a ano. Em 2011 os veículos que circulavam pelas ruas e estradas brasileiras tinham, em média, 13,1 anos, enquanto neste 2018 a idade média subiu para 15,8 anos. A tendência, portanto, é por renovação, pois caminhão mais velho na rua traz menos lucratividade.



“A frota brasileira está envelhecendo ano a ano. Tem muito caminhão velho na estrada, que significa mais acidente e mais poluição.”

**Fred Carvalho, diretor de comunicação da Anfavea**



“O diesel seguirá como a melhor alternativa por um bom tempo. A tecnologia híbrida será adotada, principalmente, em ônibus urbanos e VUCs, e o gás natural será uma boa alternativa. Os veículos elétricos ainda precisam de viabilidade econômica.”

**Carlos Alberto Briganti, diretor da Power Systems Research**



“De 2014 a 2016 o faturamento do setor caiu 43,5%. De 2016 para 2017 houve um avanço de 8,5%, mas a indústria ainda trabalha com receitas 39% menores [do que o período anterior à crise].”

**Rogério Gava, consultor do Simecs**



“A forte demanda por caminhões pesados fez com que abrissemos o segundo turno na fábrica de Curitiba em fevereiro.”

**Alcides Cavalcanti,  
gerente nacional de vendas de  
caminhões da Volvo**



“A estimativa é que o segmento de caminhões feche o ano em alta de 25%, para algo em torno de 60 mil unidades.”

**Idam Stival,  
gerente comercial de caminhões  
da Iveco**



“As vendas de implementos vão crescer de 28% a 37% este ano, alcançando volume de 78 mil a 83 mil unidades.”

**Norberto Fabris,  
presidente  
da Anfir**



“Projetamos vender sessenta unidades dos nossos ônibus elétricos este ano. Acreditamos em demanda crescente nos próximos dois anos.”

Wilson Pereira,  
vice-presidente  
da BYD



“Em sete meses crescemos 35% enquanto o mercado avançou 20%. Esperamos fechar o ano com alta de 32%.”

Alan Frizeiro,  
gerente de operações Ônibus  
da Scania



“Mais do que dobramos nossas vendas de chassis até junho. Em 2019 a demanda deverá evoluir de 10% a 15%.”

Marco Portes,  
gerente regional de vendas  
da Volvo



“O crescimento é maior em implementos do que em autopeças. De toda forma está muito além do que esperávamos.”

Eduardo Dalla Nora,  
diretor de negócios  
internacionais das  
Empresas Randon



“Ganhamos contratos grandes e importantes e o nosso objetivo, mesmo com a retomada das vendas internas, é seguir ou até crescer mais as exportações”

Rodrigo Pikussa,  
diretor do negócio Ônibus  
da Marcopolo



“Nos preparamos para atender à demanda de outras fábricas do Grupo no Brasil e no Exterior, garantindo volumes complementares aqui em Caxias do Sul.”

Luciano Beltrame,  
diretor industrial da Eaton



“Começamos a atender a Scania durante a crise, o que garantiu aumento na produção. E conseguimos o fornecimento também para a nova geração de cabines da marca.”

Paulo Weber,  
CEO da Plásticos Pisani

# Vote na Delphi

---

A **Delphi** é mais uma vez **finalista** no prêmio AutoData!

Este ano, estamos concorrendo na categoria "Gestão" pelo sucesso que foi o nosso SpinOff no final de 2017, a cisão que nos transformou em uma nova empresa independente.



## Herbert Diess, presidente mundial da Volkswagen



Divulgação/VW

Em sua segunda visita ao Brasil nos últimos nove meses, Herbert Diess conheceu um novo projeto de carro de entrada que vem sendo desenvolvido pelo time de engenharia da companhia na América do Sul. Ele disse que gostou do que viu, embora afirme não ter ainda batido o martelo para sua produção local. Ele passou a maior parte de seus poucos dias aqui reunido com concessionários, sindicatos e, é claro, a diretoria da companhia na região. Em um pequeno intervalo de pouco mais de meia hora em sua agenda concedeu entrevista à imprensa brasileira. Confira agora as principais questões dirigidas a ele.

1

### O senhor está preocupado com a situação na Argentina?

Sim, estou preocupado, somos um dos líderes lá. Há uma flutuação muito grande, mas confiamos no governo e estamos comprometidos com ele. A Argentina é muito importante porque precisamos produzir lá para exportar para o Brasil e podermos assim importar maior volume do Brasil para lá.

2

### E os resultados financeiros da VW na América do Sul, como estão?

Esperamos virar o jogo, acreditamos que neste ano conseguiremos empatar os números para retornar à lucratividade em 2019. No ano que vem teremos um novo SUV compacto, será o modelo certo para a região. A idade média dos nossos veículos aqui vai diminuir, então temos um cenário animador à frente. Estamos perdendo dinheiro na região desde 2013.

3

### Como anda o acordo com a Ford?

Não é sequer um acordo ainda, estamos explorando as potencialidades. O objetivo é nos veículos comerciais leves, onde na Europa o volume dos concorrentes é maior. Temos que eletrificar estes veículos, custa muito caro, e a Ford está em uma situação semelhante e por isso estamos estudando sinergias. Na região o impacto deve ocorrer na Argentina, onde produzimos a Amarok.

4

### Qual sua opinião sobre os biocombustíveis no Brasil?

Acho que é a direção certa. Se olharmos racionalmente, até mesmo na Alemanha faz mais sentido utilizar o gás natural em vez da eletricidade. Tudo depende de marcos regulatórios e outras coisas. No geral eu diria que nos países que têm sistemas renováveis de energia os carros elétricos fazem bastante sentido.

5

### Uma massificação de elétricos faria sentido no Brasil, então?

Creio que não porque se você olhar sob o ponto de vista da pegada de CO<sub>2</sub> os flex fuel são uma solução mais racional economicamente falando. Os elétricos necessitam de uma grande infraestrutura, que não existe aqui.

# **SEJA QUAL FOR A DIREÇÃO, A CUMMINS ESTARÁ SEMPRE PRONTA.**

Tudo muda com muita velocidade e segue diferentes caminhos, mas a Cummins conhece o mercado como ninguém e está sempre preparada.



## **/// Foco no cliente**

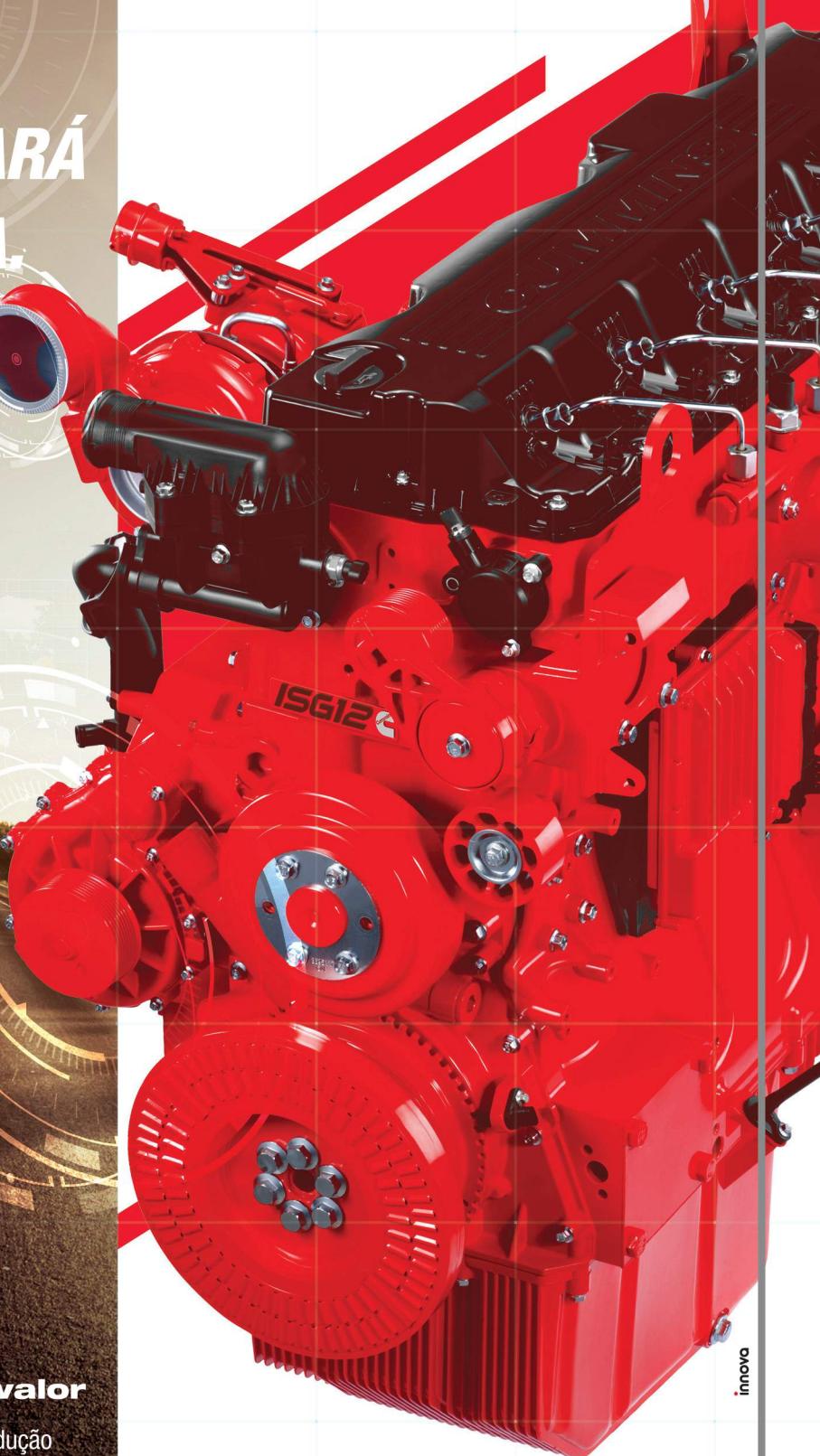
Projetos feitos de acordo com as necessidades de nossos clientes.

## **/// Tecnologias que geram valor**

Desenvolvemos tecnologias fundamentais para redução do custo operacional.

## **/// Variedade de produtos**

Motores de 2,8 a 12 litros para segmentos de caminhões leves, médios e pesados.



*Fale com a Cummins.*

**0800 286 6467**

[www.cummins.com.br](http://www.cummins.com.br)

[www.facebook.com/cumminsbrasil](http://www.facebook.com/cumminsbrasil)



# O PORSCHE DA SCANIA

Nova família de caminhões NGR muda oferta de cabines, motores, combustíveis e a lógica da operação de vendas



**A** Scania lançou no Brasil nova linha de caminhões NGR, substituta da atual PGR, que consumiu R\$ 1,5 bilhão de seu aporte total de R\$ 2,6 bilhões para o período 2016-2020.

Os caminhões receberam uma série de modificações mecânicas e no design em busca de redução no consumo: a economia total prometida é de até 12%.

O desenho das novas cabines foi desenvolvido em parceria com a Porsche - a aerodinâmica do conjunto foi testada no maior túnel de vento da Europa. A linha atual P, G e R, tem oferta de sete versões. Na NGR passará para 19 combinações, com o acréscimo das versões XT e S, esta a topo de linha, com piso plano e airbag lateral.

Nos motores novas potências e tipos de combustível: 7, 9, 11 e 13 litros em onze faixas de potência, de 220 a 620 cavalos, incluindo estreia mundial da opção de 540 cv. Há oferta de três versões movidas a GNV/Biometano e duas a bioetanol.

Os caminhões foram submetidos a um milhão de quilômetros de testes para adaptá-los às condições da América Latina - os modelos foram lançados na Europa há dois anos. "São veículos maduros para o mercado europeu, que demanda menos dos caminhões em termos de desgaste. O mercado da nossa região é composto por aplicações mais severas, e isso exigiu modificações no chassi e na suspensão, de forma que o conjunto ficasse mais robusto", diz Sílvio Munhoz, diretor comercial.

Mais do que os veículos em si, a nova geração traz a reboque uma mudança

enorme na operação comercial da Scania no País. Munhoz explica: "Desenvolvemos um sistema informatizado que analisa por completo os dados da operação do cliente e indica qual o veículo ideal para sua demanda, a motorização, o implemento e diversos outros parâmetros. Quem atende o cliente na concessionária deixará de lado o perfil de vendedor de pastinha para se tornar um consultor de negócios".

Este novo sistema de vendas entrará em funcionamento em novembro - no momento a rede passa por treinamento, e só aí é que as vendas dos novos caminhões poderão começar. E os veículos serão entregues apenas a partir de fevereiro de 2019.

A ideia representa a busca por negócios mais rentáveis, como a oferta de serviços de manutenção e de conectividade de frota. O diretor comercial explica que "a venda qualificada nos dá certa liberdade para fugir da ânsia por resultados de grandes volumes e da guerra de preços. Nossa foco não está nisso".

Afora o lançamento a Scania tem em conta aumento do volume de veículos conectados e as oportunidades de negócios envolvendo serviços a partir desse cenário: há dois anos todos os modelos saem de fábrica com equipamento de conexão e recentemente a fabricante promoveu adequação para seus modelos mais antigos. Com isso deverá adicionar 60 mil caminhões conectados à sua base até dezembro.

### SBC E TUCUMÁN

Para receber a nova família só as unidades produtivas tiveram R\$ 400 milhões: a de São Bernardo do Campo, SP, ganhou novas áreas de pintura, de solda de cabines e equipamentos industriais, enquanto Tucumán, na Argentina, recebeu maquinário para produzir os componentes da caixa de transmissão que integra a nova família de caminhões.

E a cadeia de fornecedores ganhou reforço de catorze empresas que até então atendiam a Scania somente na Europa. As negociações para localização tiveram participação da matriz, na Suécia.



Divulgação Scania



CONGRESSO AUTODATA

# PERSPECTIVAS

15 - 16 | OUT 2019

**INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:**

(11) 2533-4780 • [seminarios@autodata.com.br](mailto:seminarios@autodata.com.br) • [www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br)

# FUNDAMENTAL PARA O PLANEJAMENTO 2019

Maior e mais tradicional encontro de executivos do setor automotivo brasileiro, o Congresso AutoData apresentará panorama completo do cenário sob o ponto de vista das montadoras de veículos, máquinas e motocicletas, sistemistas, fabricantes de motores e entidades de classe, para produção, vendas e exportações.

É o momento para conhecer as estratégias das empresas e o posicionamento perante os desafios da indústria para o próximo ano.



HOTEL TRANSAMÉRICA  
SÃO PAULO



12 PALESTRAS  
4 PAINÉIS



3 AUDITÓRIOS  
SIMULTÂNEOS

## INSCREVA-SE PARA O CONGRESSO

	2 dias	1 dia
De 01/09 até 15/09:	R\$ 2.475,00	R\$ 1.575,00
De 15/09 até 30/09:	R\$ 2.613,00	R\$ 1.663,00
De 01/10 até o dia do evento:	R\$ 2.750,00	R\$ 1.750,00

Patrocínio Master



Patrocínio



SCHAEFFLER



Apoio



BorgWarner



Realização

AutoData  
Seminários

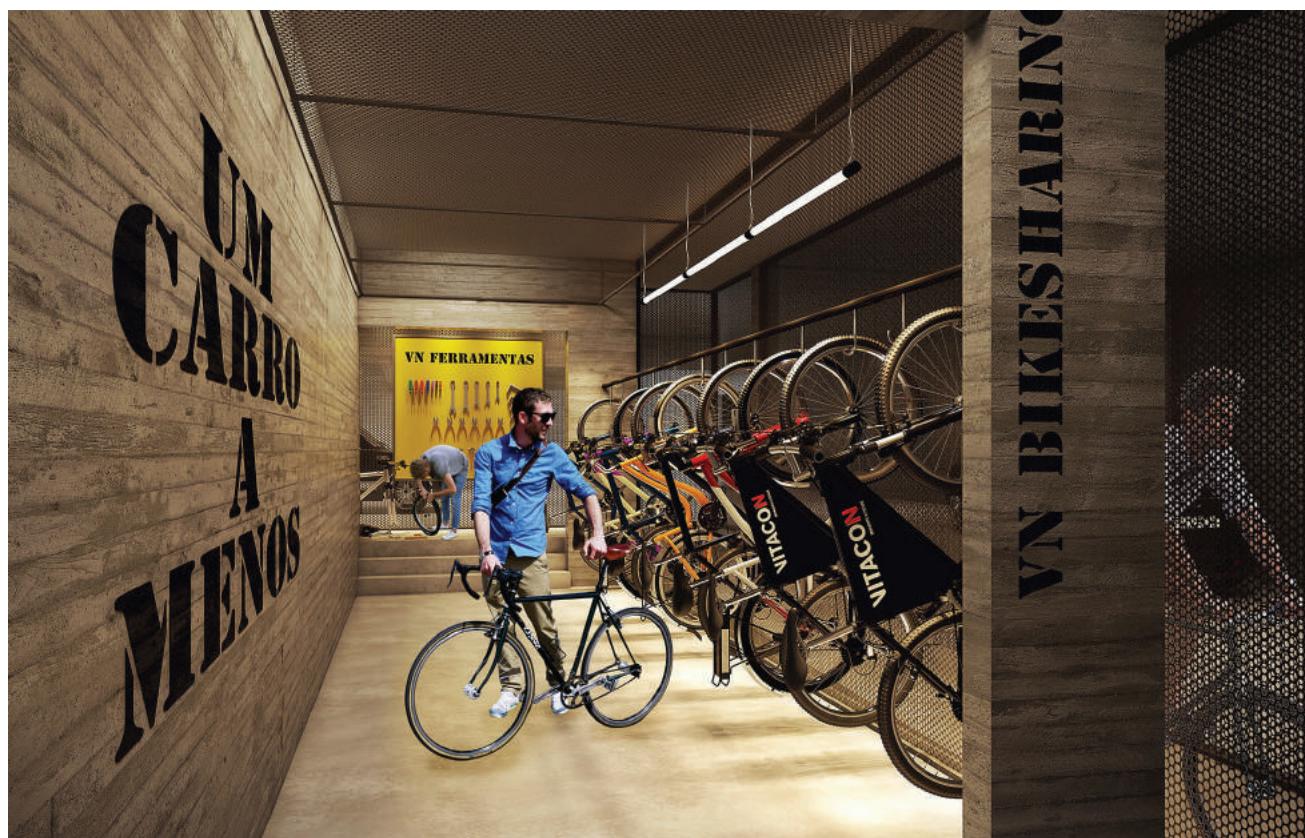
Organização

IZZO GROUP

SICAP ANDAP SINTEL® SCHULZ  
AUTOMOTIVA

# GARAGEM, ESPÉCIE EM EXTINÇÃO

Vagas se tornam artigo de luxo em prédios novos: infraestrutura para compartilhar bicicletas e carros e carregar elétricos toma o seu espaço.



Divulgação/Vitacor

**N**ão são só as montadoras e outras empresas ligadas à mobilidade que estão mudando seus produtos e serviços de olho em novas demandas do consumidor: também as construtoras estão muito atentas a este movimento. Por isso já começam a ser comuns lançamentos de empreendimentos imobiliários onde a garagem deixa de ser o que sempre foi.

Alguns novos imóveis em construção localizados em regiões centrais de grandes cidades, ou próximas a alguma estação de metrô, sequer oferecem vaga de garagem junto com o apartamento. Em outros há iniciativas para estimular o compartilhamento de carros e bicicletas. E há, ainda, condomínios com ponto de recarga para carros elétricos.

A construtora SKR, por exemplo, está finalizando o residencial Nomad, no bairro de Moema, Zona Sul de São Paulo: são oferecidos apartamentos de 40 m<sup>2</sup> a 72 m<sup>2</sup> e, na área comum, há dois pontos para recarga de carros elétricos e serviço de compartilhamento de bicicletas. As mes-

ABRA  
CAMINHO  
PARA  
O NOVO.

dentsu



## PRIUS

SEU PRIMEIRO HÍBRIDO



10 MILHÕES  
de veículos híbridos  
vendidos no mundo.\*



PROVA DE QUALIDADE  
GARANTIA 3 ANOS  
TOYOTA



Serviço Toyota

Seu Toyota em boas mãos



**TOYOTA**

Pensando mais longe

QUER SABER MAIS SOBRE A TECNOLOGIA HÍBRIDA DA TOYOTA?  
Acesse: [www.toyota.com.br/prius](http://www.toyota.com.br/prius)

/ToyotaDoBrasil

@toyotadobrasil

/toyotabrasil

+toyotabrasil

/toyota-do-brasil



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Além do período de cobertura básica (item 10-2-3 do livrete de garantia), a Toyota do Brasil oferece a garantia de 60 (sessenta) meses para veículos Toyota contra defeitos de fabricação e montagem do sistema híbrido (bateria híbrida, ECU da bateria híbrida, ECU de gerenciamento de energia, inversor com conversor), totalizando oito anos de garantia, desde que realizadas todas as manutenções periódicas na rede de concessionárias autorizadas Toyota. O período de garantia contra defeitos de fabricação ou montagem do sistema híbrido é de oito anos sem limite de quilometragem para veículos cuja nota fiscal tenha sido emitida em nome de pessoa física e de oito anos com limite de 200.000 quilômetros, o que primeiro ocorrer, para veículos cuja nota fiscal tenha sido emitida em nome de pessoa jurídica. O Toyota Prius possui nota A no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do Inmetro. Dados disponíveis em [www.inmetro.gov.br](http://www.inmetro.gov.br). \*A Toyota alcançou 10 milhões em vendas globais acumuladas de veículos híbridos em 31/01/2017. Consulte o livrete de garantia ou o site [www.toyota.com.br](http://www.toyota.com.br) para mais informações. O Toyota Prius vem com tapetes genuínos de fábrica.



**...QUE COMAM BRIOCHES**  
Solução prática adotada em condomínio de alto padrão em Goiânia, GO: a vaga é dentro do próprio apartamento, de 400 m<sup>2</sup>. Os carros chegam ali por um elevador exclusivo.



mas facilidades estarão em outro edifício da empresa no bairro da Vila Madalena, Zona Oeste da Capital paulista, o Moou.

A construtora BKO entrega empreendimentos com tomada para carros elétricos ou vagas especiais exclusivas para este tipo de veículo desde 2011 – caso do mais recente, o Wave Perdizes, também na Zona Oeste paulistana. E no seu BKS Santo Antônio, no bairro da Bela Vista, região central da cidade, com estação de metrô bem próxima, sequer há vaga de garagem disponível: o condomínio oferece bicicletas elétricas e no bicicletário há tomada para recarga. Ali os apartamentos têm de 19 m<sup>2</sup> a 66 m<sup>2</sup>.

Segundo a empresa mais dois empreendimentos serão entregues com apartamentos sem vaga de garagem, mas com opção de estacionamento conveniado no próprio condomínio.

A Gafisa entregou o Smart Santa Cecília, também na região central, apartamentos de 26 m<sup>2</sup>, 36 m<sup>2</sup> e 52 m<sup>2</sup> sem vaga, mas com bicicletas disponíveis pelo condomínio e um carro para locação por hora. O Smart Vila Madalena, na Zona Oeste, apartamentos de 31 m<sup>2</sup> a 105 m<sup>2</sup>, também possui esses serviços de compartilhamen-



Divulgação/feral

to, embora as unidades maiores tenham direito a uma vaga de garagem com serviço de manobrista.

Especializada em empreendimentos compactos a Vitacon está lançando o VN Oscar Freire, nos Jardins, com unidades que vão de 14 m<sup>2</sup> a 96 m<sup>2</sup>: apenas aquelas acima de 35 m<sup>2</sup> têm uma vaga de garagem, mas todos os moradores podem usar serviço de compartilhamento de carros e bicicletas. Há tomada individual em cada vaga para carregamento de carro elétrico e espaço no subsolo para embarque e desembarque de passageiros que chegam ao prédio de carro via serviços como Uber ou Cabify.

#### ORIGEM E DESTINO

Para Cláudio Bernardes, presidente do conselho consultivo do Secovi SP, empreendimentos imobiliários e mobilidade têm relação profunda e direta. Ele cita dados da mais recente pesquisa Origem e Destino, que apontou que 26% dos paulistanos se deslocam de carro, outros 26% de ônibus, 7% de metrô e 2% de trem.

A mesma pesquisa mostrou que o carro é o modal que leva o menor tempo de viagem para os mesmos destinos:

"As pessoas têm uma tendência a andar de carro por causa disso. Elas deveriam se deslocar o mínimo possível, fazendo suas atividades perto de onde moram ou residir perto do trabalho".

Na cidade de São Paulo o plano urbanístico prevê o adensamento ao longo dos eixos de transporte, com limitação de nú-



**Jeep**  
MAKE HISTORY

**EXISTEM LÍDERES  
POR TODA A NATUREZA.  
COM OS SUVs,  
NÃO É DIFERENTE.**

**TAXA ZERO**  
EM TODAS  
AS VERSÕES

Fbz



**JEEP  
RENEGADE  
A PARTIR DE**

**R\$ 69.990**



**JEEP  
COMPASS  
A PARTIR DE**

**R\$ 109.990**

+ SUPERVALORIZAÇÃO  
DO SEU USADO

Jeep é marca registrada da FCA US LLC.



[JEEP.COM.BR](http://JEEP.COM.BR)

CAC 0800 7037 150

[facebook.com/jeepdobrasil](http://facebook.com/jeepdobrasil)

No trânsito, a vida vem primeiro.

Jeep Renegade Custom, ano/modelo 2018/2018, nas cores sólidas "preto shadow", "verde recon" ou "vermelho colorado", à vista por R\$ 69.990,00 ou financiamento com taxa a partir de 0% a.m. e 0% a.a., entrada mínima de R\$ 55.992,00 (80%) e saldo em 12 parcelas de R\$ 1.259,69 na modalidade Crédito Direto ao Consumidor (CDC). Oferta válida para pessoa física, com 30 dias de carência para o pagamento da 1<sup>a</sup> parcela, incluindo tarifas, custos e impostos (IOP). Valor total a prazo de R\$ 71.108,28. Custo Efetivo Total (CET) calculado na data de 31/07/2018, a partir de 1,20% a.m. e 15,44% a.a. Jeep Compass Sport 2.0 Flex 4x2 automático, ano/modelo 2018/2018, nas cores sólidas "preto shadow" ou "verde recon", à vista por R\$ 109.990,00 ou financiamento com taxa a partir de 0% a.m. e 0% a.a., entrada mínima de R\$ 84.792,00 (80%) e saldo em 12 parcelas de R\$ 1.871,91 na modalidade Crédito Direto ao Consumidor (CDC). Oferta válida para pessoa física, com 30 dias de carência para o pagamento da 1<sup>a</sup> parcela, incluindo tarifas, custos e impostos (IOP). Valor total a prazo de R\$ 107.254,87. Custo Efetivo Total (CET) calculado na data de 17/08/2018, a partir de 0,91% a.m. e 11,44% a.a. Por meio da "Ação Promocional de Trade In", a FCA confere ao beneficiário – pessoa física –, que comprar diretamente de uma concessionária, R\$ 3.500,00 (três mil e quinhentos reais) em benefício da valorização de seu veículo usado, na troca por um veículo Jeep Compass, ano/modelo 2018/2018, e anteriores 0 km. Para ser elegível ao bônus, o veículo usado deve possuir valor superior a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais). Condições não válidas para a troca de veículos usados provenientes de venda direta, por exemplo, frotas, táxis, locadoras, leilões, seguradoras e veículos recuperados de seguradora. Promoção não cumulativa com outros descontos concedidos pela FCA ou pela Rede de Concessionários Jeep. Frete incluso para todas as versões do Jeep Renegade e Jeep Compass. Todas as propostas estarão sujeitas à aprovação de crédito pelo Banco Bradesco Financiamentos S.A. Os valores e as promoções são válidos até 30/09/2018 ou enquanto durar o estoque, prevalecendo o que ocorrer primeiro. Consulte as condições gerais, a tarifa, a taxa de juros, os encargos e o Custo Efetivo Total (CET) do financiamento antes da contratação em qualquer uma das concessionárias participantes. Os valores da parcela foram calculados para o Estado de São Paulo, podendo variar conforme a região (UF), considerando as despesas de registro de contrato. Preços públicos sugeridos não válidos para o Estado da Paraíba, em virtude do Decreto Estadual n. 36.927/2016. Os preços deverão ser confirmados em um Concessionário Jeep e podem variar de acordo com versão, motorização, tração e cor.

mero de vagas de garagem, por exemplo, nos imóveis do Centro. Mas o segmento imobiliário reclamou e a administração cedeu ao validar até março de 2019 permissão a empreendimentos para oferecer até duas vagas de garagem nestas áreas: "Não temos 300 quilômetros de metrô nem um sistema permeável e eficiente de transporte. Se houvesse as pessoas poderiam preferir não andar com seus carros".

A garagem faz parte da concepção do produto, acrescenta: "Não se lança, por exemplo, um quatro dormitórios com duas suítes com apenas uma vaga. Quando a construtora está estruturando um produto como este as vagas vêm acopladas".

Para o professor José Augusto Aly, da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo Mackenzie, pontos de tomada nas vagas de garagem devem se tornar cada vez mais comuns: "No futuro a tendência é de pontos de abastecimento de energia elétrica com custo específico separado por unidade".

Ele afirma que algumas cidades europeias discutem restrição total ao automóvel individual em algumas décadas, permitindo apenas o compartilhamento. Para o urbanista, entretanto, o automóvel propicia maior privacidade, "pois nem sempre a pessoa quer estar no transporte coletivo".

### CARRO DENTRO DE CASA

Há, também, o outro lado: para apaixonados por carro ou pela praticidade que ele proporciona há projetos quase exclusivos, como o Victorian Living Desire, no bairro Marista, Zona Sul de Goiânia, GO, 400 m<sup>2</sup>, quatro dormitórios: um elevador de carga leva o carro para dentro de cada apartamento.

"Alguns consideraram o projeto como uma ostentação, mas nosso objetivo foi proporcionar comodidade ao morador de um apartamento que mais se parece com uma casa", afirma Marcelo Borges, diretor de construção e incorporação da Terral, responsável pela obra. "Em vez de colocar e tirar malas, compras, carrinho de bebê etc. na garagem, ele tem o conforto de fazer isso dentro da própria casa. E há, também, o aspecto da acessibilidade."

Em São Paulo outro empreendimento de luxo também oferece uma garagem diferenciada: o Pininfarina, na Vila Olímpia, Zona Sul, é um edifício desenhado em parceria com a empresa italiana de design que também projeta, dentre outros, modelos Ferrari. Segundo Piero Sevilla, diretor de incorporação da Cyrela, responsável pela obra, os apartamentos de um dormitório têm plantas de 47 m<sup>2</sup> a 96 m<sup>2</sup> e contam com uma ou duas vagas.

"O empreendimento foi pensado especialmente para amantes de automóveis. Um diferencial é a rampa da entrada, com inclinação mais suave para facilitar o acesso de carros esportivos, geralmente mais baixos." ■





# VOTE NEO RODAS NO PRÊMIO AUTODATA 2018

NA CATEGORIA FORNECEDOR DE  
PEÇAS, PARTES E COMPONENTES.



CONTAMOS COM O SEU VOTO.  
A NEO RODAS SEGUE SEU CAMINHO  
DE CRESCIMENTO, INVESTINDO NAS  
PESSOAS, EM TECNOLOGIA E NO BRASIL.  
DESDE JÁ NOSSENTO MUITO OBRIGADO.

neo  
RODAS

[www.neorodas.com.br](http://www.neorodas.com.br)





**BYD verticaliza produção de elétricos no Brasil, provendo desde a geração de energia até os veículos propriamente ditos, passando pelas baterias**

**C**onstrua seus sonhos. Este não é apenas o lema da BYD, mas o próprio significado de seu nome, que vem de sigla para Build Your Dreams. A empresa chinesa, ainda jovem no cenário mercado automotivo, iniciou suas atividades apenas em 1995, fabricando baterias para celulares. Dez anos depois iniciaria a produção de automóveis – a gasolina –, ao mesmo tempo em que ex-

pandia rapidamente seus negócios para Europa e América do Norte.

Ao Brasil chegou em 2015, e desde então prospecta com governos e prefeituras ações para seus veículos elétricos. Em São Paulo, por exemplo, doou quatro automóveis elétricos, bem como dois carregadores e sua instalação, à Guarda Civil Metropolitana para testes e experimentação. O objetivo é receber um OK que lhe



Divulgação / Prefeitura RJ

permita participar de futuras licitações por veículos de frota do município.

Em Campinas, no Interior de São Paulo, a BYD possui uma fábrica de chassis de ônibus e outra de painéis solares, os fotovoltaicos.

E programa para até o fim de 2018 inauguração de mais uma fábrica, agora de baterias para veículos elétricos – automóveis, caminhões e ônibus – em Manaus, AM.

Carlos Roma, diretor de vendas, afirma que "a produção das baterias será destinada a uso próprio, fornecimento a outras montadoras locais e exportação". A empresa produzirá aqui também os chamados Energy Storages, que são contêineres de baterias que substituem geradores a diesel e armazenam energia gerada por sistemas solar ou eólico.

Hoje a BYD conta com 450 funcionários, somadas as divisões automotiva e de energia.

A fábrica de chassis em Campinas, em funcionamento há cerca de um ano e meio, deve chegar até o fim do ano com sessenta unidades montadas e entregues. Sua capacidade de produção é de três chassis por dia, ou 720 por ano.

Para Wilson Pereira, vice-presidente sênior de vendas de ônibus, trata-se de "um segmento novo, com tecnologia nova, e por isso precisamos vencer resistências, convencer mercados, superar crises. Mesmo assim os resultados começam a aparecer, e de forma até mais acelerada do que imaginávamos": a empresa fechou negócios com cidades como Bauru, SP, Brasília, DF, Volta Redonda, RJ, São Paulo, Capital, e Santos, SP.

O executivo atesta que "antes eram apenas testes e mais testes, e hoje já

vendemos. Há uma boa expectativa para licitação de ônibus que deverá sair em 2019 em São Paulo, Capital, para renovar uma frota de 14.5 mil ônibus, com possível exigência de propulsão limpa para ao menos metade do lote".

Para os caminhões elétricos a estratégia é diferente: inicialmente serão todos importados.

"Quando conseguirmos criar demanda significativa poderemos partir para uma fabricação progressiva, partindo de CKD, depois SKD e mais tarde montagem completa."

Na visão de Roma o mercado de veículos comerciais elétricos necessariamente começa por pesados em aplicações urbanas específicas, de ônibus urbanos a coleta de lixo, sempre em atividades com alto consumo de diesel e forte necessidade de manutenção.

A estratégia da BYD para todos os casos é oferecer um pacote completo, desde o fornecimento de baterias até a infraestrutura:

"Recentemente conseguimos fechar acordo com a Corpus Saneamento e Obras (veja box na página seguinte) por representar um caso maduro: a empresa usará a energia solar gerada por nossos painéis, em nossas fazendas, para reabastecer os caminhões. Vamos instalar os transformadores e os carregadores, e o contrato prevê fidelidade para uso exclusivo de nossa energia por quinze anos".

O diretor de vendas acrescenta que a BYD consegue completar ciclo sustentável, pois "temos inclusive uma unidade na China para reciclar todas as baterias que produzimos. Elas são transformadas em acumuladores, o que lhes confere um

**Fábrica de chassis de ônibus em Campinas, SP, deve chegar até o fim do ano com sessenta unidades montadas e entregues. Capacidade é de 720 ao ano.**

segundo ciclo de vida que pode durar de mais vinte a trinta anos".

A prioridade número um é mesmo a venda de caminhões e ônibus elétricos, deixando os automóveis para uma segunda etapa. Aqui a BYD possui o E5, sedã que promete 300 quilômetros de autonomia. Importado da China, custa R\$ 230 mil e tem como possíveis clientes o segmento de táxis e de frotas corporativas.

Outras atividades agregadas à marca seguem um novo modelo de negócio: não há, por exemplo, concessionárias nem oficinas próprias – a manutenção dos veículos é feita em parceria com a Porto Seguro e a Bosch.

Roma alega que "a Uber, por exemplo, não tem frota. Ela usa recursos existentes para fazer suas operações, e é o que fazemos nesse começo, partimos da mesma lógica. Nossa concessionário morreria de fome. Credenciamos essas duas parceiras para prestar assistência técnica em lugar de abrir uma concessionária, um prédio inteiro dedicado. Hoje as concessionárias estão fechando e diminuindo de tamanho. Vemos para o futuro um modelo de negócio completamente diferente dos últimos cem anos, com recursos compartilhados. Vivemos mudanças gigantescas no setor automotivo, e as coisas em breve não serão mais como hoje". ■

## O caminhão de lixo passou e ninguém (ou)viu

A Corpus Saneamento e Obras acabou de receber seis caminhões BYD 100% elétricos: é apenas 3% da encomenda total, nada menos do que duzentas unidades até 2023. Os veículos serão utilizados para coleta de lixo. A programação prevê entrega até o fim do ano de 21 unidades, que serão todas importadas da China.

Seu diretor administrativo, André Lima, considera que a compra dos caminhões BYD "envolve muito mais do que os veículos em si, porque foi baseada no custo total de operação, incluindo o abastecimento, a manutenção e outros benefícios".

Segundo ele os veículos, além da tecnologia elétrica de propulsão, totalmente silenciosa, usam um novo tipo de compactador, mais moderno e que, no conjunto total, reduz em 90% o ruído

emitido durante o trabalho de coletas de lixo urbano. "Ocorre que temos recebido reclamações de moradores alegando que o caminhão do lixo não passou em sua rua, pois não ouviram o barulho do veículo fazendo o serviço. Mas sempre checamos pelo GPS

e constatamos que a rota foi cumprida integralmente." A bateria tem autonomia de cerca de 8 horas, o exato turno de um caminhão, e é recarregada em duas horas. Os caminhões ainda contam com sistema de recuperação de energia por meio da frenagem.



Divulgação/Corpus Saneamento e Obras

# Fram Avança no Aftermarket

SOGEFI GROUP REFORÇA SUA PRESENÇA NA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA E CRIA UMA UNIDADE DE NEGÓCIOS EXCLUSIVA PARA A MARCA FRAM.



*Felipe Anholon, diretor de aftermarket da FRAM*

Em 2018, os filtros Fram comemoram 70 anos de produção no Brasil. É a linha mais tradicional e a preferida do mercado de reposição, além de estar presente em todos os países da América do Sul. Para avançar ainda mais nos próximos anos, a marca passa a contar com uma nova estrutura na Sogefi do Brasil.

Com a criação de uma unidade de negócios exclusiva para o atendimento da reposição automotiva, os clientes da Fram passam a contar com o suporte de uma organização completa, formada por profissionais de engenharia, qualidade, compras, vendas, marketing, assistência técnica, logística e finanças.

A nova equipe da Sogefi será gerenciada por profissionais com décadas de experiência na indústria de autopeças. A direção geral ficará a cargo de Felipe Anholon e Marcelo Silva seguirá coordenando o time de vendas. Com a mudança, o grupo passará a contar com o triplo de colaboradores.

Os clientes do mercado de reposição notarão as melhorias rapidamente. Entre as ações imediatas, estão a ampliação das linhas de produtos, atualização das embalagens, presença nas principais feiras do país, realização de treinamentos técnicos e comerciais, maior agilidade na garantia e melhorias na logística.

## TRADIÇÃO COM INOVAÇÃO

Presentes no mercado brasileiro desde 1936 e produzidos no país há sete décadas, os filtros Fram são os mais tradicionais e conhecidos do mercado de reposição. Agora, a equipe de marketing quer expandir essa proximidade e apresentar a marca para as novas gerações, cada vez mais tecnológicas e conectadas.

Depois de estrear com um grande sucesso no Facebook e Instagram no ano passado, a Fram ganhará em breve um canal de vídeos no YouTube e uma página no LinkedIn. Os catálogos eletrônicos para tablets e celulares também passarão a contar com novas funcionalidades e conteúdos técnicos.

Para 2019, a expectativa da Sogefi é ampliar em 20% a participação dos filtros Fram no mercado brasileiro, o que representará um crescimento ao redor de 30% no faturamento da linha. Outra prioridade será aumentar as exportações, aproveitando a grande receptividade dos produtos nos países da região.

*"Com a criação de uma unidade de negócios independente, o grupo Sogefi amplia o seu compromisso com os clientes da reposição e prepara a marca Fram para o futuro. Nossa equipe está muito motivada com o desafio e pronta para fazer o melhor", reforça o diretor de aftermarket Felipe Anholon.*

**FRAM**

# Duzentos anos em vinte



Divulgação/Toyota

**Fábrica da Toyota de Indaiatuba, no Interior paulista, completa duas décadas de produção de seu modelo mais vendido no País, o Corolla**

**A**fábrica da Toyota instalada em Indaiatuba, no Interior de São Paulo, está comemorando vinte anos. Neste período provou-se absolutamente fundamental para mudar por completo o posicionamento da marca em nosso mercado: não custa lembrar que falamos de uma das empresas pioneiras na montagem de veículos por aqui, iniciada em 1958 em galpão de São Paulo, Capital, para o utilitário Land Cruiser, que virou Bandeirante quando a lógica de CKD foi convertida para produção em São Bernardo do Campo, no ABCD, em 1962.

Mas foi só quarenta anos depois, em 1998, que a Toyota começou a produzir aqui um automóvel, o sedã Corolla, que

fez dela o que é aqui hoje. E assim pode-se dizer que Indaiatuba, comparativamente, fez duzentos anos em vinte.

A história da fábrica, porém, começa quase uma década antes, em 1990: foi quando a Toyota adquiriu área de pouco mais de 1,5 milhão de metros quadrados da produtora de café Fazenda Dom Bosco. Custou US\$ 150 milhões. Aquele foi apontado como o local ideal para a construção de uma fábrica por engenheiros japoneses que vieram com bastante frequência ao Brasil para escolher a área da nova planta.

As obras começaram seis anos depois, em 1996 – para preparar o terreno do mercado o Corolla já chegava ao País como importado. Naquele primeiro ano, 1998,



EXPANDA  
suas HISTÓRIAS

BETC | HAVAS



CHEGOU O NOVO SUV CITROËN C4 CACTUS  
BEM-VINDO À PRÓXIMA GERAÇÃO SUV.



14 combinações possíveis de cor

12 itens de auxílio à condução

Motor Turbo THP de 173 cv



3 ANOS  
GARANTIA

INSPIRED  
BY YOU



#### O DESBRAVADOR

Bandeirante, o jipe, foi o primeiro Toyota produzido no Brasil, mas quem abriu mesmo as fronteiras da marca ao consumidor local foi o sedã Corolla

foram apenas dois mil Corolla fabricados ali. No ano seguinte o quádruplo, oito mil.

Em 2000 o número já dobrava mais uma vez, a 16 mil, e a fábrica recebeu US\$ 300 milhões para ampliação. Em 2003 foi aberto o segundo turno e o volume anual bateu em 41 mil unidades.

2004 foi ano importantíssimo: a versão station wagon do Corolla, a Fielder, foi fazer companhia ao sedã na linha. Foi inau-

gurada pista de testes no mesmo complexo da fábrica, que chegou ao fim do ano contando 48 mil veículos produzidos.

Um novo recorde produtivo foi batido em 2008, 62 mil unidades. E 2017 trouxe a festa pela unidade 1 milhão, sendo quase que um quarto deste total destinado a exportações para países latino-americanos.

Atualmente a unidade emprega 2 mil funcionários.

## Linha do tempo: fábrica Toyota Indaiatuba.

1990	1996	1998	2000	2004	2008	2017
Compra do terreno da fazenda Café Dom Bosco, investimento de US\$ 150 milhões.	Início das obras. Corolla já é vendido no Brasil, mas importado do Japão.	Inauguração, trazendo para o País os princípios do Sistema Toyota de Produção, o TPS.	Primeira expansão da unidade, investimento de US\$ 300 milhões.	Abertura do segundo turno da fábrica e inauguração da pista de testes. Início da produção do Corolla Fielder.	Recorde de produção anual, para 62 mil unidades.	Marco de 1 milhão de unidades do Corolla produzidas na fábrica.

# ***MWM no Prêmio AutoData 2018.***

***Nossa tradição em alta tecnologia  
e desempenho merece seu voto.***



***Acesse [agenciaautodata.com.br](http://agenciaautodata.com.br)  
e vote na MWM na categoria***

**✓ POWERTRAIN**

***CONTAMOS COM SEU APOIO.***

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

 [facebook.com/MWMmotores](https://facebook.com/MWMmotores)

 [@MWMmotores](https://www.instagram.com/MWMmotores)

**MWM**  
A NAVISTAR COMPANY  
[mwm.com.br](http://mwm.com.br)

Reduza a velocidade, preserve a vida.

# Com as bênçãos de Kubitschek, Pelé e João Gilberto

Grupo Schaeffler comemora 60 anos no Brasil: nasceu aqui em 1958, em São Paulo.

O final da década de 50 foi muito importante para o Brasil. O País prosperava e iniciava uma trajetória de desenvolvimento industrial que marcaria para sempre sua história. Além disso, importantes acontecimentos culturais, políticos e econômicos floresciam todos os dias influenciando de forma positiva o futuro da nação.

O ano de 1958, então, foi inesquecível pra os brasileiros. Foi o ano em que tudo deu certo, do futebol aos negócios! A seleção brasileira conquistou sua primeira estrela vencendo a Copa da Suécia e apresentando ao mundo um fantástico menino chamado Pelé. Na cultura, João Gilberto, com a música Chega de Saudade, inventou a bossa nova, estilo musical que viraria símbolo de brasilidade em todo o mundo. E na economia começavam a aparecer os primeiros resultados da política industrial iniciada pelo presidente Juscelino Kubitschek dois anos antes.

O Brasil queria crescer e ser moderno. A ideia era transformar nossa dependência da economia agrária, exportadora de café e de açúcar, para outra apoiada na exportação de manufaturados graças à

infraestrutura do País que já estava criada desde o governo anterior, de Getúlio Vargas.

Um dos pilares quer iriam balizar aquele sonho de desenvolvimento era a indústria automobilística. E assim, em 1957, foi criado o Grupo Executivo da Indústria Automobilística – GEIA, justamente com o objetivo de auxiliar a implantação das montadoras no País. Pela primeira vez o Brasil instituía um plano de desenvolvimento econômico que assegurava o estabelecimento da indústria automotiva em um curto prazo.

Foi justamente neste clima de otimismo e naquele maravilhoso ano de 1958 que a Schaeffler, sistemista de origem alemã que hoje é uma das maiores fornecedoras automotivas do mundo, começou sua trajetória brasileira em um galpão localizado no bairro de Santo Amaro, Zona Sul de São Paulo. Era um momento favorável para o setor automobilístico, pois tudo começava realmente a acontecer.

De qualquer forma no início tudo foi difícil. A própria empresa tinha de produzir os parafusos das máquinas devido às ainda deficiências do parque fabril brasileiro. Também foi montada uma serralheria, uma

## Linha do tempo

### Grupo Schaeffler no Brasil

**1958**

Inauguração da Rolamentos Schaeffler em São Paulo, Capital

**1959**

Ínicio da produção local de agulhas e rolamentos de agulhas

**1960**

Ínicio da produção local de rolamentos para caixas de câmbio

**1972**

Ínicio de operação da LuK do Brasil

**1975**

Inauguração da fábrica de Sorocaba, com transferência da produção da LuK

**1980**

Schaeffler começa a produzir rolamentos em Sorocaba

**1997**

Transferência total da produção para Sorocaba

**2002**

Aquisição da Fag

**2003**

União da INA, LuK e Fag criando o Grupo Schaeffler do Brasil

**2006**

Inauguração dos escritórios da Venezuela e do Chile, que se somam aos já existentes na Argentina e Colômbia

**2010**

Instalação da fábrica de revestimentos

carpintaria e uma oficina mecânica para fazer os móveis do escritório e fazer a manutenção dos carros da companhia.

Já no início do ano seguinte, em 1959, portanto, a Schaeffler, que hoje está localizada em Sorocaba, Interior de São Paulo e é formada pela junção das empresas Ina, Fag e LuK, iniciou a produção local de agulhas e de rolamentos que inicialmente seriam fornecidos para os veículos da Volkswagen. Os primeiros clientes foram a Albarus, hoje Dana, de Porto Alegre, RS, que utilizava as agulhas nas castanhas de cruzetas, e a Clark, hoje Eaton, de Valinhos, SP, que as montava nas caixas de câmbio que fabricava.

Em 1960 mais um passo: a empresa passou a fabricar rolamentos e fornecê-los para as caixas de câmbio que equipavam Fusca e Kombi. Nos anos seguintes o setor automotivo tornou-se mais forte e na década de 70 a produção nacional de veículos já estava perto do primeiro milhão de unidades. Foi neste momento que a LuK do Brasil Embreagens, empresa pertencente ao Grupo LuK, controlado pela Schaeffler, foi fundado, produzindo platôs e embreagens para o Passat.

As duas empresas acompanharam o crescimento da indústria automotiva brasileira e se consolidaram no mercado rapidamente, operando industrialmente de forma conjunta em São Paulo até 1975, quando finalmente as atividades foram transferidas para a atual planta de Sorocaba, com ampliação de portfólio e, na época, quintuplicando o número de peças fabricadas de trezentas para 1.5 mil unidades.

O Grupo se fortaleceu ainda mais com a aquisição da Fag, concretizada em 2002. A partir disso começou o processo de integração das três marcas em uma única companhia, a atual Schaeffler do Brasil. Com a união, o portfólio de produtos triplicou passando de quatro para doze linhas e 2.5 mil itens para chassis, motor e transmissão.

## WAZE CARPOOL

O Waze Carpool, aplicativo de caronas ligado ao Waze, começou a funcionar no Brasil em parceria com a Petrobras Distribuidora. Objetivo é encorajar motoristas a ocuparem melhor seus carros, conectando-os a passageiros que tenham caminhos similares. Neste início de operação a carona custa R\$ 2 para quem pede e quem dirige recebe R\$ 4 para trajetos com menos de 5 km e R\$ 10 para rotas com até 40 km.



Por Marcos Rozen

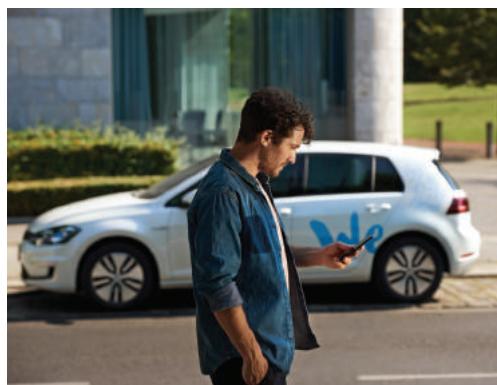
Sugestões de pauta para esta seção podem ser dirigidas para o e-mail rozen@autodata.com.br

## CG, SEMPRE CG

A Honda CG 160, uma verdadeira instituição brasileira, chega à linha 2019 sem grandes mudanças: apenas novas cores e grafismos e roda de liga-leve para versões Fan e Cargo. De R\$ 8 mil a R\$ 10,2 mil.



Divulgação/Honda



Divulgação/VW

## NÓS COMPARTILHAMOS

A Volkswagen lançará amplo programa de compartilhamento de carros elétricos em grandes cidades com a marca We Share. Primeiro em Berlim, Alemanha, com 1,5 mil e-Golf1 e quinhentos e-Up!2 disponíveis, a partir do segundo trimestre de 2019. Depois outras cidades da Alemanha acima de um milhão de habitantes, e outros países da Europa e América do Norte.

## DA SÉRIE 'PRECISAMOS!'

A Jaguar, por meio de sua divisão Classic, instalada na matriz, na Inglaterra, gloriosamente anuncia que produzirá em série versão elétrica do roadster E-type em modelo original – é o clássico dos clássicos. Informações técnicas pormenorizadas ainda serão divulgadas, mas já se sabe que será mais rápido que a versão dos anos 60. Preços também ainda não revelados: entregas começam em meados de 2020 e interessados podem formar fila no [www.jaguar.com/classic](http://www.jaguar.com/classic).



Divulgação/Jaguar



**EXISTE  
UM KA  
PARA TODO TIPO  
DE FAMÍLIA.**

*Ford* KA SEDAN





Divulgação/MBB



Divulgação/Aberje

## MANSI

Viviane Mansi é a nova coordenadora-chefe de Relações Públicas e Comunicação para a América Latina da Toyota. Vem da Votorantim Cimentos. Sucedeu Luiz Carlos Andrade Junior.

## ABS, ESTE QUARENTÃO

Mercedes-Benz e Bosch comemoram 40 anos da apresentação do ABS. Primeira exibição do sistema ocorreu em agosto de 1978 na pista de testes da fábrica da Daimler-Benz em Untertürkheim, na Alemanha. E o primeiro modelo a receber comercialmente o sistema eletrônico anti-travamento de freios foi o Classe S, no fim daquele mesmo ano.



Divulgação/Volvo CE

## VOLVO CE LANÇA

A Volvo Construction Equipment lança no Brasil a escavadeira compacta ECR35D: com raio de giro curto, foi projetada para operar em áreas do agronegócio, jardinagem, obras urbanas e de saneamento, abertura de valas e outros trabalhos.

## PREMIUM FOR RENT

A locadora Unidas lança categoria Premium e de Luxo em seu portfólio: primeiro modelo disponível é o Audi Q3. Empresa tem 210 lojas no Brasil.



Divulgação/Honda

## CITY MY'19

O Honda City chega à linha 2019 com nova central multimídia, desenvolvida no Brasil, compatível com Apple CarPlay e Android Auto na versão EX. De R\$ 62,5 mil a DX manual a R\$ 85,4 mil a ELX com câmbio CVT.



Divulgação/JLR

## MATTOSINHO FILHO

João Batista Mattosinho Filho é o novo diretor de operações de manufatura para a fábrica da Jaguar Land Rover de Itatiaia, RJ. Antes diretor de produção da planta da Jaguar em Castle Bromwich, Inglaterra.



Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

# Prazer, Indústria 4.0.

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

[www.mercedes-benz.com.br](http://www.mercedes-benz.com.br) | CRC: 0800 970 9090

**Mercedes-Benz**  
A marca que todo mundo confia.



## “Ter carro é coisa do passado.”

Spot publicitário da Uber veiculado na rádio paulistana Kiss FM no fim de agosto, durante intervalo de programa musical patrocinado pela Nissan.

# 9,5%

foi a redução média de demanda no serviço de transporte público coletivo urbano no País no ano passado, aponta estudo da NTU. Isso equivale a

# 600

veículos híbridos e elétricos estão disponíveis para aluguel nas locadoras espalhadas pelo Brasil. O levantamento é da Abla, a associação do segmento.

# 3 600 000

passageiros a menos por dia na comparação com 2016.

# 709 000

é o total de veículos disponíveis na frota das locadoras, também segundo a Abla.

## “O brasileiro adora chegar atrasado ao futuro.”

Sérgio Leitão, diretor executivo do Instituto Escolhas, durante ciclo de palestras Um Brasil, promovido pela Unifesp.

## “O Estado é forte com os fracos e fraco com os fortes.”

Sérgio Leitão, diretor executivo do Instituto Escolhas, durante ciclo de palestras Um Brasil, promovido pela Unifesp.

# 122

quilômetros é a distância máxima entre duas estações de recarga para veículos elétricos instaladas na Via Dutra: corredor inaugurado no começo de agosto liga São Paulo ao Rio de Janeiro e tem, ao todo, seis postos ao longo de 430 quilômetros. Serviço é gratuito.

## “Custo é igual unha: você corta essa semana e tem que cortar de novo semana que vem.”

Marcos de Oliveira, presidente e CEO da Iochpe Maxion.



Respeite os limites de velocidade.

# COM VOCÊ E POR VOCÊ, VAMOS TRANSFORMAR O MUNDO DO TRANSPORTE.

2018 foi mais um ano desafiador, do jeito que a gente gosta. Com investimento em pessoas, novos processos e tecnologia, avançamos, e mais uma vez fomos reconhecidos na categoria **Exportador do Prêmio AutoData 2018**. Para ir mais longe, agora precisamos de você.

Acesse o site [www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br), dê o seu voto e mostre que nossa parceria se fortalece a cada dia.

[www.scania.com](http://www.scania.com)

**SCANIA**

# CHEGOU SUA VEZ DE TER UM VOLVO VM

Aproveite as condições especiais



Trânsito seguro: eu faço a diferença.



Ele é forte, eficiente, tem excelente desempenho e alta tecnologia.  
O Volvo VM é confiável e, com ele, você vai cada vez mais longe.

## Nunca foi tão fácil ter um Volvo VM.

Acesse [www.volvotrucks.com.br](http://www.volvotrucks.com.br)  
ou procure uma concessionária Volvo perto de você.

**VOLVO VM**

Volvo Caminhões. Acelerando o Futuro

