

AutoData

Nesta edição a cédula
do Prêmio AutoData 2016

Ano 24 | Setembro 2016 | Edição 325

Ajustes inevitáveis

O processo de enxugamento da rede de distribuição brasileira caminha para o seu final. Alguns pontos ainda serão fechados, mas no geral as concessionárias sairão mais fortalecidas da crise.



From the Top
Paulo Rossi

Produto
A estratégia Corolla

Lançamento
A nova linha Sprinter

Na DUSTER OROCH cabe tudo. Inclusive mais um prêmio.

Vote na Renault DUSTER OROCH como o melhor
Veículo Comercial Leve no prêmio Auto Data.



Agora com Câmbio Automático / 5 lugares / Media Nav /
Conforto de um SUV / Suspensão Multilink /
Capacidade de até 650kg / Extensor de Caçamba*

#PickUpYourLife

*Item vendido separadamente como acessório.



RENAULT
Passion for life



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

renault.com.br

Índice

26 | Capa

Só na área de automóveis e comerciais leves houve uma redução de 800 pontos de venda no País. Há redes crescendo, outras diminuindo. Uma forte reestruturação na base distribuidora, definida como fundamental e até mesmo saudável para adequar as operações dos concessionários à nova realidade do mercado.

36 | Produto

O desempenho do Toyota Corolla no mercado interno é surpreendente. O modelo detém mais de 46% de seu segmento e é o 6º colocado no ranking nacional de automóveis.

42 | Mercado

A Fiat lança neste mês o seu primeiro motor três cilindros, que inicialmente equipará o Uno. Com ele a maioria das montadoras aqui instaladas passa a ter a opção 3 cilindros em seu portfólio, movimento que visa principalmente atingir a meta de eficiência energética estabelecida pelo Inovar-Auto.

46 | Montadora

Carlos Ghosn, CEO da Aliança Renault-Nissan, anuncia a produção no Brasil de dois novos produtos da marca francesa: Kwid e Captur. Eles chegarão ao mercado no próximo ano juntamente com o importado Koleos.

52 | Lançamento

A Mercedes-Benz apresenta a nova geração da família Sprinter, que chega ao mercado em três configurações: van, furgão e cabine-chassi. As principais novidades incorporadas na linha 2017 do utilitário relacionam-se a itens de segurança e conforto dos ocupantes.

58 | Prêmio AutoData

Conheça todos os cases dos indicados ao Prêmio AutoData 2016, que reconhece os Melhores dos Melhores do Setor Automotivo. São 65 indicados em 17 categorias, incluindo Personalidade do Ano. Os vencedores serão conhecidos em novembro.

56 | Serviços

A BMB, empresa parceira da MAN especializada na customização de veículos, resolve investir no México e dá, assim, os primeiros passos para sua internacionalização.



©iStockphoto.com/welcomia

Seções

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

14 | From the Top

Paulo Rossi, presidente da Abac

76 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

82 | Artigo

Jomar Napoleão, da SAE Brasil

Do editor

Quase lá

No momento em que a maioria aposta que o mercado finalmente chegou ao fundo do poço e que a tendência agora é de estabilidade com tímido processo de retomada pela frente, tudo indica que também caminha para o seu final o processo mais agudo de reestruturação na rede de distribuição brasileira.

O País perdeu 1,3 mil pontos de venda de veículos, incluindo motos, e ainda há alguns em processo de fechamento. Mas "a hemorragia estancou", como diz o presidente da Fenabrade, Alarico Assumpção Jr., e o setor de distribuição deve sair fortalecido de todo esse processo, a exemplo do que aconteceu nos Estados Unidos na crise de 2008/2009.

Ações em busca de maior rentabilidade nas concessionárias podem ser vistas na reportagem de capa desta edição, que também traz a relação completa dos indicados ao Prêmio AutoData, retratando, assim, uma série de cases de sucesso de empresas que em plena crise inovaram e conseguiram resultados favoráveis ao criar novas oportunidades de negócios. Também mostramos a nova linha Mercedes-Benz Sprinter, a estratégia de sucesso do Toyota Corolla e a situação atual do sistema de consórcio no From the Top com o presidente da Abrac, Paulo Rossi. AD

Alzira Rodrigues | editora

alzira@autodata.com.br

AutoData
Editora

Diretoria Márcio Stéfani, Publisher, Roberta Mariah, Comercial | Conselho Editorial Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho, Sérgio Duarte | Redação George Guimarães, diretor adjunto, Alzira Rodrigues, editora-chefe, Décio Costa, editor executivo | Projeto gráfico/Arte Romeu Bassi Neto | Fotografia DR e Divulgação | Foto capa ©iStockphoto.com/stocksnapper | Eventos/Seminários Paulo Fagundes | Comercial e Publicidade Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Rosa Damiano, executivos de contas | Assinaturas/Atendimento ao Cliente Tel.: PABX 11 5189 8900, fax 11 5189 8942 | Departamento Administrativo/

Financeiro Vera Lúcia Cunha, diretora adjunta, Hidelbrando C de Oliveira | Tiragem 8 000 mil exemplares | Pré-imprensa e impressão Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900 | ISSN 1415-7756 AutoData é publicação da AutoData Editora Ltda., Rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil, tel. PABX 55 11 5096 2957. É proibida a reprodução sem prévia autorização, mas permitida a citação desde que identificada a fonte. Jornalista responsável Márcio Stéfani

 twitter.com/autodataeditora

 facebook.com/AutoDataEditora

 youtube.com/autodatawebtv

 autodata.com.br

GRUPO PSA. INDICADO AO PRÊMIO AUTODATA, MELHORES DO SETOR AUTOMOTIVO 2016.



Pedestre, use sua faixa.
0800 011 8088



15 ANOS FABRICANDO NO BRASIL





COM GRANDE ORGULHO, O GRUPO PSA RECEBEU DUAS INDICAÇÕES A ESSA IMPORTANTE PREMIAÇÃO NAS CATEGORIAS “GESTÃO” E “PERSONALIDADE DO ANO” - COM CARLOS GOMES, NOSSO PRESIDENTE BRASIL E AMÉRICA LATINA.

GRUPO PSA. CONSTRUINDO UM BRASIL COM CONFIANÇA.



PSA
GROUPE

Mordomia

Enquanto viaja, o cliente deixa o carro para revisão programada no próprio aeroporto. Essa é a ideia do Audi Airport Service, serviço já disponível para clientes da marca alemã em área do estacionamento VIP do Aeroporto de Congonhas, em São Paulo. A expectativa é atender de 150 a 200 clientes por mês, segundo o Grupo Eurobike.

Freguês

A Argentina segue como o principal destino das exportações de autopeças: nos sete primeiros meses do ano o país vizinho comprou US\$ 1,03 bilhão, 27,5% do total. Os Estados Unidos responderam por 16,5% e o México por 9,5%

Um terço

A Marcopolo tem encontrado nas exportações alívio para o aperto do mercado interno de ônibus. A empresa de Caxias do Sul, RS, fechou o primeiro semestre com receita total de R\$ 1,048 bilhão. Exatos R\$ 346,5 milhões, ou 33%, tiveram origem nos embarques para fora do País. O valor exportado a partir do Brasil superou em mais de 22% o total registrado nos primeiros seis do ano passado.

A Iveco Bus apresentou produto capaz de atender o transporte de pessoas com mobilidade reduzida com conforto e segurança sem a comum redução da capacidade de passageiros nesse tipo de aplicação. O Daily Elevittá recebeu poltrona elevatória para o embarque do lado externo do veículo. O sistema estará disponível na rede da fabricante nos próximos meses.

Divulgação/Iveco



Autônomos 1

A Ford está aumentando sua estrutura para acelerar o desenvolvimento e produção de veículos autônomos. A empresa faz parcerias com start-ups e aumenta sua estrutura de desenvolvimento e pesquisa no Vale do Silício, nos Estados Unidos.

Autônomos 2

Mark Fields, presidente mundial, afirmou que a montadora estadunidense pretende produzir veículos autônomos em escala comercial a partir de 2021. A ideia, que integra o plano Ford Smart Mobility, é que inicialmente essa linha de produtos seja utilizada prioritariamente em serviços de compartilhamento.

Autônomos 3

A Volvo Cars também acaba de fechar acordo com a Uber para desenvolvimento conjunto de um veículo autônomo. O projeto consumirá US\$ 300 milhões.

Morno

As exportações da indústria brasileira de autopeças totalizaram US\$ 3,77 bilhões de janeiro a julho, 17% menos do que em igual período do ano passado. As compras externas também recuaram 22,5%, para US\$ 6,5 bilhões.

Batalha 1

A Volkswagen do Brasil rescindiu os contratos de fornecimento com as empresas do Grupo Prevent, dentre elas a Keipers, Fameq, Cavelagni e Mardel. A montadora alega que a frequente falta de fornecimento de componentes por parte dessas companhias já a impediram de produzir 100 mil veículos no último ano.

Em pauta

As empresas negavam de pé juntos até o fechamento desta edição, mas não foram poucas as indicações no mercado de que, sim, de fato, Grupo CAOA e Chery negociam alguma forma de colaboração. Algo como o primeiro assumir as operações comerciais da segunda.

Batalha 2

"Essa ação foi a última alternativa encontrada pela Volkswagen para normalizar a sua operação e mitigar os impactos em toda a cadeia produtiva", justifica em nota a montadora, que também foi à justiça para requerer a retomada dos ferramentais de sua propriedade que se encontram nas unidades do Grupo Prevent.

Ficosa 1

A Ficosa decidiu dobrar sua capacidade de produção no Brasil. A empresa acaba de inaugurar fábrica em Jandira, na Grande São Paulo, onde poderá produzir até 4 milhões de retrovisores e 3 milhões de sistemas de controle e comandos automotivos por ano.

Ficosa 2

Com uma área de 13 mil m², a nova unidade industrial absorverá as operações da antiga unidade de Barueri, também na Grande São Paulo, que será desativada. De acordo com o CEO da empresa, José María Serra, "Jandira não apenas aumenta a competitividade no Brasil, como também fortalece a presença da empresa no Mercosul, uma vez que será a base das operações do grupo para a região".

Uruguai

A Hyundai acaba de iniciar a exportação do seu hatch HB20 para Uruguai. Até o fim do ano serão trezentas unidades da versão Comfort Plus 1.6 nas configurações hatch e sedã. Na programação da montadora outras seiscentas unidades serão entregues ao longo de 2017. As exportações da fabricante começaram em março passado para o Paraguai, com um pedido inicial de seiscentas unidades do HB20X, a versão aventureira do modelo.

Toyota 1

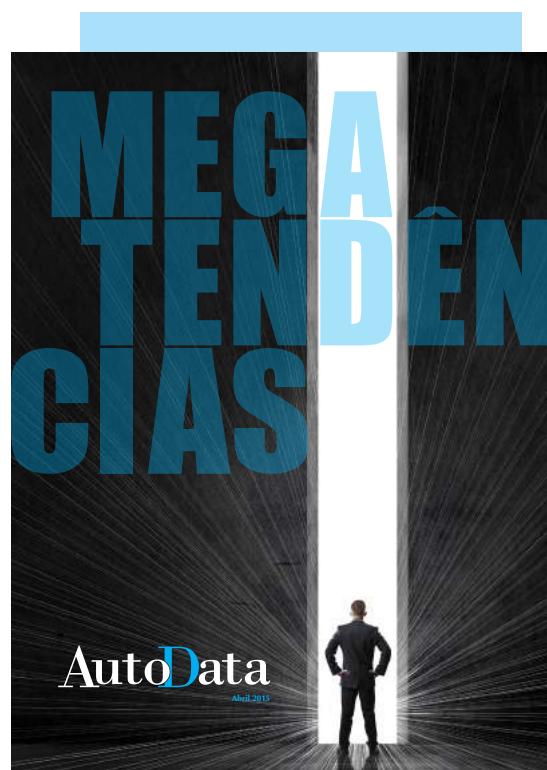
A Toyota aproveitou a cerimônia de inauguração de seu Centro de Pesquisa Aplicada em São Bernardo do Campo, SP, para também dar largada à terceira etapa do seu projeto 5 Continents Drive. Nos próximos três meses a fabricante cobrirá um trecho de 20 mil quilômetros no território latino-americano, com o objetivo de esquadrinhar as verdadeiras condições de rodagem da região.

Toyota 2

O projeto, promovido pela Gazoo Racing, empresa do Grupo Toyota dedicada aos esportes automobilísticos, teve início em 2014 e já passou pela Austrália e pelos Estados Unidos. Nas rotas percorridas engenheiros e colaboradores da matriz da Toyota conhecem na prática e de perto as mais diversas condições de rodovias e pavimentações ao redor do mundo. Baseado na experiência adquirida após a rodagem, as equipes iniciam estudos técnicos para delinear os desafios em prol de melhorias em cada veículo fabricado pela Toyota nos cinco continentes do planeta.

Diesel

A Volvo Cars lança a linha 2017 do XC60 com motor diesel. O modelo marca sua entrada no segmento de veículos a diesel no mercado brasileiro. O motor 2.4 litros, turbodiesel de cinco cilindros desenvolve 220 cv e 440 Nm de torque. O veículo é equipado com sistema de tração integral e transmissão automática de seis velocidades, além de borboletas de troca de marchas na coluna de direção. O modelo é oferecido em duas versões de acabamento, Kinetic e Momentum, a topo de linha. A Kinetic sai por R\$ 199.950 e a Momentum, R\$ 224.950.



Premiada

A edição digital Megatendências da Revista AutoData recebeu a Menção Honrosa da categoria Internet do 10º Prêmio SAE Brasil de Jornalismo. A publicação, disponível no site da editora (www.autodata.com.br), concorreu com outros 253 trabalhos inscritos. Com base em entrevistas com engenheiros e executivos dos vários segmentos do setor automotivo, a publicação, lançada em abril do ano passado, procura estabelecer um retrato da indústria automotiva na próxima década. Ao longo de 60 páginas, discorre sobre processos produtivos, relacionamento intrassectorial, tecnologias e produtos – veículos leves e pesados.

O número

80

milhões de bicos
injetores já foram
produzidos pela
Magneti Marelli
no Brasil, metade
do Pico Eco,
injetor específico
para motores
bicombustível



CHEGOU O NOVO TOYOTA PRIUS 2016

O CARRO HÍBRIDO
MAIS VENDIDO
NO MUNDO:

Redução de
67 milhões
de toneladas de
CO₂ lançadas na atmosfera*

Economia de
25 milhões
de quilolitros de gasolina**



Sistema Híbrido Toyota-HSD

ALL NEW
PRIUS 2016

WHAT'S NEXT?



Respeite a sinalização de trânsito.

Carregador sem fio para smartphones^(a)

Sistema multimídia
Toyota Play com
TV digital^(b), DVD^(b),
GPS^(c) e câmera de ré

Transmissão CVT²
e seletor de
modo de condução



QUER SABER MAIS SOBRE A TECNOLOGIA HÍBRIDA DA TOYOTA?

Acesse: www.toyota.com.br/prius

*Dados calculados pela Toyota Motor Corporation de acordo com a quantidade de veículos híbridos Toyota vendidos no mundo. **Quando comparado a um veículo hatchback médio com motorização 1.8 16V com transmissão automática, abastecido com gasolina. ^(a)Somente para aparelhos smartphones com tecnologia de recarga sem fio (wireless). O carregamento deve ser feito com o aparelho sem capa protetora ou com capa protetora própria para carregamento de bateria sem fio (wireless). Consulte as especificações técnicas de seu aparelho no manual do usuário. ^(b)Por questões de segurança, as imagens da TV digital e do DVD player não serão exibidas enquanto o veículo estiver em movimento. ^(c)O funcionamento do GPS depende da disponibilidade de sinal da região, visão desobstruída do céu, etc. A recepção do sinal pode ser interrompida facilmente por películas protetoras nos vidros, telefones móveis ou dispositivos eletrônicos, rastreadores próximos ao GPS, existência de árvores, edifícios ou faixa elétrica. Área de cobertura do mapa limitada. Recomenda-se que, ao deixar o veículo, o condutor mantenha o SD Card em local não visível a fim de evitar que seja roubado. ⁽¹⁾GPS: Global Positioning System (Sistema Global de Posicionamento). ⁽²⁾CVT: Continuously Variable Transmission (Transmissão Continuamente Variável). O Toyota Prius possui nota A no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do Inmetro (www.inmetro.gov.br). A Toyota oferece três anos de garantia de fábrica para toda a linha sem limite de quilometragem para uso particular, e três anos ou 100.000 km (prevalecendo o que ocorre primeiro) para uso comercial. Consulte o livrete de garantia, o manual do proprietário ou o site www.toyota.com.br para mais informações. O Toyota Prius vem com tapetes genuínos de fábrica. Consulte o livreto de garantia, o manual do proprietário ou o site www.toyota.com.br para mais informações.



**Caminhões Volkswagen.
Sob medida para o seu negócio.**



Vá até uma concessionária e deixe sua vida mais fácil.



- Troca sob medida
 - melhor avaliação do mercado.
 - Condições imperdíveis de financiamento.



- Mais de 150 pontos de atendimento em todo o Brasil.
- Contrato de Manutenção VolksTotal 3 opções à sua escolha: Plus, Prev e Powertrain.



Imagens meramente ilustrativas.
Todos juntos fazem um trânsito melhor.



- Maior valor de revenda.
- Qualidade comprovada de uma marca forte.
- 13 anos de liderança no mercado.



Caminhões
sob medida.

From the Top



Lubrificante da engrenagem

**Entrevista a Alzira Rodrigues, George Guimarães e S.Stéfani
Fotos | Simão Salomão**

Com queda na comercialização de novas cotas este ano em índice inferior ao da retração do mercado de veículos novos, o sistema de consórcio foi um dos últimos a ser atingido pela crise econômica que afeta o País desde 2014. Conseguiu crescer nos últimos dois anos e só agora, em 2016, é que as vendas, nos diferentes segmentos em que atua, começaram a perder fôlego. Mesmo assim o setor tem conseguido manter estável

o número de participantes ativos no sistema, como revela Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da Abac, Associação Brasileira das Administradoras de Consórcio, nesta entrevista exclusiva para AutoData.

Ele define o consórcio com o lubrificante da engrenagem dos setores nos quais atua, por permitir o acesso de consumidores que sem tal modalidade encontrariam mais dificuldades para adquirir os respectivos bens:

"O consórcio promove inclusão social, pega todo mundo indistintamente. É considerado investimento de futuro", destaca Rossi.

Do total dos consorciados, 67% são das classes C e D. A classe B tem participação de 26% e a A de 7%. Uma das iniciativas adotadas pelas administradoras para favorecer o consumidor em período de crise foi esticar o prazo dos grupos: hoje há até de 80 meses no caso dos automóveis.

Por causa da crise as administradoras passaram a criar grupos com prazos maiores, de até 80 meses

A Anfavea tem falado em 270 mil cotas contempladas que não se converteram ainda na compra de veículos. É esse mesmo o total?

Não temos estatísticas exatas quanto a esse número. É um sistema dinâmico, com cotas sendo vendidas e outras contempladas a cada momento. O importante do consórcio, que surgiu na década de 60 com veículos leves e hoje abrange até serviços, é a liberdade para o consumidor comprar o que quiser com a carta de crédito. E tem até o final do grupo para fazer isso. Tal regra está consolidada a favor do consumidor desde 1992. E defendemos que essa liberdade seja mantida.

Mas não poderia haver um novo estímulo à compra de automóveis?

Isso é possível e até saudável. O consumidor tem de ser estimulado a comprar, tanto é que em junho do ano passado fizemos o festival do

consorciado contemplado justamente para tentar gerar negócios no mercado de carros novos. A ideia foi oferecer vantagens para incentivá-lo a retirar o bem.

O consumidor pode receber dinheiro em vez de adquirir um bem?

Também pode. Mas retirar o crédito em espécie tem sido uma exceção. Para fazê-lo é preciso estar com todas as suas obrigações quitadas, tanto com o grupo como com a administradora. Se estiver no meio do grupo tem de quitar todas as dívidas a vencer.

Qual a importância do consórcio nos segmentos nos quais atua?

O consórcio é o lubrificante de uma ampla engrenagem. Se o consumidor está com dificuldade de obter crédito, ou se os juros estão muito altos, o consórcio é uma opção. É hoje um produto consolidado no mercado,

No segmento de veículos leves são mais de 3,2 milhões de consorciados ativos

com 7,1 milhões de consorciados ativos, incluindo veículos leves, pesados, motos, imóveis, eletrodomésticos e até serviços.

Qual a representatividade dos veículos no sistema?

Os consórcios ligados a veículos têm ainda o maior peso em todo o sistema. Dos 7,1 milhões de consorciados ativos, quase 6,2 milhões são ligados à área veicular. O segmento de leves tem pouco mais de 3,2 milhões, enquanto o de motos supera 2,6 milhões. Para os veículos pesados há cerca de 280 mil clientes.

Tem muito cliente de veículo novo migrando para o usado. Há como quantificar esse fluxo?

É difícil precisar. Sabemos que está, sim, ocorrendo essa migração exatamente pela flexibilidade que o sistema oferece. O tíquete médio hoje no consórcio de automóvel é de R\$ 40,2 mil. Com esse valor o consumidor opta pelo bem que desejar. O que as administradoras fazem em geral é trabalhar com veículos seminovos, muito em função de estarem ainda na garantia.

Qual o perfil de quem compra consórcio de pesado?

Existe uma diversificação bastante grande nesse segmento, com procura crescente tanto por parte de frotistas como de autônomos. O veículo pesado está muito ligado a ampliação e renovação da frota. Para o autônomo, inclusive, poder ser a

compra do seu primeiro caminhão. Para o frotista o consórcio também é bastante interessante. Tendo uma carteira de cotas ele pode se programar para oferecer lance quando necessitar do produto e não tiver sido contemplado.

Qual a relação das taxas de financiamentos altas com o consórcio?

Não tem uma relação direta. A gente cresceu quando os juros eram negativos. O consórcio é mais um lubrificante das engrenagens de toda a cadeia automotiva. O pessoal não deixa de financiar. Se houver um sinistro, por exemplo, o veículo tem de ser substituído imediatamente. A compra por consórcio é mais programada. Há vários perfis dentro do segmento de pesados. Acreditamos que o consórcio continuará crescendo.

A opção pelo consórcio se dá sempre de forma programada?

Nem sempre, mas esse planejamento tem crescido. Pesquisa recente da Abac mostra que 67% dos consorciados planejam a compra. Isso considerando o sistema em geral. No caso dos caminhões esse índice chega a 78%. E nos automóveis, especificamente, está em 68%. São pessoas que pesquisaram o mercado, foram atrás de informações e chegaram à conclusão que esse era o melhor produto. Os princípios da educação financeira têm sido cada vez mais disseminados no Brasil.

Mais uma vez orgulhosamente indicados ao prêmio Autodata



Categoria Inovação Tecnológica – “Ao longo dos dois últimos anos intensificou a produção de turbinas para automóveis e viu seus produtos passarem a equipar vários novos modelos fabricados no Brasil notadamente nas categorias de menor potência de motorização. Além disso, passou a produzir em sua fábrica de Itatiba, SP, a embreagem viscosa eletrônica de velocidade variável, produto oferecido para o segmento de veículos comerciais extrapesados.”

 **BorgWarner**
feel good about driving



Qual o efetivo reflexo da atual crise econômica nos consórcios?

No balanço do primeiro semestre fechamos com estabilidade no número de consorciados ativos. Mas verificamos queda na compra de novas cotas e também nas contempladas. O problema é a falta de confiança do consumidor, é a crise de credibilidade que vivemos.

Algum segmento registra alta no número de participantes ativos?

Sim. Isso acontece no caso dos caminhões e também no de automóveis. Mas em pesados houve queda no tíquete médio do valor da cota, que baixou de R\$ 166,4 mil para R\$ 129,9 mil. Já em veículos leves o

“O problema é a falta de confiança do consumidor, é a crise de credibilidade que vivemos”

tíquete médio se manteve estável em R\$ 40,2 mil, com crescimento de 5,2% no número de participantes ativos – de 3 milhões 80 mil para 3 milhões 240 mil.

As administradoras trabalham no sentido de adequar orçamento do cliente ao valor da cota?

Diante do orçamento mais apertado do consumidor, as administradoras estão estendendo os prazos. Em automóveis os prazos tradicionais eram de 50 meses, há algum tempo subiram para 60 e já tem administradora operando até com 80 meses. Em motos algumas administradoras oferecem 72 meses ante o prazo tradicional de 60. Com uma prestação mais baixa amplia-se o leque de potenciais compradores.

Qual é a queda na venda de novas cotas este ano?

Em todo o sistema temos uma queda média de 13,8%. No caso dos automóveis é de 8,5% e nos pesados de 10,2%. A mais acentuada vemos no segmento de motos, que teve retração de 17,8%.

Quais são as principais vantagens do consórcio?

Além do custo mais baixo em relação às outras modalidades de crédito, é um sistema que possibilita ao cliente se planejar para chegar ao primeiro automóvel, trocar um usado e assim por diante. E tem ainda uma vantagem adicional: o consumidor pode usar até 10% do seu crédito para

MAGNETI MARELLI.
**HÁ QUASE 100 ANOS, PROJETANDO E DESENVOLVENDO OS MAIORES
LANÇAMENTOS DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.**



Por meio da divisão Powertrain, a Magneti Marelli desenvolve, produz e vende componentes para controles de motores e transmissões para automóveis, motocicletas e veículos comerciais leves. Um know-how conquistado com muita pesquisa, trabalho árduo e talento. Tudo para oferecer as melhores soluções e o máximo de segurança e conforto aos motoristas. É assim, pensando no futuro, que a Magneti Marelli está presente no seu dia a dia.



From the Top

pagar IPVA, taxas de despachante, seguro, coisas desses gêneros.

Há algum tipo de restrição quanto à venda do carro antes do término do grupo?

O consorciado pode vender o bem se a pessoa que comprá-lo quitar todas as suas obrigações. Isso se dá para a garantia do grupo como um todo.

Como está a inadimplência no sistema?

Nada que nos assuste. Hoje é da ordem de 7%, considerando todos os segmentos que o consórcio abrange, um índice absolutamente controlável. Até porque os dados enviados ao Banco Central são mensais e esse índice contempla aqueles que estão com apenas uma prestação atrasada e na sequência a quitam.

E o sistema como um todo? Ainda existem problemas no consórcio como foi comum nos primórdios da modalidade?

Após a entrada do Banco Central como fiscalizador, em 1991, o sistema opera sem problemas. Naquela época eram quase 500 administradoras, hoje são 166. As administradoras tiveram de aumentar capital mínimo exigido e têm seus números fiscalizados por auditores independentes. Elas são obrigadas a mandar todos os meses série de números para o BC, que controla desde a situação financeira das empresas até as cotas individualmente. É um sistema altamente seguro e depurado.

Como é a relação entre consórcio, montadoras e concessionárias?

É uma relação altamente profissional. Cada segmento tem seus problemas e a gente nada mais é do que um dos elos da cadeia. A Abac sempre discute com a Anfavea, Fenabrave e outras entidades do setor assuntos de interesse comum. Cada um tem os seus desafios e procuramos trabalhar em parceria quando o tema exige.

Não seria oportuno fazer outro festival do consorciado contemplado?

Essa iniciativa tem de partir de quem tem interesse em vender. A gente já comercializou a cota, portanto, o interesse maior é da indústria. Seria importante que concessionárias e montadoras trabalhassem melhor o pós-venda, oferecendo vantagens para os consorciados que já adquiriram direito ao crédito. Na área de caminhões há um trabalho grande nesse sentido. As concessionárias promovem assembleias de consorciados em seus espaços e aproveitam para fazer promoção de peças, de revisão etc.

Qual foi o efeito do festival do ano passado?

Houve alguma movimentação, mas poderia ter sido maior se fosse mais bem planejado. Algumas marcas e até entidades só aderiram ao projeto quando ele já estava em andamento. Tanto é que era para ser só em junho e foi prorrogado para julho. Da nossa parte, daremos força para acontecer

“ O BC trouxe normas rígidas para o sistema. O consórcio hoje é altamente seguro e depurado.



FORD: INOVAÇÃO E TECNOLOGIA EM VEÍCULOS GLOBAIS.

PRÊMIO AUTODATA, VALORIZANDO A MARCA QUE INVESTE
NA NOVA MOBILIDADE URBANA. A FORD É FINALISTA NAS
CATEGORIAS GESTÃO, INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, VEÍCULO
COMERCIAL LEVE E VEÍCULO CAMINHÃO.



Na cidade, somos todos pedestres.

Go Further

From the Top

outros festivais desde que haja interesse dos demais envolvidos. Talvez o próximo seja mais planejado.

Quantos contemplados têm hoje no sistema?

Dos 7,1 milhões de consorciados ativos, cerca de 50% a 60% são contemplados. Mas isso inclui tanto os que estão aguardando para comprar como os que já retiraram o seu bem.

A que o senhor atribui o adiamento da compra?

O momento econômico não é muito favorável. Ao não retirar o bem o consorciado preserva o seu dinheiro. Ele precisa ser estimulado, torcemos, portanto, para outros festivais.

Qual é o perfil médio do consumidor de consórcio?

O consórcio serve para todas as classes sociais, mas predominam os consumidores das classes C e D, responsáveis por 67% das compras de novas cotas. A classe B tem participação de 26% e a A representa 7%. Em tese, quem tem dinheiro prefere pagar a vista. Mas na prática têm aqueles que mesmo com dinheiro preferem se planejar para trocar o carro de tempo em tempo.

A maioria vê no consórcio um investimento?

Atualmente sim. Fazemos pesquisa anualmente sobre o perfil do nosso público e em 2014 o porcentual de quem disse que optou pelo consórcio



O consórcio promove, em última análise, uma inclusão social indistintamente

como investimento era de 40%. Na pesquisa de 2015 o índice subiu para 60%. O consórcio, em última análise, promove uma inclusão social, pega todo mundo indistintamente, é considerado investimento de futuro.

Existem hoje grupos de carros usados?

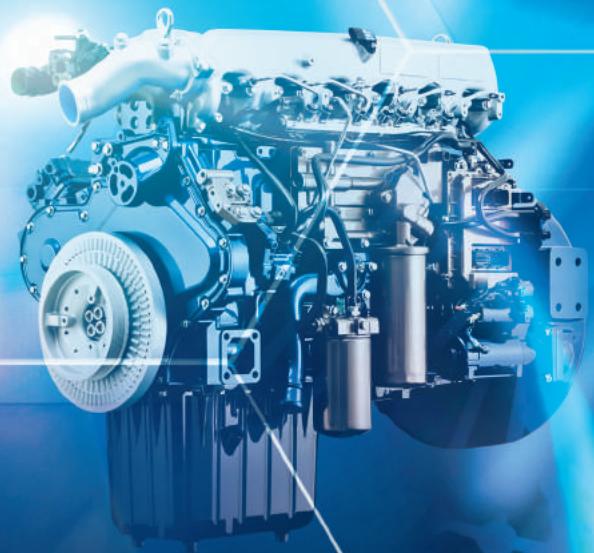
O que existe, de fato, são grupos que adquirem valor proporcional ao de um automóvel novo, normalmente 75% do crédito de um 0 Km. São grupos que no geral visam comprar um seminovo. No caso dos veículos é preciso ter um modelo de referência no grupo, o que não tira, ao final, a liberdade do consorciado de adquirir o que quiser.

AD

**MWM NO PRÊMIO
AUTODATA 2016.**

**É VOCÊ QUE NOS TRAZ
ATÉ AQUI.**

Reduz a velocidade, preserve a vida.



**TECNOLOGIA FAZ PARTE
DO NOSSO DNA.**

Contamos com seu voto.



PRODUTOR DE MOTORES

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

facebook.com/MWMmotores

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

MWM
A NAVISTAR COMPANY
mwm.com.br



Buscar novos caminhos é fazer o carro mais vendido do Brasil revolucionar a categoria mais uma vez, agora com o exclusivo sistema OnStar combinado com a nova geração do MyLink, compatível com Apple CarPlay e Android Auto.

NOVO CHEVROLET ONIX 2017

**3 ANOS
DE GARANTIA**

chevrolet.com.br



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Os serviços OnStar são uma cortesia da Chevrolet apenas pelos primeiros 12 meses e, após esse período, passarão a gerar custos ao proprietário do veículo. Os serviços OnStar conexão entre o cliente e os Serviços Públicos de Emergência e dependem das regras, cobertura e disponibilidade deles. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar os com o PROCONVE - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. Preserve a vida. Use o cinto de segurança. Faça revisões em seu veículo regularmente.



**SEU SMARTPHONE SÓ NÃO VAI
FICAR COM CIÚME PORQUE ELES
VÃO SE DAR MUITO BEM JUNTOS.**

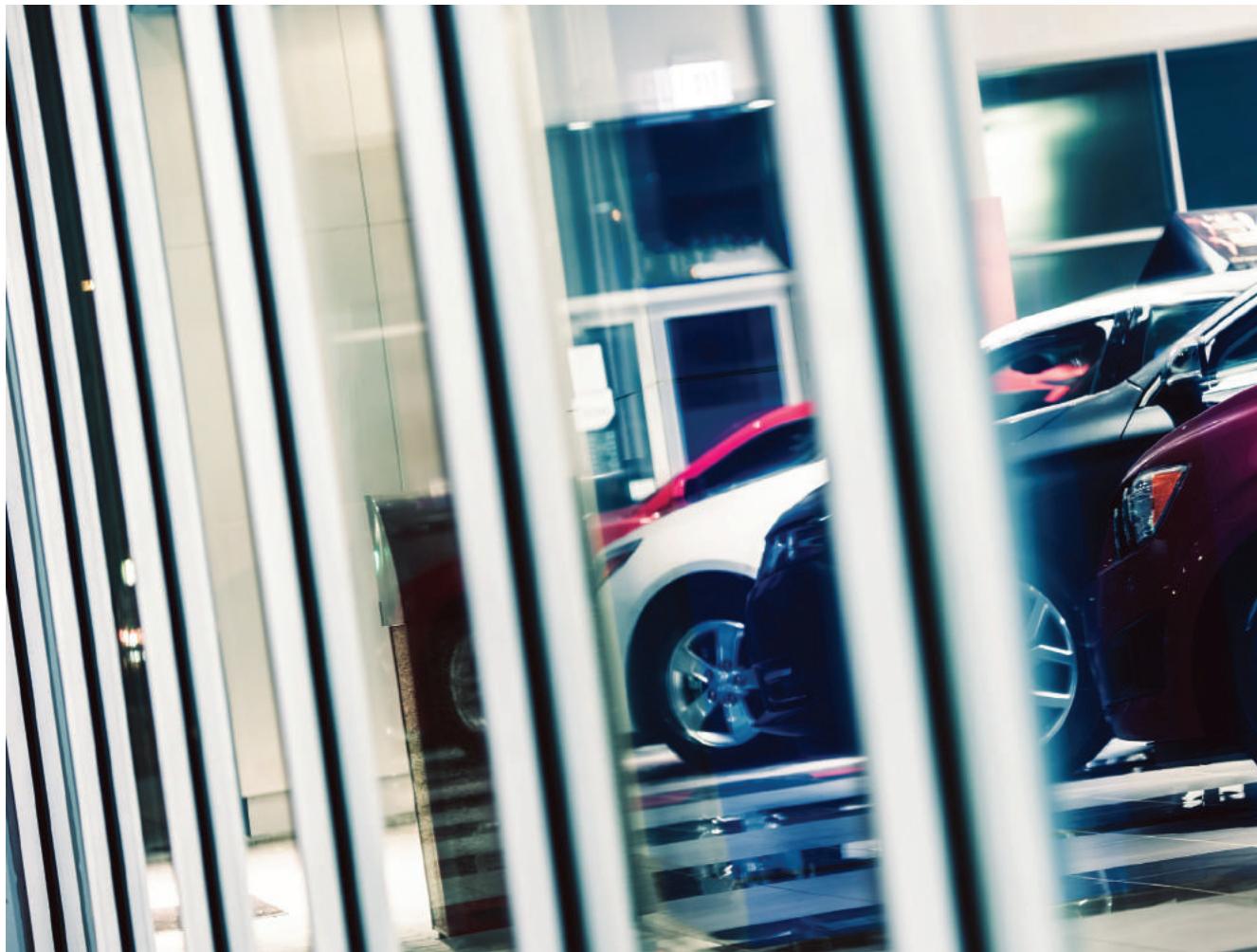


FIND NEW ROADS™

CHEVROLET



dependem da disponibilidade de rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade de sinal de GPS. Os serviços de emergência funcionam como uma maneira de auxiliar na preços dos serviços, a área de cobertura dos serviços OnStar e do atendimento de emergência, bem como demais limitações dos serviços OnStar. Os veículos Chevrolet estão em conformidade www.chevrolet.com.br - CAC: 0800 702 4200.



Há muito se fala na área de distribuição da necessidade de se enxugar custos, investir no pós-venda, fidelizar o cliente. Mas nunca se viu processo tão acelerado em busca de competitividade como o desencadeado com a atual crise. Mais do que um enxugamento, o que se vê nas redes hoje é significativa reestruturação das operações, tanto na gestão interna de cada unidade como na presença das marcas no território

Reviravolta forçada

Redes de concessionárias aproveitam o momento de mercado em queda para buscar custos menores e ampliar rentabilidade

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



©Stockphoto.com/welcomia

Sem dúvida quem mais sofre nesse contexto são os representantes das marcas veteranas, que têm volume reduzido acima da média e, assim, perdem participação. E para piorar o quadro, são redes com perfil diferenciado das constituídas mais recentemente, com boa parte de revendas que depende exclusivamente de um logotipo, não integram grupos multimarcas.

É o que acontece, por exemplo, na Volkswagen. "Sessenta por cento da nossa rede ainda têm sangue azul", garante o presidente da Assobrav, Associação Brasileira dos Distribuidores Volkswagen, Luís Eduardo Guião, referindo-se à cor da logomarca da montadora. "Ainda é uma marca tradicional, dirigida por administração familiar. Nos grandes centros já prevalecem os grupos com mais de uma marca, mas no Interior não é assim."

E no caso dessas empresas familiares ainda se enfrenta o problema da sucessão. Segundo Guião, têm sido

poucos os problemas de insolvência na rede. Mas acontece de uma concessionária fechar porque os novos membros da família não querem assumir o negócio. "Não teve quebra-reira, poucos concessionários deixaram a representação da marca. Tem havido, sim, uma dança das cadeiras, com grupos comprando outros grupos."

De concreto a rede Volkswagen perdeu 31 pontos de venda desde junho de 2015, reduzindo sua operação de 617 para 586 concessionárias. São 280 grupos atuando com a marca hoje, seis a menos do que há um ano. Na atual fase, avalia Guião, não justificam, principalmente no Interior, pontos apenas 10 ou 20 km distantes entre si. "O consumidor de cidades pequenas até gosta de passear nas maiores para compras e lazer."

VOLUME – O presidente da Assobrav reconhece que a situação das veteranas é mais complicada do que

Ranking por marca (acumulado até julho/2016)

Fonte: Fenabrade

	Marca	Vendas	Participação
1º	GM	187.095	16,62%
2º	Fiat	172.447	15,32%
3º	VW	148.267	13,17%
4º	Hyundai	112.058	9,95%
5º	Toyota	102.308	9,09%
6º	Ford	97.400	8,65%
7º	Renault	83.253	7,39%
8º	Honda	71.325	6,33%
9º	Jeep	31.093	2,76%
10º	Nissan	30.085	2,67%

nacional. Alguns pontos fecham enquanto outros abrem e as próprias montadoras têm palpitado na readequação de sua base distribuidora.

Pelos dados da Fenabrade, o setor perdeu 1,3 mil pontos de venda em quinze meses e hoje tem total de 7 mil. Só no segmento de automóveis e comerciais leves a redução foi de 800 pontos, saldo que leva em conta os que fecharam e os que abriram, com 3,3 mil pontos ativos no momento.

Distribuição

a do mercado em geral em função da perda de participação. As três líderes, que por muito tempo tiveram mais de 70% do mercado, hoje somam pouco mais do que 45%. No acumulado até julho as participações de GM, Fiat e Volkswagen foram de, respectivamente, 16,2%, 15,3% e 13,2%.

Como têm as maiores redes, o problema passou a ser o volume de venda por concessionária. Na Volkswagen, por exemplo, a média por ponto é de apenas 40 veículos por mês, menos que a metade de outros tempos. Hoje as redes que exibem maior média por revenda são as da Toyota – cerca de 100 unidades mensais –, Honda e Hyundai.

A maioria das montadoras vem desenvolvendo ações em conjunto com suas redes para adequar estoques, reavaliar pontos e ampliar competitividade. A Audi é um exemplo de empresa que persegue nessa fórmula, tanto que ganhou duplamente o prêmio Marca do Ano promovido pela Fenabrade – melhor rede e melhor marca.

É reflexo, segundo o CEO e presidente da Audi do Brasil, Jörg Hofmann, dos investimentos contínuos na rede de concessionários, na capacitação dos profissionais, na oferta de serviços diferenciados e na excelência do atendimento do pós-venda. "Mesmo em um momento de muitos desafios não perdemos o foco em qualidade."

Outra empresa que tem priorizado ações no pós-venda é a Citroën, hoje com 120 casas no País. Sua rede já passou por enxugamento e ainda está em curso processo de adequação dos

pontos aos novos tempos. Tem revenhada abrindo, como em São José dos Pinhais, na Grande Curitiba, e outras passando de mãos, conforme informa Renato Sollitto, gerente de marketing do produto da Citroën.

A própria Fenabrade reconhece que a reestruturação das redes hoje fortalecerá as operações nas concessionárias, tornando-as mais enxutas e rentáveis ao final da crise. "Quem conseguir atravessar essa ponte vai ter dias melhores", comenta o presidente da Fenabrade, Alarico Assumpção Jr.. Ele diz que o processo de enxugamento ainda está em curso, calculando que mais 100 a 200 pontos de venda ainda serão fechados. Mas acredita que agora falta pouco: "Setenta por cento das mudanças já ocorreram".

AÇÕES COLETIVAS – Além de projetos conjuntos com as montadoras também as entidades da área de distribuição desenvolvem ações para fortalecimento das redes. A Assobrav, por exemplo, tem o programa Sinal Vermelho, que reúne grupos de vinte concessionários de tamanho similar mas que atuam em regiões distintas para discutir seus problemas e as melhores práticas. Há ainda um grupo de governança corporativa, que acompanha os processos de sucessão.

Guião lembra que as redes veteranas, em geral, há pelo menos dois anos reduzem drasticamente despesas para se adequarem aos novos tempos: "Já foi feita a lição de casa e, por isso, estamos operando hoje no zero: sem lucro mas também sem pre-

Perto de 70% das mudanças necessárias na rede já aconteceram. Mas o processo ainda não acabou.

Alarico Assumpção Jr.



Divulgação/Fenabrade



MOVENDO O FUTURO

Em 60 anos de Brasil, nós inauguramos

diversos sorrisos de quem abre um negócio próprio.

Na cidade somos todos pedestres.



Mercedes-Benz. A gente inaugura o futuro a cada dia.

A Mercedes-Benz está completando 60 anos de Brasil. E a nossa linha de vans está presente nessa história há mais de 20 anos, com os veículos Sprinter e também com o recém-lançado Vito, que chegou agora para complementar a família. Desde 1994, já foram vendidas mais de 130 mil unidades de vans Mercedes-Benz no mercado brasileiro. A relação com o Brasil é tão forte que hoje, 60 anos depois, a Mercedes-Benz acaba de inaugurar uma nova fábrica para a produção de automóveis em Iracemápolis, SP. Para a Mercedes-Benz, todo dia é dia de fazer algo novo pelo Brasil. É o nosso jeito de inaugurar o futuro.

[MercedesBenzVansBrasil](#)

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

Mercedes-Benz



juízo. Tomara consigamos atravessar este período assim".

O presidente da Assobrav elogia a atual relação dos revendedores com a montadora: "Há pontos de vista divergentes mas temos conseguido discutir os problemas". Em janeiro foram criados oito grupos de trabalho com membros da alta direção da montadora e da Assobrav. Discutem ações comerciais, premium car, plano pós-venda, produto, processos e eficiência dealer, comerciais leves e projeto distribuição.

Guião também reconhece que a Volkswagen, assim como a Fiat, está com linha de produtos relativamente antiga. Segundo ele, o up! – o mais moderno da marca – começa a vender bem, assim como o Gol, que andava esquecido e teve demanda ampliada a partir da incorporação de maior conectividade. "O Gol chegou ao 10º lugar entre os carros mais vendidos e agora está entre o 4º e 5º."

Segundo o presidente da Assobrav, o que tem de bom na marca hoje é a linha de importados. "A Volkswagen lançará no final do ano que vem ou começo de 2018 um SUV feito a partir da plataforma MQB. Daí, sim, teremos produto para competir num segmento que cresce".

A partir de acordo feito com a montadora a rede VW opera hoje com 21 dias de estoque. Emprega, em média, sessenta pessoas por casa e tem quadro total de 35 mil profissionais.

"Tivemos problemas de turnover. Muitos funcionários da nossa rede, altamente qualificados, saíram para

trabalhar em concessionárias novas, principalmente da Hyundai", comenta Guião, que discorda da tese de que as concessionárias não têm de lucrar com carro novo. "Com relação à margem, defendemos que o automóvel 0 Km tem de dar dinheiro, sim, ser nosso carro-chefe."

Segundo ele, com a crise atual a dependência do novo caiu de 70% para 20% a 25%. Hoje há equilíbrio entre novos, usados, peças e serviços. "Uma das vantagens que temos é que o Gol ainda é o mais vendido nos seminovos. Quem quer trocar normalmente nos procura. A internet mudou muito o mercado mas ainda é comum quem tem um Gol procurar uma concessionária da marca."

Quanto ao momento do mercado, Guião diz que o maior problema da crise é que já dura meses. "E o horizonte não é de retomada rápida. Outras crises que enfrentamos foram mais curtas. Estão falando que chegamos no fundo do poço, mas a recuperação só virá no último trimestre e será lenta. Retomada mais robusta só a partir do segundo semestre de 2017."

BRAÇO COMERCIAL – Outra entidade bastante atuante na área de distribuição é a Abrahý, que representa os concessionários Hyundai. A associação dispõe até mesmo de um braço comercial que trabalha parcerias com fornecedores para atendimento coletivo à rede, o que, assegura a associação, reduz custos e garante maior rentabilidade.

Em apenas um ano a entidade am-

Sessenta por
cento da rede
Volkswagen ainda
têm sangue azul

Eduardo Guião



Divulgação/Assobrav



**CAOA HYUNDAI
PREMIUM SERVICES.
INDICADA AO PRÊMIO
AUTODATA 2016 NA
CATEGORIA GESTÃO.**

A CAOA Hyundai Premium Services acaba de ser indicada ao Prêmio Autodata 2016. Mais que uma honra, para nós é um reconhecimento pela inovação nos serviços de pós-vendas e pelo alto padrão de atendimento prestado aos clientes.



Mais de 22 mil
clientes atendidos.

15 mil revisões feitas.

180 mil peças substituídas
e 70 mil litros de óleo
de motor trocados.

Os melhores índices
de clientes satisfeitos.

CAOA HYUNDAI PREMIUM SERVICES

AV. DOS IMARÉS, 923 – MOEMA – SÃO PAULO-SP – TEL.: (11) 3386-9900
Saiba mais em nosso site: www.hyundai-motor.com.br/premium-services

“Estamos com as portas abertas para quem tem produtos de interesse da rede e estiver disposto a fazer parceria com a associação

Daniel Kelemen



Divulgação/Abrahy

pliou de cinco para catorze o número de parcerias, incluindo fornecedores de acessórios, mobiliário, uniformes e até cartão de crédito.

“O objetivo é usar o poder da rede para garantir a todos os concessionários, sejam eles pequenos, médios ou grandes, preços mais acessíveis, praticados apenas para pedidos de grandes quantidades”, explica o presidente da Abrahy, Daniel Kelemen. “Estamos com as portas abertas para quem tiver produtos de interesse da rede.”

Recentemente a associação fechou acordo com uma bandeira de cartão de crédito e já há outra interessada em atender a rede. No momento a Abrahy faz contatos ainda com fornecedores de pneus e acessórios em geral para incrementar o atendimento.

O braço comercial da entidade foi criado em 2008, oferecendo inicialmente o Seguro Nacional Hyundai. Agora também conta com o Consórcio Nacional Hyundai, comercializado em toda a rede, seja de produtos nacionais – linha HB20 – como também de importados.

De acordo com Kelemen, a rede tem buscado maior equilíbrio entre os negócios com O Km e o pós-venda e, nesse sentido, a atuação da Abrahy na área comercial tem sido importante para garantir maior rentabilidade às revendas. A entidade tem buscado até parcerias bancárias para financiamento do estoque de carros usados.

“As concessionárias Hyundai estão começando a reter o usado para ter em suas dependências o espaço dos seminovos, segmento no qual a

maioria ainda não atua. E esse é um negócio cada vez mais importante no contexto de equilibrar as receitas.”

VENDAS DIRETAS – A rede Hyundai conta hoje com trezentos pontos de venda, dos quais 91 de importados e os demais representantes da linha HB20, produzida em Piracicaba, no Interior paulista. O presidente da Abrahy acredita que a marca deverá manter fatia de 10% do mercado até o fim do ano.

O relacionamento da Abrahy com a Hyundai Motors do Brasil, afirma o presidente da associação, é bastante positivo: “Estamos sempre alinhados com relação às estratégias de mercado e a fabricante participa das promoções de varejo, com taxas especiais de financiamento e outras ações do gênero para movimentar os negócios neste período de retração”.

Para evitar vendas predatórias a Abrahy mantém acordo com a Hyundai, via convenção de marca, que limita as vendas diretas da fabricante. “Hoje elas estão numa faixa de apenas 9% do total que a montadora vende”.

A rede Hyundai opera atualmente com estoque na faixa de 35 dias e, a exemplo do presidente da Fenabrade, Kemelen também acredita que o pior da crise passou: As vendas dos últimos quatro meses demonstram estabilidade no mercado. Acredito que já atingimos o fundo do poço. Apesar dos problemas político-econômicos do momento, acreditamos no potencial do País, que sairá fortalecido de toda esta crise.”

AD



**PASSADO, PRESENTE E
MUITO FUTURO PELA FRENTES.**
**NOSSOS PRÓXIMOS 100 ANOS
DE INOVAÇÃO ESTÃO
APENAS COMEÇANDO!**

AMORTECEDORES
MONROE

CONDUZINDO
A INOVAÇÃO
E A QUALIDADE
DESDE 1916



RESPEITE OS LIMITES DE VELOCIDADE.

1916 **100** MONROE 2016
A N O S

TENNECO
chat online: www.monroe.com.br
0800-166-004

**ONDE TEM
DESENVOLVIMENTO,
TEM A NOSSA MARCA**



Uma empresa, 12 marcas, 65 fábricas, 64 mil empregados, 50 centros de P&D e presença em 180 países. A grandiosidade da CNH Industrial vai além desses números: faz da empresa uma das líderes globais no setor de bens de capital e a única capaz de oferecer com sinergia soluções para potencializar o agronegócio, a construção e a infraestrutura, o transporte e a logística e a geração de energia. Uma das 100 empresas mais inovadoras do Brasil, evolui com a premissa de que a tecnologia aumenta a competitividade e que deve estar à disposição das pessoas, por meio de produtos cada vez mais econômicos, duráveis e eficientes.

CNH
INDUSTRIAL



CASE 
AGRICULTURE

CASE 
CONSTRUCTION

NEW HOLLAND 
AGRICULTURE

NEW HOLLAND 
CONSTRUCTION

IVECO **IVECO**
BUS

MAGIRUS

IVECO 
DEFENCE VEHICLES

FPT 
POWERTRAIN TECHNOLOGIES

CNH 
INDUSTRIAL CAPITAL

AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA



Divulgação/Toyota

O Bolt dos sedãs

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

Não de hoje especialistas tentam explicar o excepcional desempenho do multicampeão Usain Bolt nas pistas de atletismo. O velocista jamaicano quebrou o recorde mundial nos 100 metros rasos em 2008 e desde então segue como que passeando diante dos demais competidores, como no mês passado, nas Olimpíadas do Rio de Janeiro.

O mercado brasileiro de veículos, digamos, também tem o seu Bolt. O Corolla passeia há muito tempo diante dos concorrentes do segmento que, a exemplo dos adversários do corredor jamaicano, também têm muitos

atributos e qualificações, mas ainda assim raramente colocam em risco a soberania do sedã da Toyota, estabelecida desde que desembarcou nas ruas brasileiras e, especialmente, após o início de sua produção em Indaiatuba, SP, em 1998.

Seu desempenho de mercado impressiona também por não ter, como o jamaicano das pistas – que com 1,95 m está mais para jogador de basquete do que para corredor –, o melhor perfil para chegar a essa longeva hegemonia. Líder entre os sedãs médios em sete dos últimos dez anos, o Corolla não é – e nunca foi – o modelo do segmento com

Nem mesmo a forte retração do mercado interno interrompe o incrível desempenho de vendas do Toyota Corolla, já o sexto carro mais vendido do País.

design mais arrojado, o mais barato, mais potente, não dispõe nem mesmo de tecnologias que o diferenciam da maioria dos sedãs médios - vinte modelos, segundo classificação da Fenabrade.

Mais ainda: a montadora também investe, proporcionalmente, muito pouco dinheiro em publicidade e nem mesmo dispõe de grande número de revendedores. Ao contrário, com pouco mais de duas centenas de pontos de venda a rede Toyota é quase três vezes menor do que a da Volkswagen ou da General Motors, apenas para ficar em marcas que dispõem de importantes competidores do Corolla, como Jetta e Cruze.

Então o porquê dessa folgada liderança, com vendas anuais que frequentemente representaram mais de 25% do segmento, algumas vezes superaram 40% e que de janeiro a julho deste ano ficaram em incontestes 46,4%, quatro vezes maiores do que a do segundo colocado? E nesses sete meses, é bom recordar, o mercado de automóveis recuou 24,7%, enquanto as vendas do Corolla chegaram a 37,8 mil licenciamentos, apenas 272 veículos a menos do que em igual período ano passado.

O modelo, que custa acima de R\$ 70 mil, foi o sexto automóvel mais vendido de janeiro a julho – o concorrente mais próximo, o Honda Civic, ocupou a 32ª posição –, atrás apenas de Chevrolet Onix, Hyundai HB20, Ford Ka, VW Gol, compactos que têm versões de entrada por menos da metade do preço do Corolla. Ainda assim a diferença para o quinto colocado, o Palio, foi de apenas 172 veículos licenciados.

Modelo deteve quase metade das vendas do segmento até julho e só perde para hatches compactos no mercado interno

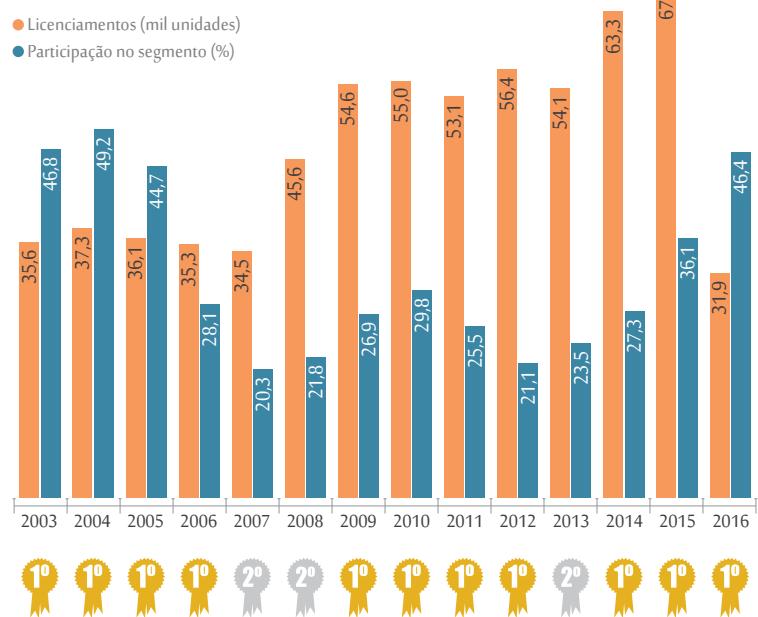
Os motivos desse desempenho apontados por analistas, e até mesmo por profissionais de marcas concorrentes, são muitos, mas podem ser sintetizadas em eficiente engrenagem que congrega imagem de marca, produção adequada, qualidade de produto e bons serviços de pós-venda.

"O produto entrega o que promete e tem o suporte de uma rede que sabe da importância de bons serviços e que não precisa queimar o modelo com descontos, o que reflete em bom valor de revenda", reconhece executivo de marketing de montadora que, por razão óbvia, prefere não ser identificado.

André Bittar, gerente de produto da consultoria Jato Dynamics, tem esse mesmo raciocínio. Segundo ele, a Toyota consegue produzir na medida

Vendas e participação do Corolla

Fonte: Fenabrade





Geração atual
chegou ao mercado
brasileiro já há
dois anos

da demanda do mercado e, simultaneamente, incutir sua cultura de qualidade nos revendedores. Essa somatória assegura “um círculo virtuoso!”, diz Bittar, que pondera que um carro com bom valor residual e que tenha liquidez é sempre mais procurado em um momento de incerteza econômica. “E isso também mantém vendas de qualidade em períodos mais difíceis, sem a necessidade de queimar preços.”

ESTRATÉGIA – Com uma produção bem ajustada a montadora também pode se dar ao luxo de não depender tanto das vendas diretas, normalmente com margens bastante sacrificadas. Levantamento da Jato aponta que não mais do que 21% das vendas da marca – e olha que o Etios para locadoras fez essa média crescer um pouco no último ano – passam por esse mecanismo, enquanto, por exemplo, na Fiat superam 43% ou chegam a quase 48% na Renault. “Os estoques de Corolla na rede são de dez dias em média. A carência para o revendedor pagar o veículo sem juros é praticamente o tempo de transporte da fábrica até ele, enquanto outras montadoras concedem prazos até três vezes maiores.”

A própria gênese da rede ajudaria nesse bom entendimento da cultura da marca por parte dos concessionários, avalia Bittar. Ele lembra que a maioria das revendas surgiu para negociar produtos importados da Toyota com alto valor agregado, como a picape Hilux, o SW4 ou o próprio Corolla, e, assim, está acostumada com o perfil de clientes mais exigentes e com o



Vote Schaeffler! Indicada na Categoria Qualidade e Parceria

A Schaeffler mais uma vez foi indicada entre as melhores empresas do setor e por isso concorre ao Prêmio AutoData 2016. Esse é o reflexo da confiança presente na parceria com os clientes e nas soluções de alto padrão de qualidade para motor, transmissão e chassis, focados na Mobilidade para o Amanhã. Vote Schaeffler na Categoria Qualidade e Parceria!



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

Faça revisões em seu
veículo regularmente



SCHAEFFLER

chamado TSA, o Toyota Sales Way, código estipulado pela fábrica para conduta e qualidade de atendimento nas revendas.

As concessionárias trabalham dentro de padrões rígidos de atendimento. O consultor afirma, por exemplo, que autopeças são como remédios numa farmácia, "não podem ser empurradas para o consumidor". "O negócio de peças, não é um objetivo, mas decorrência dos serviços prestados."

Cliente satisfeito tende, na troca de seu veículo, a permanecer na mesma marca ou até com o mesmo produto. É o que acontece com o Corolla, segundo Roger Armellini, gerente geral de

produto e marketing da montadora. "É o carro de maior índice de fidelização dentro de seu segmento e um dos maiores do mercado brasileiro, perde apenas para a Hilux", acrescenta o executivo, citando a pesquisa New Car Byer, estudo compartilhado pelas fabricantes de veículos cujos índices não podem ser divulgados.

FÓRMULA – O Corolla está em sua décima geração – lançada aqui em 2014 – e, diz Armellini, é produto que resulta de aperfeiçoamentos de décadas. "Creio que a Toyota encontrou o melhor equilíbrio entre preço, conforto, confiabilidade do produto e de todo sistema de vendas e pós-vendas, custo de manutenção e valor de revenda", interpreta Armellini, que, há apenas dois anos na montadora, não disfarça o entusiasmo com a eficiência de toda essa engrenagem e com o desempenho mercadológico do sedã.

Armellini projeta que o Corolla deve repetir, em 2016, as vendas do ano passado, algo em torno de 67 mil veículos. E, enquanto em modelos da concorrência preponderam as versões de entrada como as mais vendidas, no Corolla a XEI, intermediária, responde 60% e outros 10% ficam por conta da Altis, a topo de gama.

A GLI, de entrada, detém em média não mais do que 30% a 35% dos licenciamentos, com boa parcela negociada com taxistas e pessoas portadoras de deficiências físicas. Para frotista, quase nada. "Vendemos alguma coisa para as locadoras apenas para não perder amizade", brinca Armellini

AD

Base local



A Toyota segue revitalizando sua fábrica de São Bernardo do Campo, SP. A empresa acaba de inaugurar no complexo seu primeiro centro de pesquisa aplicada no Brasil. O projeto consumiu R\$ 46 milhões nessa primeira fase e já conta com cem colaboradores. Uma segunda etapa exigirá outros R\$ 19 milhões. É o quarto empreendimento

do gênero fora do Japão. Os três primeiros foram instalados nos Estados Unidos, Europa e Tailândia. Nele serão desenvolvidos, inicialmente, produtos e pesquisas para o mercado brasileiro. A cerimônia de inauguração mereceu até mesmo a presença do chairman da Toyota Motor Corporation, Takeshi Uchiyamada.

É UM ORGULHO TRANSFORMAR

Pioneirismo em confiança.
Inovação em resultados.
Sustentabilidade em futuro.

Um futuro que está cada vez mais presente,
dando forma ao portfólio mais completo
de produtos e soluções de alumínio do mercado.

É UM ORGULHO TRANSFORMAR SEU NEGÓCIO.
É um orgulho transformar o Brasil.



Companhia Brasileira de Alumínio

 Votorantim

Este mês a Fiat lança seu motor de três cilindros para o mercado brasileiro. A montadora, a primeira a ter um carro 1.0 no País, em 1990, com o então Uno Mille, é mais uma fabricante a se render a esta solução técnica para alcançar maior eficiência energética.

Produzido em Betim, MG, o novo motor da Fiat, também 1.0 e que chega a bordo do Uno 2017 junto com um novo 1.3 quatro cilindros, já é o segundo três cilindros apresentado este ano e não será o último. No primeiro semestre a PSA passou a importar o Pure Tech 1.2 e, embora a fabricante não confirme ainda, será produzido em Porto Real, RJ. A Renault, ao contrário, já confirmou que o Kwid, que será apresentado no Salão do Automóvel, terá um 1.0 três cilindros nacional, já em produção neste mês.

Com esse ritmo de seguidos lançamentos, tudo indica que os motores de três cilindros poderão estabelecer rapidamente a hegemonia no mercado interno. À exceção da General Motors, que ainda tem perseguido reduzir consumo por meio de melhorias técnicas de seus quatro cilindros, todas as montadoras generalistas aqui instaladas têm ao menos um representante.

Os primeiros três cilindros vendidos no Brasil, em 2012, eram importados e equipavam o Kia Picanto. Mas a nacionalização não tardou e já em 2014 equipavam os Hyundai HB20 fabricados em Piracicaba, SP, e na sequência os Volkswagen Fox.



Divulgação/Hyundai

Um cilindro a menos para vender mais

Os motores de três cilindros já dominam importante fatia das vendas internas de automóveis e tendem a crescer ainda mais

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

A ascensão dos três cilindros, diferente do que ocorreu com os 1.0 no transcorrer dos anos 90 – incentivados por sensível redução do IPI e, consequentemente, também do preço ao consumidor final –, decorre da busca pela economia de combustível.

Não se trata, porém, de mera consciência ecológica das fabricantes. O viés econômico também está por trás dessa onda. Afinal, somente com a redução do consumo médio proposto pelo Inovar-Auto as empresas poderão se livrar de pontos adicionais de IPI.

A presença desses motores, de qualquer forma, já é marcante no mercado brasileiro. Dos quase 957,3 mil automóveis licenciados até julho, 141 mil contam com motores de três cilindros, 15% de participação. A quase totalidade, 139,2 mil, de apenas 1 litro – foram registrados outros 1,8 mil 1.2 litro e somente 82 unidades 1.5.

Os três cilindros já estão presentes em modelos nacionais e importados de pelo menos onze marcas. Ford, Hyundai e Volkswagen, em particular, têm se valido dessa solução muito mais do que as concorrentes.

A montadora alemã já equipa boa parte de sua linha. É a marca que mais fortemente aderiu a esse novo conceito e a que mais vende. O chamado EA211 1.0l R3 está em quatro de seus modelos: Gol, Voyage, Fox e up!. A montadora foi mais além e passou a produzir também uma versão 1.0 turbo, a TSI, com injeção direta de combustível.

Levantamento da consultoria Jato Dynamics mostra que de janeiro a

Motores 1.0, 1.2 e 1.5 de três cilindros já representam 15% das vendas de automóveis no Brasil

julho foram negociados 45,3 mil automóveis Volkswagen com motor três cilindros, 38% dos carros que vendeu no período. Pouca coisa a mais do que a Hyundai, com 44,8 mil HB20 1.0 três cilindros negociados, 68% do total do modelo e quase 40% da marca.

A Ford vem logo a seguir com 38,7 mil Ka 1.0 três cilindros emplacados, ou 93% das vendas do compacto e quase 45% de todos os automóveis da marca licenciados nos sete primeiros meses de 2016.

Ainda é cedo para afirmar, com a mais absoluta certeza, que os três cilindros predominarão tanto quanto os 1.0 no mercado interno, que chegaram a representar 70% das vendas de veículos de passeio em 2001 – e ainda hoje, agora reforçados pelos próprios 1.0 três cilindros, detêm quase 34%. Mas pelos números alcançados em menos de três anos, não dá, por outro lado, também para descartar essa possibilidade.



Fiat Uno 2017 chega este mês com opção de motor de três cilindros

Direção/Fiat

HB20, VW up! e Ford Ka, três dos compactos que têm feito sucesso com os novos motores



Divulgação/VW



Divulgação/Ford

De qualquer maneira, Milad Kalume Neto, gerente de desenvolvimento de negócios da Jato, entende que os três cilindros terão crescimento representativo, já que roubarão mercado dos 1.0 de quatro cilindros e se beneficiarão da evolução de vendas dos veículos pequenos, que potencialmente, segundo estudos da consultoria, crescerão 4% e 5% acima da média do restante do mercado no curto prazo.

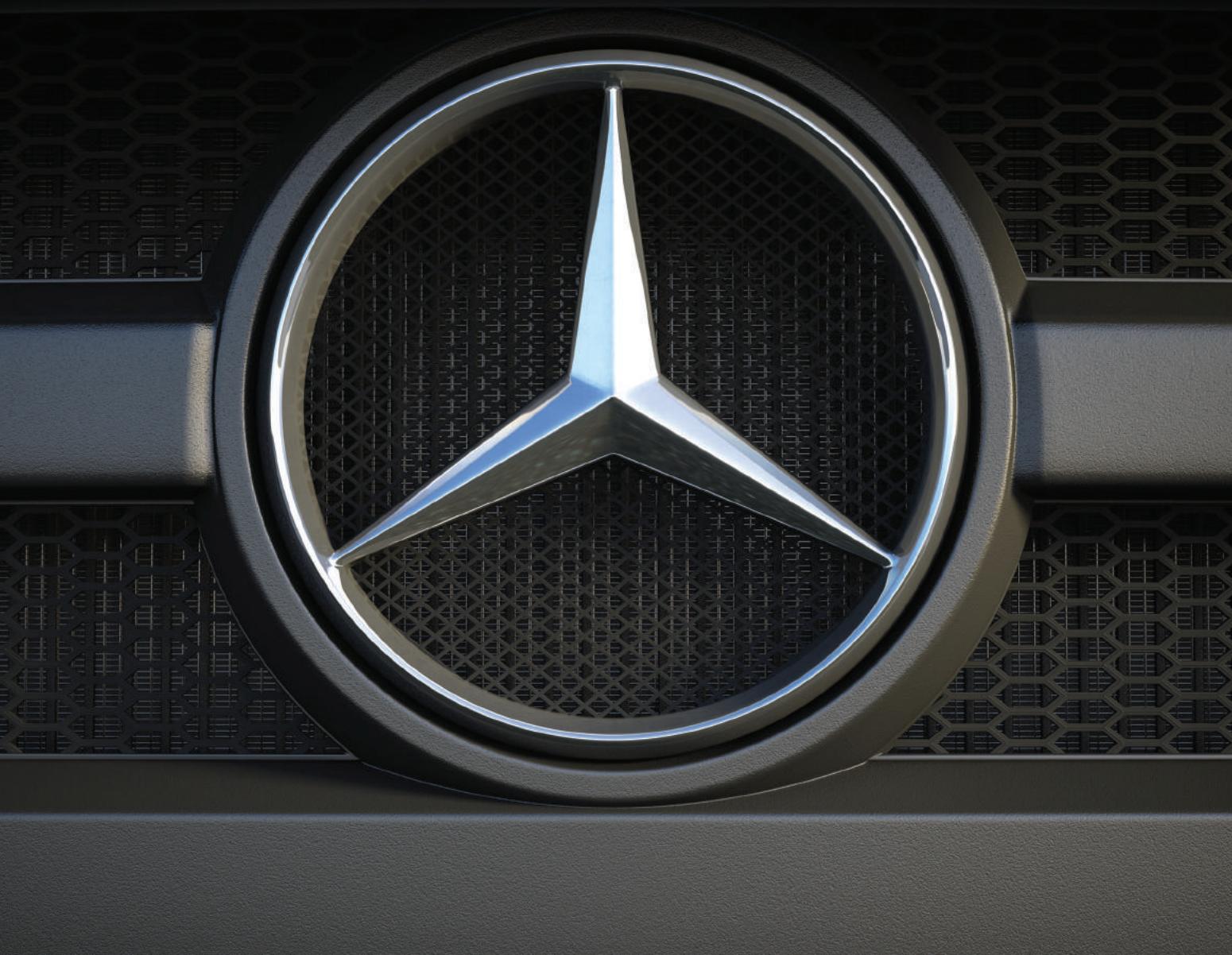
"A indústria investiu alto neste segmento e, apesar de o mercado ainda recessivo, a crise de confiança parece estar no fim. Se ainda, como um todo, tende a andar de lado em 2017, é esperado algum crescimento para os segmentos B e B+, que mais utilizam este tipo de motor no Brasil".

Milad recorda que a participação dos motores de três cilindros tem crescido no mundo, ainda que em patamares inferiores aos já observados. As vendas de automóveis equipados com eles na Europa passaram de 735 mil unidades em 2012 para 1,6 milhão em 2015. Nas Américas, neste mesmo período, saltaram de 15 mil para 238 mil.

O mercado asiático destoa. Chegou a quase 3,1 milhões de veículos em 2014 e no ano passado limitou-se a 2,8 milhões, patamar médio desde 2012 no continente, que viu as vendas de três cilindros crescerem, na verdade, bem antes do que na Europa. A média anual de 1,5 milhão de 2006 a 2009 saltou para 2,1 milhões nos dois anos seguintes, mais de três vezes do que a Europa de então. **AD**

PARABÉNS, MERCEDES-BENZ, PELOS 60 ANOS DE BRASIL.

vallourec.com/br



É com orgulho que podemos dizer: somos parte dessa história.
A parceria de uma das maiores empresas do setor automobilístico mundial é muito
importante para a Vallourec. E, nessa data tão especial, também temos grandes
motivos para celebrar.

A Vallourec é líder em soluções tubulares premium e atende aos setores automotivos,
petrolífero, de energia, industrial e da construção civil.

Vallourec. A solução para grandes desafios.

 **vallourec**

De ponta a ponta

Ghosn: Brasil seguirá como base produtiva de automóveis da marca para o Mercosul.



Divulgação/Renault

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

Renault confirma produção de Kwid e Captur nacionais, modelos que ocuparão os extremos de sua linha 2017

Ele vem com certa frequência ao Brasil, até porque brasileiro de Porto Velho, RO, não costuma dispensar alguns dias de férias no Rio de Janeiro. Mas em agosto Carlos Ghosn, CEO da Aliança Renault-Nissan, esteve no Brasil para, além de acompanhar a abertura das Olimpíadas, evento do qual a Nissan foi patrocinadora, confirmar dois novos Renault nacionais: o compacto Kwid e o utilitário esportivo Captur.

Os dois modelos, assim como outro SUV, o Koleos, importado da Coreia,

estarão nas revendas somente em 2017. Devem, contudo, ser as maiores atrações da marca no próximo Salão do Automóvel de São Paulo, que acontecerá em novembro.

A produção dos dois carros nos extremos da gama da empresa aqui – Kwid no segmento de entrada e Captur como o mais caro nacional da marca – não representa, porém, aporte financeiro adicional para a planta paranaense e já estaria prevista dentro do atual ciclo de investimento que soma R\$ 500 milhões, iniciado em

Investindo em novas tecnologias

Eaton, indicada ao Prêmio Autodata
na categoria Sistemista.



EATON

Powering Business Worldwide

A Eaton foi escolhida uma das três finalistas do Prêmio Autodata 2016 - Categoria Sistemista.

Este é o reconhecimento pelo investimento em produtos de alta tecnologia adaptados para o mercado brasileiro.

www.eaton.com

Montadora



2014 e que se encerrará em 2018.

Ghosn, contudo, afirmou que a fábrica paranaense, que tem capacidade anual para fabricar 380 mil veículos – chegou a 240 mil em 2013 – pode eventualmente contratar algum reforço para seu atual quadro de funcionários. Mas não foi além disso, nem mesmo precisou quanto nem quando isso se daria. “Nos falta uma parte importante: o parâmetro do mercado, como ele crescerá.”

VOLUME – Em encontro na fábrica paranaense, porém, o executivo fez questão de enfatizar que o Brasil seguirá como a base de produção de automóveis Renault no Mercosul, enquanto a planta de Santa Isabel, na Argentina, ficará responsável sobrepu-

do pela produção da picape Alaskan, projeto conjunto com Nissan e Mercedes-Benz, que chegará às ruas no transcorrer de 2017 e 2018.

A mensagem foi importante para a planta brasileira à medida que o grupo decidiu produzir Logan e Sandero no país vizinho.

“Não se trata de mudança de estratégia, mas de uma adaptação, um modo de nos defendermos da instabilidade dos dois mercados, da volatilidade das regras do jogo na região”, afirmou o executivo, assegurando que a produção argentina de automóveis será limitada, apenas para complementar a gama local.

A aposta nos SUV na planta brasileira é justificada pelo CEO da Aliança Renault-Nissan pelo potencial do mer-

cado interno para esse tipo de veículo, cuja participação, pelos cálculos da montadora, dobrou nos últimos anos e já é de 15%.

“Na Europa essa relação está em 25% e no Brasil deve superar os 20% a 25% muito em breve.”

De concreto sobre o Kwid, Ghosn afirmou apenas que não trabalha com o objetivo de fazer dele o carro mais barato do Brasil, como o mercado chegou a comentar “Queremos, sim, que ele tenha a melhor relação custo-benefício. Já existem muitos carros compactos caros no Brasil.”

O Kwid contará com quatro airbags de série e nova geração de motor 1.0 – a empresa desenvolve ainda um novo 1.6 –, mas agora de 3 cilindros, também fabricado no Paraná.

A produção do Duster não será afetada pela chegada do Captur, afirma Ghosn, que admite que o novo modelo compartilhará a plataforma do antigo SUV – a do Kwid é totalmente nova, a CMFA, e servirá mundialmente também a modelos Nissan compactos. “Os dois modelos já convivem na Europa sem problema. Se destinam a públicos bem distintos”.

Com Kwid, Captur, Koleos, a linha atual nacional e também a importada, além da futura picape argentina Alaskan, que chegará ao Brasil somente a partir de 2018, Ghosn diz que a Renault se credencia a chegar aos sonhados 10% de participação no mercado interno de automóveis e comerciais leves. Hoje tem em torno de 7,4%. “E podemos chegar aos 8% rapidamente.”

AD

ESCOLHA PIRELLI E ASSUMA O CONTROLE.



PNEUS DIFERENTES, A MESMA TECNOLOGIA.
ESCOLHIDOS PELA FORMULA 1® E PELAS
MELHORES MONTADORAS. SIGA O EXEMPLO DELAS.



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE

The F1 FORMULA 1 logo, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trade marks of Formula One Licensing B.V., a Formula One Group Company. All rights reserved.

Apresentado por



TORQSHIFT

CAMINHÕES

TRABALHO PESADO EM EQUIPE

Três empresas, dois anos de projeto. A Ford Caminhões lança uma nova linha de veículos com tecnologia desenvolvida em parceria exclusiva com a Eaton, líder mundial entre as fornecedoras de transmissões automotivas, e a Cummins, maior fabricante independente de motores diesel do País. O resultado são funções que facilitam o trabalho do condutor, sem prejudicar a robustez do conjunto.



ASSISTENTE DE PARTIDA EM RAMPA (HLA)

O Assistente de Partida em Rampa – ou HLA, do inglês Hill Launch Assistant – atua no sistema de frenagem do veículo, deixando-o parado no lugar após a retirada do pé do freio por até três segundos. Esse tempo a mais facilita a retomada do movimento do caminhão mesmo em parada total.



INOVAÇÃO ROBUSTA

A LINHA CARGO TORQSHIFT é a grande novidade dos lançamentos da Ford. O sistema de transmissão automatizada, que dispensa as trocas de marcha manuais, vem em três versões: duas com dez velocidades e outra com 16. Os objetivos do projeto, que foi iniciado em 2014, são claros: aumentar a economia de combustível, a durabilidade dos componentes e o desempenho do motor. Entenda, a seguir, suas principais funções.



A CÂMBIO AUTOMATIZADO EATON



Produzido a partir da caixa Eaton RT, famosa por sua força e resistência, o sistema escolhe a melhor marcha de partida, tanto no modo drive quanto no manual, e o piloto automático mantém a mesma velocidade em subidas e descidas. A manutenção é simples, com custo similar ao de uma caixa de câmbio manual.



B FUNÇÃO LOW

Indicada para enfrentar longas descidas, a função Low reduz as marchas de forma gradual durante a frenagem, garantindo que o motor esteja sempre na faixa de rotação mais adequada para a velocidade do momento. Isso aumenta a eficiência do freio-motor e a durabilidade do freio de serviço, menos acionado ao longo da viagem.

C FUNÇÕES KICKDOWN E CREEP

São duas opções de condução: o modo Economia de Combustível privilegia a eficiência do motor. Já o modo Performance, ideal para retomadas e ultrapassagens, é ativado quando o motorista pisa fundo no acelerador. A função Creep utiliza a rotação do motor em marcha lenta para permitir o avanço do veículo sem a necessidade de manter o pé no acelerador – é preciso apenas um toque no pedal.



2429
TORQSHIFT



0800-703 FORD
3673



Saiba mais em: fordcargotorqshift.com.br

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Negócio sobre rodas



Mercedes-Benz priorizou conforto e segurança na nova família Sprinter a fim de entregar mais produtividade e rentabilidade

Décio Costa, de Itatiba, SP | decio@autodata.com.br

A família Mercedes-Benz Sprinter atua no País desde meados da década de 90. Da lá para cá, suas vendas acumulam mais de 120 mil unidades. Na ponta do lápis, seu desempenho no mercado aponta razões para a companhia tratar com especial atenção os negócios origi-

nados no segmento. Nas contas da montadora, de 2011 a 2016 a linha Sprinter trouxe crescimento de doze pontos porcentuais em participação do mercado: tinha 14,3% e alcançou 26,3%. Nada mais natural, portanto, que a fabricante invista na gama com o objetivo de entregar produtos cada

vez melhores e capazes de suprir as necessidades do transportador, sejam de passageiros ou carga.

Assim, no início de agosto, a Mercedes-Benz lançou a linha 2017 da segunda geração do Sprinter, reduzindo a defasagem existente entre o produto europeu e o produzido para a Améri-

ca Latina. Além da aparência igual às ofertas europeias, os modelos também receberam ajustes tecnológicos a fim de proporcionar uma ferramenta mais adequada para garantir produtividade e rentabilidade aos diversos negócios a que se propõem.

Há ainda outras razões para que a Mercedes-Benz não perca de vista as possibilidades de negócios proporcionados pelo Sprinter. Basta uma pequena espiada no faturamento nas ativi-

A família contempla três configurações: furgão, van e cabine-chassi.



Divulgação/MBB

dades do e-commerce para entender a relevância conquistada por furgões no modelo de entregas rápidas e fractionadas. Em 2011 a receita do segmento foi de R\$ 18,7 bilhões. Neste ano, a contabilidade deve somar R\$ 44,6 bilhões.

Daí a versatilidade com que os Sprinter devem estar vestidos. A família se apresenta a partir de três configurações – van, cabine-chassi e furgão – e, segundo a fabricante, contempla até sessenta versões ao combinar rodados simples ou duplos, compacidades de carga ou de passageiros, distância de entre-eixos e pacote de equipamentos.

Basicamente, a linha comporta a Sprinter 313 CDI com motor de 129 cv e PBT para até 3.500 kg, a 415 CDI, com motor de 146 cv e capacidade para 3.880 kg e, finalmente, a 515 CDI, equipada com o mesmo motor de 146 cv, mas com PBT de 5.000 kg. Os novos Sprinter já estão na rede de concessionárias a partir de R\$ 102 mil

“É um produto capaz de atender qualquer tipo de negócio sobre rodas”,

A AGCO tem cinco bons motivos para ganhar seu voto no Prêmio AutoData: Challenger, Fendt, GSI, Massey Ferguson e Valtra.



Foi oferecendo a mais alta tecnologia aos produtores rurais do mundo todo que a AGCO foi indicada ao Prêmio AutoData na categoria Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção. Hoje queremos agradecer por essa indicação e também pedir seu voto. Vote AGCO para o Prêmio AutoData.

AGCO
Your Agriculture Company

Os novos Sprinter já estão na rede de concessionárias da marca a partir de R\$ 102 mil

ressalta Carlos Garcia, gerente sênior de vans da Mercedes-Benz. "O cliente Sprinter também tem estrutura de venda e pós-venda dedicada, como os Vans Center e concessionárias exclusiva, e três linhas de peças de reposição à disposição."

A fabricante entende que para melhor promover o negócio do seu cliente o produto tem de entregar mais conforto e segurança, os aspectos que mais ganharam destaque na linha 2017 do Sprinter. Além de ABS e airbags, a gama traz ESP adaptativo, sistema que reúne controle de estabilidade, de tração e sensores de distribuição da força de frenagem entre as rodas, BAS, que reduz a distância de frenagem caso identifique situação de emergência, sensores que evitam capotamentos e o chamado assistente de vento lateral, que impede desvios da trajetória do veículo ocasionados pela força do vento.

Algumas conveniências introduzidas também asseguram a segurança, como o farol de circulação diurna que

se acende ao dar a partida no veículo, faróis de neblina com assistente direcional e sistema que em dias de chuva limpa regularmente os discos de freios, bastando para isso o limpador de para-brisa estar acionado.

Por dentro dos Sprinter os revestimentos possuem novo padrão, semelhante ao do utilitário Vito. Nas versões para passageiros os assentos ficaram 40 mm mais largos e os encostos 25 mm mais altos. O volante é ajustável e com controles de acesso ao áudio. O interior foi concebido para também funcionar como escritório, com amplos porta-objetos.

"Pensamos em entregar um veículo que realmente facilite a vida da pessoa, além de favorecer a produtividade de seu negócio", diz Ana Paula Teixeira, gerente de marketing de produtos de vans. "Com o crescimento das entregas rápidas e fracionadas nas grandes cidades, seja por seu modelo urbano ou pela legislação, o veículo comercial ganha cada vez mais relevância e passa a ser uma ferramenta." **AD**

Mercedes-Benz 60 anos

O lançamento da nova família Sprinter também faz parte das diversas ações comemorativas dos 60 anos da Mercedes-Benz no País, completados agora em setembro.

A fabricante, além de renovar produtos, conta uma história vitoriosa desde que se estabeleceu no País. Das linhas de produção da São Bernardo do Cam-

po, no ABC paulista, saíram caminhões e ônibus que contextualizam o transporte de carga e passageiro no Brasil, além de contribuir com o desenvolvimento da nação.

Desde o L312, conhecido como Torpedo, o primeiro caminhão produzido pela montadora no País, passando pelo L1113, produzido de 1969 a 1987,

o caminhão mais vendido na história do Brasil, até os modernos Actros, não é exagero dizer que grande parte da economia brasileira vai e foi de Mercedes-Benz. Da frota circulante, de cada dez caminhões, quatro são da fabricante. No segmento de chassis sua participação ainda é mais relevante: de cada dez ônibus, seis são da marca.



ArcelorMittal

Onde tem indústria, tem ArcelorMittal.

A ArcelorMittal é a maior produtora de aço do Brasil e do mundo e está presente no dia a dia da indústria automobilística. Para se ter uma ideia, um em cada três carros produzidos no Brasil possui aço ArcelorMittal, seja na suspensão e no sistema de direção, seja nos fixadores e em outros componentes que possibilitam a redução de peso dos veículos, garantindo melhor desempenho na aplicação. Oferecer as melhores soluções em aço é algo que levamos muito a sério. **Quando pensar em aço, lembre-se: ArcelorMittal é aço.**



ArcelorMittal
é Aço

Passos internacionais

BMB, parceira da MAN especializada na customização de veículos, decide investir no México

Décio Costa | decio@autodata.com.br

ABMB, empresa parceira da MAN Latin America especializada na customização de veículos, iniciou os primeiros passos de sua internacionalização. A companhia decidiu levar seus conhecimentos e capacidades para o México, particularmente para Querétaro, cidade onde também está instalada a operação produtiva da montadora.

De acordo com Marcos Balbinot, sócio-diretor da BMB, os planos seguem o mesmo modelo de negócio desenvolvido no Brasil, onde atende a fabricante de caminhões e ônibus com exclusividade em uma unidade localizada em Resende, RJ.

"A MAN nos traz a demanda via rede e com apoio da assistência técnica nós entregamos a solução de acordo com as necessidades da aplicação do cliente. Foi isso que permitiu à MAN atender nichos de mercado e assim esperamos fazer no México."

Para o executivo, as informações da MAN e o entrosamento por mais de 15 anos com a engenharia da montadora, período no qual a empresa absorveu em torno de 23% da produção da fabricante para customização de caminhões e ônibus, possibilita desenvolvimento de produtos com mais competitividade e, portanto, mais atrativo ao cliente. "O objetivo é atender a MAN e o cliente, seja qual for a sua necessidade."

No México, segundo conta Balbinot, as atividades da BMB devem começar em outubro ou novembro e, inicialmente, pela adequação da suspensão pneumática nos modelos de caminhões Volkswagen e MAN. "Fizemos um acordo operacional com a Suspensys e até março do ano que vem devemos ter à disposição seis famílias de suspensões pneumáticas para oferecer ao transportador mexicano."

O representante da BMB revela que

a solução pneumática será o chamariz para que a montadora possa abrir novos horizontes de negócios. "É cultural no mercado mexicano modelos de caminhões de cabine bicuda e arranjo de suspensão pneumática, 90% da frota é assim", calcula. "Com a suspensão a ar poderemos agregar volume de produção e valor ao produto, porque, até agora, a falta dessa oferta vinha inibindo um pouco as vendas."

A empresa investirá na operação US\$ 500 mil nos próximos dois anos, aporte destinado para os custos de aluguel de um pavilhão, capital de giro e ferramental. "Começaremos pequeno, com os pés no chão, com quadro de funcionários de oito a dez pessoas inicialmente, mesclando mão de obra do Brasil e do México", conta Balbinot. "É uma oportunidade única, mas temos certeza de que o preço, as soluções oferecidas e a garantia de fábrica serão nossos diferenciais." **AD**



CONSTRUINDO UM FUTURO SUSTENTÁVEL

O Grupo Solvay inova a cada dia para criar produtos que melhoram a qualidade de vida das pessoas.

Alinhado às práticas da Sustentabilidade, o Grupo atua no setor Químico como um parceiro responsável e ativo. Suas inovações para diferentes mercados têm dado contribuição decisiva para a superação dos desafios enfrentados pela sociedade.

Com a aquisição da Rhodia, em 2011, o Grupo se consolidou como um dos maiores players globais do setor.

www.rhodia.com.br

 **RHODIA**
SOLVAY GROUP

Faça sua escolha

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Começa neste mês a eleição dos Melhores do Setor Automotivo, que serão conhecidos em evento a ser realizado em novembro em São Paulo

Leitores da revista AutoData e da Agência AutoData de Notícias já podem votar no Prêmio AutoData 2016, que elegerá os melhores dos melhores do setor automotivo em dezessete categorias, incluindo a Personalidade do Ano. Os concorrentes ao prêmio foram escolhidos pelo corpo editorial de AutoData, que reuniu-se em meados de julho para definir os melhores cases retratados pela editora ao longo dos doze meses anteriores.

Nesta edição, a partir da página 57, o eleitor terá acesso a todos os cases escolhidos, que contemplam doze categorias destinadas a destaques empresariais, quatro de produtos e uma dos executivos da indústria.

O Prêmio AutoData é considerado o principal reconhecimento empresarial do setor automotivo brasileiro e chega em 2016 a sua 17^a edição. Este ano, ao contrário dos anteriores, será promovido um único evento, no final de novembro em São Paulo, para homenagear todos os concorrentes e ao mesmo tempo divulgar os vencedores.

Participam da premiação um total de 45 empresas, dezesseis veículos e quatro executivos — Carlos Gomes, presidente da PSA, Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil, William Lee, presidente da Hyun-

dai Motor do Brasil, e Steve St. Ângelo, CEO da Toyota para América Latina e Caribe da Toyota.

Os vencedores de cada categoria serão escolhidos não apenas pelo voto direto dos leitores da Revista AutoData e da Agência AutoData de Notícias, como também dos participantes do Congresso Perspectivas 2017, que acontecerá em São Paulo nos próximos dias 17 e 18 de outubro.

O regulamento do Prêmio AutoData 2016 é simples e os resultados obviamente transparentes, com a eleição sendo realizada em duas etapas. Os concorrentes ao prêmio estão relacionados na cédula de votação encartada nesta edição. O eleitor deve escolher e assinalar três dos indicados em cada uma das categorias. As exceções ficam para aquelas nas quais constam somente três indicações. Nestes casos, deve-se votar em duas.

É obrigatório votar em todas as categorias, caso contrário todos os votos serão automaticamente anulados. O objetivo do Prêmio Os Melhores do Setor Automotivo é incentivar empresas e seus responsáveis a cada vez mais buscar a ousadia e oferecer ao setor automotivo brasileiro o estado da arte em processos, produtos e qualidade de vendas.

AD

Montadora de Automóveis e Comerciais Leves

General Motors



A atual líder em vendas do mercado brasileiro anunciou há um ano pacote adicional de investimentos no País da ordem de R\$ 6,5 bilhões que, somado ao aporte de igual valor divulgado anteriormente, totaliza valor de R\$ 13 bilhões a ser aplicado por aqui até o final de 2019. O recurso será destinado prioritariamente ao desenvolvimento de uma nova família de veículos, que será comercializada nos chamados países emergentes. Em terras brasileiras serão produzidos seis novos modelos de diferentes tamanhos e segmentos. Além de ocupar a primeira posição no ranking nacional por marcas, a GM também conseguiu alçar o Chevrolet Onix ao topo dos dez automóveis mais vendidos no País.

Hyundai



Desde a sua chegada ao Brasil a Hyundai vem mostrando eficiência tanto na escolha dos produtos destinados ao consumidor local como na forma agressiva com que atua no mercado. A empresa inaugurou fábrica em Piracicaba, no Interior paulista, no início de 2013 e vem registrando vendas crescentes desde que aqui se instalou. No acumulado de janeiro a julho deste ano conquistou a quarta colocação no ranking das dez marcas mais vendidas no País, com 112 mil veículos emplacados e participação de 9,95%. O HB20 atingiu venda de 65,6 mil unidades no período e passou a ocupar a vice-liderança no ranking por modelo.

Mercedes-Benz



A Mercedes-Benz, tradicional fabricante de caminhões e ônibus, voltou a atuar no segmento de automóveis por aqui com a inauguração, em março, de uma fábrica em Iracemápolis, no Interior de São Paulo, que consumiu investimento de R\$ 600 milhões. A produção na nova planta foi iniciada com os modelos Classe C e já está confirmada também a fabricação local do utilitário GLA. A fábrica de Iracemápolis tem capacidade para produzir 20 mil unidades/ano e se destaca por algumas características como Lean Culture (cultura enxuta) e produção verde que utiliza conceitos, processos e ações voltados à preservação do meio ambiente e à redução do consumo de recursos naturais.

Toyota



A Toyota continua rodando ao largo da crise. Manteve-se estável ao longo de 2015, ganhando participação frente às concorrentes, e continua ampliando seu espaço no mercado automobilístico brasileiro este ano. Em julho, por exemplo, a marca atingiu o quarto posto no ranking das marcas mais vendidas no País, com a venda de 16,8 mil automóveis e comerciais leves e uma participação de 9,64%. No acumulado dos primeiros sete meses é a quinta, com 102 mil emplacamentos e fatia de 9,09%. Este ano inaugurou fábrica de motores em Porto Feliz, Interior de São Paulo, um projeto que consumiu investimentos da ordem de R\$ 580 milhões.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Montadora de Veículos Comerciais

DAF



Mesmo admitindo que está atualmente em ritmo mais lento do que o inicialmente programado, a DAF é a única montadora de veículos pesados que registra vendas em alta, movimento que começou no ano passado e se mantém em 2016. A empresa adotou a estratégia de administrar sua produção de forma a não elevar seus estoques. Suas vendas em 2015 evoluíram 72,4%, frente a um recuo do segmento como um todo de mais de 50%, alcançando 443 unidades. No primeiro semestre deste ano houve novo crescimento, de 58,3%, enquanto o mercado retraiu, na média, 31,3%. A empresa está produzindo os motores Paccar MX nas versões de 360, 410, 460 e 510 cv em Ponta Grossa, PR.

CNH Industrial-Iveco



A Iveco está consolidando no período 2014/2016 investimentos da ordem de R\$ 650 milhões, dos quais R\$ 250 milhões destinados ao desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus produtos. A estratégia da Iveco é racionalizar sua linha de caminhões e, assim, participar dos diversos segmentos em que atua de forma mais focada. Em abril a empresa fez ampla atualização na gama de seus produtos, apresentando novos integrantes nas famílias Daily e Tector, melhorias nos motores dos pesados Stralis e Hi-Way, além de mais opções nos chamados caminhões vocacionais. Na linha de comerciais leves Daily, introduziu uma versão intermediária, a 40S14, com PBT de 4 toneladas.

MAN



A MAN Latin America entende que a crise do mercado de caminhões e ônibus já atingiu seu ponto máximo e avalia estar pronta para dar início a uma nova fase de crescimento no Brasil, fortalecida por uma série de ajustes realizados em sua estrutura, tanto no aspecto comercial como no administrativo e produtivo. A empresa confirmou investimentos de R\$ 400 milhões até 2017, que serão aplicados no desenvolvimento de novos produtos para o mercado brasileiro, e iniciou campanha denominada "Vire a chave", inicialmente utilizada na comunicação interna de otimismo e na sequência estendida para os concessionários e mercado como um todo.

Mercedes-Benz



Ao comemorar 60 anos de atividades no País a Mercedes-Benz consolida-se como uma das maiores fabricantes de caminhões e ônibus do País, com fábricas em São Bernardo do Campo, SP, e Juiz de Fora, MG, além de ter voltado a atuar no segmento de automóveis, com produção em Iracemápolis, SP. De acordo com dados da Fenabrade, no acumulado de janeiro a julho a empresa comercializou 8.875 caminhões no mercado brasileiro, assumindo a liderança no segmento com participação de 29%. A Mercedes-Benz também é a primeira no ranking de fabricantes de chassis de ônibus, com 5.370 unidades emplacadas nos primeiros sete meses e penetração de 60,2%.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção

AGCO



A AGCO, tradicional montadora de máquinas agrícolas e de construção, manteve em 2015, por meio de suas duas principais marcas – Massey Ferguson e Valtra –, participação de 45% no mercado brasileiro e de 42% na América Latina, apesar da redução de vendas verificada no período. Atenta às oportunidades que podem ser abertas nas crises, a empresa investe na implantação de plataformas globais, fato que pode criar várias oportunidades de exportação para seus fornecedores locais. Atualmente a empresa trabalha com um índice de nacionalização de 80% que, com este movimento de globalização, deve cair para 65%. A empresa também comemorou a produção local de seu motor agrícola número 200.000 na unidade produtiva de Mogi das Cruzes, SP.

CNH-New Holland Construction



A montadora italiana está investindo pesado para trazer os princípios da conectividade também para o segmento de máquinas agrícolas e de construção, proporcionando um novo mundo aos canteiros de obras e lavouras. Nesse contexto, os produtos da CNH Industrial passaram a oferecer, dentre outros itens, o chamado FleetGrade, recurso indispensável para o que hoje se considera como agricultura de precisão. O dispositivo permite troca de informações entre as máquinas e satélites, fazendo com que os equipamentos trabalhem de forma guiada, independentemente da ação do operador, possibilitando determinar o melhor ângulo de trabalho da lâmina de motoniveladoras ou estabelecer o caminho a ser percorrido na lavoura.

John Deere



Para nacionalizar tratores de esteira e máquinas de construção que já vende no mercado brasileiro como produtos importados a John Deere anunciou investimentos de cerca de R\$ 80 milhões no País. Com esse aporte passarão a ser fabricados no Brasil três novos modelos: 700J, 750J e 850J. A produção deverá ser iniciada em 2018 na fábrica de Indaiatuba, SP, unidade que deverá ser ampliada em cerca de 3 mil m² para receber os novos produtos.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Sistemista

Aethra



GRUPO AETHRA
SISTEMAS AUTOMOTIVOS

Fundada no final da década de 70 a Aethra cresceu ao longo dos anos com foco em inovação e acabou ingressando no restrito grupo de sistemistas, mesmo sendo de capital totalmente nacional. Este ano a empresa adotou a tecnologia de estampagem roll forming, um processo de produção com alta tecnologia e que ainda é usado por poucas empresas no mundo. Ele garante maior resistência, robustez e segurança, além de reduzir o peso da peça. Todas as máquinas utilizadas neste novo processo foram importadas da Itália. Outra novidade foi o início de produção dos tanques de combustíveis especiais para veículos híbridos, desenvolvidos a partir do sistema de produção hot forming.

Eaton



A Eaton entende que o mercado brasileiro deverá retomar sua força no futuro e, assim, continua investindo pesado em desenvolvimento de novas tecnologias e introdução de novos produtos no mercado doméstico. No primeiro semestre deste ano lançou quatro novas transmissões automatizadas para caminhões leves, médios e semi-pesados, duas delas, inclusive, totalmente desenvolvidas pela engenharia brasileira da marca.

thyssenkrupp



De origem alemã, a thyssenkrupp inaugurou em Poços de Caldas, MG, uma nova planta de componentes automotivos, na qual investiu R\$ 60 milhões ao longo dos dois últimos anos. Desenhada para atender a demanda da Volkswagen, a nova fábrica produz eixos de comando de válvula integrados à tampa do cabeçote do motor. Sua capacidade inicial é de 500 mil peças por ano. A nova fábrica, que é a sexta da marca no Brasil, já foi desenvolvida dentro do moderno conceito denominado indústria 4.0.

ZF



Desde outubro de 2015 a ZF desenvolve um programa junto à sua base de fornecedores estratégicos, que visa obter melhorias na cadeia a partir de evoluções em gestão, produtividade e competitividade. Denominada Programa de Desenvolvimento de Fornecedores ZF, a iniciativa abrange 25 parceiras das categorias tear 2 e 3 e foi dividida, a princípio, em dois módulos: financeiro e de produção. O primeiro é realizado por profissionais do IEL e o segundo por profissionais da própria ZF.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Fornecedor de Peças, Partes e Componentes

Hella



Para ter maior flexibilidade em seus negócios no Brasil e ganhar participação de mercado, a Hella inaugurou fábrica em Indaiatuba, no Interior de São Paulo, parte de um investimento que totalizou, até este momento, R\$ 43 milhões. A nova unidade industrial produzirá módulos de conforto que controlam o acionamento do vidro elétrico, travas das portas e iluminação interna de automóveis. Ainda neste ano a empresa iniciará também a produção de bombas de combustível e há planos para instalar ainda uma linha de módulos de direção elétrica e pedais de acelerador.

Maxion Wheels



A Maxion Wheels, uma das maiores fabricantes de rodas do mundo, inaugurou nova fábrica de rodas de alumínio em Limeira, SP. A nova unidade, localizada no mesmo terreno que já abrigava sua fábrica de rodas de aço para veículos leves, consumiu investimentos da ordem de R\$ 120 milhões. Em sua primeira fase a planta terá capacidade para produzir 800 mil rodas/ano e até 2018 poderá chegar a 2 milhões, dobrando, na prática, a capacidade de oferta do produto.

Sumitomo Dunlop



A Sumitomo Dumlop anunciou investimentos de R\$ 487 milhões na construção de uma nova fábrica de pneus de caminhões no Brasil e na ampliação da unidade que é responsável pela produção de pneus destinados a automóveis. A nova fábrica será erguida em Fazenda do Rio Grande, na região metropolitana de Curitiba, PR, ao lado da primeira planta de pneus de passeio, inaugurada em 2013. Segundo a empresa, a nova planta será a primeira da marca no mundo a empregar a tecnologia Sun System, que produz pneus sem emendas. Só este projeto demandará investimento de R\$ 104 milhões em edificações e R\$ 208 milhões em equipamentos.

TDM Friction



A TDM Friction, fabricante de lona e pastilhas de freios da marca Cobreq para os segmentos de veículos leves e pesados, pertencente ao grupo japonês Nisshinbom, investiu R\$ 142 milhões na construção de uma nova fábrica em Salto de Itu, no Interior de São Paulo. Sua construção já foi concluída e a nova planta estará 100% operante entre o final deste ano e o início de 2017. Mesmo com a atual crise do setor automotivo, a empresa registrou crescimento de produção e vendas no Brasil e na América do Sul no primeiro semestre, de respectivamente 18% e 13%. Com a nova fábrica espera obter mais 20% de incremento em suas operações até 2020.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Produtor de Motores

Cummins



Como alternativa para ultrapassar as dificuldades impostas pela atual crise do mercado brasileiro a Cummins está investindo pesado na melhoria de todos os seus processos, tanto produtivos como comerciais. A empresa reestruturou a área de componentes e eliminou vários níveis hierárquicos. A fabricante de origem estadunidense também deu andamento ao processo de nacionalização iniciado no ano passado, passando a produzir aqui peças que vinham de outras fábricas da marca no mundo.

CNHi-FPT Industrial



Apesar da crise que enfrenta hoje nos segmentos nos quais atua, a FPT, integrante do Grupo CNHi, manteve seu programa de investimentos no desenvolvimento de novos produtos e lançou recentemente novos motores da família NEF, que equipam os caminhões Iveco Tector de 17 e 26 toneladas, além de uma nova versão do conhecido motor C13. O desenvolvimento desses produtos contou, inclusive, com a integração das equipes de engenharia da FPT no Brasil e na Itália. Com a nova família NEF, a empresa conseguiu ser homologada na legislação Proconve/MAR-1, que entrará em vigor no Brasil no próximo ano.

MWM Motores



A MWM continua firme em sua estratégia de agressividade no mercado internacional como alternativa à queda de negócios no Brasil. Este ano a empresa fechou acordo com a empresa sul-coreana Doosan Infracore, por meio do qual a companhia asiática passará a oferecer em sua rede de distribuição os motores Acteon 4.8L, voltados para a geração de energia. O acordo de cinco anos prevê a venda de 2,5 mil motores anuais para aquele mercado. As exportações da MWM cresceram 30% em 2015 e, neste ano, a previsão é de nova alta, desta vez na faixa de 10% a 15%. Para alcançar essa meta, a empresa aposta em mercados pouco tradicionais como Indonésia, Turquia e Egito.

Volkswagen



Volkswagen

Neste ano a Volkswagen apresentou a sua grande cartada na atual batalha pela eficiência energética ao lançar o motor TSI Total Flex. Dotado de bloco de alumínio, de injeção direta e turbocompressor de baixa inércia fornecido pela BorgWarner, o novo motor estreou equipando o modelo up! e na sequência passou a ser utilizado em outros produtos da marca. Produzido na fábrica de São Carlos, Interior de São Paulo, o TSI Total Flex desenvolve potência de até 105 cv abastecido com etanol e 101 cv com gasolina.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Encarroçador de Ônibus

Caio



Especialista na produção de carroçarias destinadas principalmente ao transporte urbano de passageiros e uma das tradicionais líderes desse segmento no Brasil, a Caio viu nas exportações uma alternativa importante para ganhar um pouco de fôlego neste período de crise no mercado brasileiro. Apresentou no final de 2015 uma versão de exportação para o modelo urbano Mondengo, de motor traseiro, encarroçada sobre chassis Mercedes-Benz, e enviada para o Chile. Um dos objetivos da nova carroçaria, que tem 13 m e capacidade para transportar 32 passageiros sentados, foi conciliar tecnologia com baixo custo de manutenção.

Marcopolo



Por meio de uma megafusão anunciada no final de 2015, a Marcopolo incorporou as atividades de sua concorrente Neobus, formando uma única companhia que hoje responde por mais de 50% da produção de carroçarias de ônibus do Brasil. A incorporação foi a fase final de um negócio iniciado em 2007, quando 39% das ações da San Marino Ônibus, dona da marca Neobus, foram adquiridas pela Marcopolo. Em sua nova fase, a gestão das empresas continuou separada tanto em termos comerciais como industriais e as marcas e seus produtos foram preservados no mercado como independentes. Os antigos controladores da Neobus assumiram a posição de acionistas da Marcopolo e permaneceram à frente da gestão das operações da marca.

Mascarello



A Mascarello, empresa sediada em Cascavel, PR, fechou importante parceria com a Iveco Bus para o desenvolvimento da carroçaria do GranClass 150S21, um modelo de 15 toneladas que será comercializado principalmente em regiões rurais do Brasil. Por meio dessa parceria, o novo micro-ônibus da Iveco será oferecido aos clientes como veículo completo, ou seja, já com a carroçaria da Mascarello.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Produtor de Implementos Rodoviários

Librelato



Na contramão do mercado brasileiro de implementos rodoviários, que registra queda acima de 30% nas vendas de implementos rodoviários, a Librelato projeta crescer sua receita em cerca de 28% este ano e atingir faturamento da ordem de R\$ 400 milhões. Ao longo do primeiro semestre deste ano a empresa, que tem sede em Orleans, SC, conseguiu expandir seus negócios em 14%.

Noma



Apesar da grave crise que assola o mercado brasileiro desde o início do ano passado, a Noma, fabricante paranaense de implementos rodoviários, conseguiu ampliar participação em 2015, registrando queda de vendas inferior à da média do segmento. De acordo com a empresa, tal desempenho foi possível graças à oferta de bons produtos, com soluções diferenciadas para os clientes, oferecidas principalmente a partir do desenvolvimento de carretas de alumínio, mais leves e, portanto, capazes de oferecer maior capacidade de carga.

Randon



A Randon Implementos colocou em prática no início deste ano nova etapa de sua reorganização produtiva e empresarial, que tem como um dos objetivos principais ter linhas de produto próximas dos mercados consumidores. Dentro dessa estratégia um dos alvos foi o segmento de leves. A empresa concentrou a produção dessa linha em sua unidade produtiva de Guarulhos, SP, a fim de obter escala competitiva e estar próxima do seu principal polo consumidor que é o paulista.

Truckvan



Como forma de contornar a grave crise do mercado de caminhões a Truckvan investiu na ampliação do seu portfólio de produtos e passou a oferecer carroçarias especiais para nichos específicos de aplicação. O primeiro modelo lançado a partir dessa estratégia foi um carro-forte para transporte de valores ou cargas preciosas. A empresa investiu R\$ 1 milhão no desenvolvimento dessa carroçaria que, além de ser mais leve e compacta, tem cabine avançada e oferece melhor ângulo de visão para o motorista.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Qualidade e parceria

Bosch



BOSCH
Tecnologia para a vida

Com presença constante nos prêmios da maioria das montadoras instaladas no Brasil a Bosch é uma das sistemistas que investe pesado em qualidade, tecnologia e inovação. Por conta dessa postura a empresa também tem sido citada com constância nas últimas edições do Prêmio AutoData. Por três anos consecutivos a Bosch ficou entre os primeiros quatro colocados do Ranking AutoData de Qualidade e Parceira sendo que, neste ano, ocupou a terceira colocação.

NGK



A postura da NGK de investir constantemente em qualidade, tanto de produção como de parceria com seus clientes, é incontestável. Justamente por ser amplamente premiada pelas montadoras a companhia integrou a lista dos quatro primeiros colocados do Ranking AutoData de Qualidade e Parceira nos três anos em que essa premiação existe, sendo que nos dois primeiros foi a primeira colocada. No ano passado a empresa atingiu a marca histórica de 2 bilhões de velas de ignição e de 200 milhões de cabos de ignição produzidos no Brasil.

Pirelli



A fabricante de pneus teve presença constante na maioria dos prêmios das montadoras principalmente ao longo dos dois últimos anos e, em 2015, ganhou o Prêmio AutoData na categoria exportação por meio de votação direta dos leitores da revista e da agência produzidas pela editora. A soma dessas performances levou a Pirelli a ocupar o primeiro lugar no Ranking AutoData de Parceira e Qualidade que foi fechado em julho último.

Schaeffler



A performance da Schaeffler em termos de qualidade e atendimento aos seus clientes também garantiu a presença da empresa entre as quatro principais colocadas do Ranking AutoData de Qualidade e Parceria nos três anos de existência da premiação. Este ano a empresa foi a quarta colocada desse ranking, que leva em conta os prêmios concedidos por montadoras, entidades de classe e pela própria Autodata.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Gestão

Audi



Ao retomar suas atividades produtivas no Brasil a Audi inaugurou também uma nova fase administrativa por aqui, inaugurando nova sede em São Paulo que prioriza maior interação dos seus funcionários. O novo escritório paulista abriga 150 colaboradores – mais do que o dobro do que tinha dois anos antes – e funciona de forma totalmente integrada, com várias inovações que têm por objetivo deixar claro que a Audi é uma empresa moderna, de mente aberta, com todos trabalhando satisfeitos com o que fazem.

Caoa Hyundai



O complexo de 10 mil m² na Zona Sul de São Paulo, batizado de Caoa Hyundai Premium Service e inaugurado no segundo semestre de 2015, completou mais de 20 mil atendimentos, dos quais 12,6 mil referentes a revisões. A operação já atingiu seu ponto de equilíbrio financeiro e alcançou 958 pontos no Índice de Satisfação do Cliente, dezessete acima da meta proposta pela Hyundai. A fórmula teve tanto sucesso que o grupo já estuda a implantação de outras unidades do gênero em regiões metropolitanas, incluindo Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre, além de uma segunda em São Paulo.

Ford Caminhões



A Ford Caminhões lançou um serviço inédito na área de pós-venda: o contrato de manutenção para caminhões usados. O programa passou a oferecer aos frotistas uma opção que, até então, estava disponível somente para os veículos 0 Km. Sua contratação pode ser feita com ou sem a inclusão de peças de desgaste natural e, assim como nos novos, envolve valores mensais predeterminados e atendimento em todo território nacional.

PSA



A estratégia implantada pela PSA nos últimos dois anos de fazer mais com menos deu certo e, no fechamento de 2015, a sua operação latino-americana voltou a operar no azul. A empresa definiu amplo programa de reestruturação mundial de suas atividades e a base brasileira está seguindo à risca todas as etapas que lhe foram atribuídas. Também como parte do plano a montadora encaminha programa de nacionalização de € 70 milhões na América Latina, dos quais € 50 milhões no Brasil. A meta desse trabalho é passar de 65% para 85% o índice de nacionalização dos produtos que fabrica em Porto Real, RJ, e em El Palomar, na Argentina.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Inovação Tecnológica

BorgWarner



Ao longo dos dois últimos anos a BorgWarner incrementou a produção de turbinas para automóveis e viu seus produtos equipando vários novos modelos fabricados no Brasil, principalmente nas categorias de menor potência de motorização. Além disso, passou a produzir em sua fábrica de Itatiba, SP, a embreagem viscosa eletrônica de velocidade variável, produto oferecido para o segmento de veículos comerciais extrapesados.

Ford



A tecnologia Ecobost, disponível nos motores de carros Ford na Europa e nos Estados Unidos desde 2010, finalmente desembarca no mercado brasileiro, equipando o New Fiesta 1.0 Ecobost. O motor, ao menos por enquanto, não será produzido no País e nem terá versão flex. Segundo a Ford, o volume de vendas esperado ainda não justifica investimento em linha local. A versão 1.0 escolhida para o Brasil tem 3 cilindros e alcança 125 cavalos, a mesma potência do atual Sigma 1.6 aspirado. Em outro sentido, agora da conectividade, a montadora está lançando o sistema Sync, que promete ser dez vezes mais rápido que o anterior que equipava os automóveis da marca.

Pirelli



A fabricante italiana já tem pronta a nacionalização de pneus Pirelli tipo run para atender a produção local de modelos de luxo. Os novos pneus, que serão fabricados na unidade de Feira de Santana, na Bahia, serão fornecidos inicialmente para a BMW e para a Mercedes-Benz e têm especificações diferenciadas para cada cliente.

Volvo



Entendendo que a parceria com seus clientes vai além da simples venda dos caminhões e ônibus, a Volvo passou a oferecer aos transportadores o Dynafleet, recurso embarcado nos veículos da marca que permite o gerenciamento da frota por meio de pilares como posicionamento de consumo e desempenho. Os dados obtidos são transformados em relatórios e, a partir deles, é possível encontrar-se soluções para as deficiências recorrentes nas rotas. O acesso às informações pode ser feito por computadores, tablets ou smartphones.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Exportador

CNH Industrial-Iveco



A Iveco é uma das montadoras que vêm buscando novas oportunidades para driblar a crise interna com a expansão de negócios em outros países, principalmente os da América Latina. Em 2015 a empresa registrou aumento de 53% em suas exportações, com o embarque de 3,3 mil unidades de modelos leves e pesados para mercados como Argentina, Chile, Colômbia, Paraguai e Uruguai.

PST

PST ELECTRONICS*

Como alternativa à queda de negócios no mercado brasileiro, a PST implantou estratégia comercial agressiva tanto no Brasil como na Argentina e reforçou a presença de seu aftermarket em toda a América Latina. Com isto conquistou o fornecimento de novos sensores para a Honda e para a Toyota, no Brasil, e de aparelhos de rádio para a Fiat, para a PSA e para a Iveco na Argentina. Os novos negócios, principalmente os referentes ao país vizinho, possibilitaram à PSA fechar 2015 com receita similar à obtida em 2014, de cerca de R\$ 500 milhões. Também no ano passado a empresa completou plano de investimentos de R\$ 150 milhões na região.

Scania



A Scania está se consolidando como a maior exportadora de caminhões e ônibus do setor. Suas exportações representam hoje 70% da produção de São Bernardo do Campo, SP, alta de 10% em relação a 2015. Com esta estratégia, a empresa exporta hoje para 26 países, incluindo Oriente Médio, Ásia e África do Sul. Esse movimento é possível graças ao sistema global de produção, que garante a oferta do mesmo produto em todo mundo e flexibilidade para a empresa direcionar seus volumes de acordo com a capacidade de cada planta e as condições de mercado. Para ampliar ainda mais seus negócios, está produzindo no Brasil caminhões como motor Euro 6, ainda não obrigatórios por aqui.

Volkswagen



Volkswagen

A montadora continua na posição de maior exportadora brasileira de veículos e, no final do ano passado, iniciou o embarque do VW up! fabricado em Taubaté, SP, para o México. Na ocasião a empresa já somava exportações de 20 mil unidades do modelo somente para a Argentina e para o Uruguai. Em 2015 a VW contabilizou crescimento de mais de 20% em suas exportações em relação ao ano anterior, alcançando volume próximo a 100 mil unidades.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



Veículo Automóvel

Audi A3



Divulgação/Audi

A versão sedã do C3, que começou a ser fabricada em São José dos Pinhais, PR, em meados do segundo semestre do ano passado, confirmou o retorno da marca Audi como montadora local. O modelo atingiu vendas de 2,7 mil unidades no acumulado de janeiro a julho, o que lhe garantiu participação de 3,36% no ranking nacional de sedãs médios, de acordo com dados da Fenabrade.

Chevrolet Onix



Divulgação/GM

Desde 2015 o Chevrolet Onix tornou-se o líder de vendas no mercado brasileiro, desbancando concorrentes com mais tradição de mercado. É um dos pilares da reestruturação de portfólio de produtos da General Motors no Brasil e ganhou nova versão em meados deste ano. No acumulado de janeiro a julho já foram emplacados mais de 80 mil Onix.

Fiat Mobi



Divulgação/Fiat

Modelo subcompacto que compartilha plataforma, conjunto mecânico e componentes com o Uno, o Mobi deu a medida justa do que a Fiat pretende para o segmento de entrada do mercado brasileiro: um veículo simples e, na medida do possível, barato o suficiente para chamar a atenção daqueles consumidores que, nos últimos dois anos, com a saída de linha do Mille, partiram para a concorrência e, até em maior grau, para os seminovos.

VW Golf Geração 7



Divulgação/VW

O Golf Geração 7 inaugurou nova fase da Volkswagen do Brasil, sendo o primeiro veículo da marca fabricado a partir do novo conceito de estratégia modular MQB, que permite compartilhar a base estrutural para o desenvolvimento de veículos de diferentes segmentos, gerando menor tempo de produção e custo mais competitivo. Para produzí-lo na fábrica de São José dos Pinhais, PR, a VW investiu em novos processos e sistemas de montagem.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

Veículo Comercial Leve

Fiat Toro



Divulgação/Fiat

Primeiro veículo da marca Fiat feito no Brasil fora da fábrica de Betim, MG, a picape Toro representou o início de um novo ciclo da marca no País, com proposta de renovação total do portfólio nos próximos três anos. Fabricada em Goiana, PE, chegou ao mercado em quatro versões com a proposta de conciliar o espaço interno e conforto de um SUV com uma capacidade de carga de até 1 tonelada.

Ford Ranger



Divulgação/Ford

O alvo da Ford com a nova Ranger é, principalmente, o agronegócio. O veículo passou a oferecer, desde suas versões básicas, vários itens de conforto disponíveis somente nos sedãs. Para atender às exigências mais rígidas do Inovar-Auto, a Ranger ganhou itens como direção elétrica e nova calibração da transmissão, que reduziram seu consumo de combustível em 15% em média.

Renault Duster Oroch



Divulgação/Renault

A picape da Renault derivada do utilitário Duster, equipada com cabine dupla e capacidade para cinco passageiros, chegou ao mercado brasileiro no final de 2015. Com a Duster Oroch a Renault criou no Brasil uma nova categoria de picapes, formada por modelos que ocupam faixa entre as compactas e as de médio porte.

Mercedes-Benz Vito



Divulgação/MBB

A Mercedes-Benz ampliou sua participação no segmento de vans e furgões médios com o lançamento do Vito, utilitário disponível tanto para o transporte de passageiros como de cargas. Desde sua versão mais simples, o modelo carrega ampla lista de equipamentos de série, especialmente aqueles relacionados à segurança.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

Veículo Caminhão

Ford Cargo TorqueShift

Divulgação/Ford



A Ford iniciou sua preparação para uma eventual retomada das vendas no mercado brasileiro e apresentou a nova linha Cargo com novas opções principalmente para o segmento de médios. Seis modelos passaram a ser equipados, inclusive, com caixa de transmissão automatizada TorqueShift, que foi desenvolvida em conjunto com a Eaton e oferece recursos como opção de trocas manuais, assistência de partida em rampa e função low para descidas.

Mercedes-Benz Actros

Divulgação/MBB



Em sua nova versão apresentada no final de 2015, o Mercedes-Benz Actros recebeu toda atenção da equipe de engenheiros do Brasil para ficar menos alemão e mais brasileiro, atendendo solicitações do mercado nacional, principalmente no segmento do agronegócio. Além de atualização em seu visual, o caminhão ganhou suspensão metálica, freios a tambor e maior ângulo de entrada, além de um novo motor que desenvolve 460 cv ou 510 cv, o mais potente da marca no Brasil.

VW Constellation 19.330 Titan

Divulgação/MAN



Uma das principais atrações da MAN no último ano foi a volta da opção Titan para o Constellation 19.330, um modelo que a montadora considera como sob medida para quem quer comprar um caminhão de baixo custo sem abrir mão de tecnologia, desempenho, qualidade e robustez. Com PBT de 45 toneladas, o modelo tem motor Cummins ISL de 330cv e pode ser equipado com transmissão manual ou automatizada, ambas da ZF.

Volvo FH 6x4

Divulgação/Volvo



A Volvo foi a única grande montadora presente da Fenatran de 2015 e seu principal lançamento foi o FH versão 6x4, equipado com inédito sistema suspensor do eixo. Ele permite que o segundo eixo motriz do cavalo-mecânico seja desativado e as rodas elevadas, fazendo com que o veículo passe a rodar como um 4x2. O recurso é especialmente vantajoso quando o caminhão estiver descarregado ou com pouca carga, pois proporciona substancial economia com combustível e pneus, além de tornar mais fácil as manobras em espaços restritos.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

Veículo Ônibus

Iveco GranClass 150S21



Divulgação/Iveco

Por meio da sua marca Iveco Bus, a montadora deu mais um passo para consolidar sua presença no mercado de ônibus no Brasil com o lançamento do modelo GranClass 150S21, um micrônibus com capacidade para 15 toneladas destinado a aplicações rurais e que foi especialmente projetado para atender ao programa Caminho da Escola.

Volare Cinco



Divulgação/Volare

A Volare passou a ser oficialmente fabricante de ônibus após a apresentação oficial, no início deste ano, do modelo batizado de Cinco, projeto que consumiu investimentos da ordem de R\$ 100 milhões. Trata-se de um micro-ônibus de conceito de desenvolvimento bastante incomum para o mercado brasileiro. O produto foi desenvolvido a partir da carroceria e não do chassi, que no caso é de 5 toneladas, podendo transportar de 13 a 20 passageiros.

Volksbus 8.160 OD Piso Baixo



Divulgação/MAN

A MAN apresentou seu primeiro veículo com configuração piso-baixo e suspensão pneumática. O modelo fez sua estreia com entregas para o programa Caminho da Escola e passou a ser oferecido também para vendas destinadas ao transporte de passageiros. Desenvolvido especialmente para vias urbanas de difícil circulação, tem entre-eixos de 5 m e possibilita a construção de carroçarias de mais de 7,7 m, com opção de portas em ambos os lados e acomodação de até 3 boxes para cadeirantes.

Volvo B310R



Divulgação/Volvo

Confiante no potencial do mercado brasileiro a Volvo apresentou o novo modelo B310R, destinado a aplicações rodoviárias que vão desde fretamento até viagens interestaduais de média distância. O novo chassi tem configuração 4x2 e é equipado com motor de 310 cv de potência.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.



RHODIA
SOLVAY GROUP

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com

Personalidade do Ano



Divulgação/PSA



Símao Salomão



Divulgação/Hyundai



Símao Salomão

Carlos Gomes

O presidente da PSA, Carlos Gomes, liderou o trabalho de reestruturação da atividade do grupo na América Latina e reconduziu a empresa ao caminho da competitividade na região. No País desde julho de 2010, o executivo preside as operações do grupo no Brasil e América Latina. Nascido em Portugal, Carlos Gomes entrou no setor automotivo em 1988, na Citroën, em sua terra natal. Passou depois pela Renault e Fiat até assumir seu atual cargo.

Philipp Schiemer

No ano em que a Mercedes-Benz do Brasil comemora seus 60 anos de atividades no País, o presidente da empresa, Philipp Schiemer, mostrou coragem em demonstrar seus pontos de vista a respeito do atual momento político e econômico do Brasil e encaminhar processo de reestruturação da companhia para enfrentar a atual crise e deixar a companhia cada vez mais competitiva.

William Lee

Na presidência da Hyundai do Brasil desde janeiro de 2014, William Lee lidera o processo de desenvolvimento local da montadora que, ano após ano, vem ganhando espaço no mercado brasileiro. Antes de assumir o atual cargo, o executivo sul-coreano era o vice-presidente sênior de operações internacionais da Hyundai Motor Company, já envolvido no projeto de expansão além-mar da companhia. Durante sua gestão, a marca comemorou a venda de mais de 300 mil unidades do compacto HB20 no mercado nacional.

Steve St. Ângelo

A Toyota caminha a passos largos para ser em futuro breve uma das marcas mais admiradas do Brasil e da América Latina. Como CEO para América Latina e Caribe da Toyota, Steve St. Ângelo vem atuando de forma decisiva para o desempenho favorável da marca na região e, principalmente, no Brasil. No cargo desde março de 2013.

O Grupo Solvay é o principal patrocinador do Solar Impulse, o primeiro avião a voar e dar a volta ao mundo movido a energia solar.

Saiba mais sobre esta inovação em: www.rhodia.com.br • www.solarimpulse.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

Gente & Negócios

Assumpção Jr.

Alarico Assumpção Júnior, presidente da Fenabrade, assume a presidência da Aladda – Associação Latino-Americana de Distribuidores de Automotores. Ele assumiu o cargo para o biênio 2016-2018 em cerimônia realizada em agosto durante o Congresso Fenabrade, em São Paulo.

Schaefer

O alemão Peter Schaefer é o novo diretor de Qualidade Assegurada da Volkswagen do Brasil. O executivo, de 52 anos, responde ao presidente e CEO da montadora David Powels.



Divulgação/VW

Gillet

Vicent Gillet é o novo vice-presidente de marketing internacional da Hertz Global Holdings. Será responsável pela Europa, Oriente Médio, África, Ásia e América Latina.



Divulgação/Hertz

Mouro

Jean Mouro assume a direção de operações de desenvolvimento, estilo, industrial, logística e compras no comitê de direção do Grupo PSA na América Latina.



Divulgação/Grupo PSA

Tavares

Responsável pelas divisões de peças genuínas DAF e Paccar e de peças multimarcas TRP, Carlos Alberto Tavares é o novo diretor da Paccar Parts no Brasil. Ele se reporta a Frank van Den Dungen, diretor geral da Paccar Parts na Europa, e integra o quadro executivo da DAF Caminhões no Brasil.

30 mil

A Case Construction Equipment lança campanha para celebrar o marco de 30 mil retroescavadeiras vendidas no País, desde 1968, quando começaram a desembarcar as primeiras máquinas. Além de anúncios na TV, no rádio, na imprensa e nas mídias sociais com depoimento de clientes, a empresa escolheu a Expointer 2016 para comemorar, de 27 de agosto a 4 de setembro, em Esteio, RS. Também criou o hotsite www.casece.com.br/30milretros.

Em Campinas

A Stuttgart inaugura a primeira concessionária Porsche de Campinas, SP. A loja, segundo a empresa, é a mais recente etapa cumprida na expansão da rede da marca no País. A Stuttgart Campinas atenderá grupo expressivo de clientes que antes precisava se deslocar até São Paulo para ser atendido.



Divulgação/Mini

Nova geração

A nova geração do MINI Cabrio acaba de fazer sua estreia no Brasil repleta de novidades. Dentre os aprimoramentos em relação à geração anterior o conversível tem capota elétrica e novo motor 2.0 TwinPower Turbo, de quatro cilindros e 192 cavalos de potência. Lançado na Europa em fevereiro deste ano, o modelo já está disponível nas concessionárias da marca em todo o País na versão exclusiva MINI Cooper S Cabrio, pelo preço sugerido de R\$ 164.950.

**PESQUISA, INOVAÇÃO, TRADIÇÃO E SINERGIA.
CNH INDUSTRIAL É FINALISTA EM 5 CATEGORIAS
DO PRÊMIO AUTODATA 2016.**



Vote nas marcas da CNH Industrial | Para mais informações, acesse o site www.autodata.com.br.

AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA



Divulgação/Volare

Exportação 4x4

A Volare entrega duas unidades do seu modelo Executivo 4x4 para a Fetrans, operadora de Angola, na costa Ocidental da África.

Os ônibus serão utilizados para interligar a Capital Luanda às regiões de difícil acesso, locais nos quais o transporte convencional não consegue alcançar. O sistema de transmissão possui opção de 4x2, 4x4 integral e 4x4 reduzida.

Em Araraquara

A RG Log inaugura unidade em Araraquara, SP, onde encontra oportunidades nas áreas do agronegócio e da manufatura. Uma aposta da empresa para atuar na logística de insumos e produtos acabados. Próximo da rodovia Washington Luís, o local tem escritório de 100 m² e pátio de 5 mil m². A operação irá gerar em torno de 250 empregos e incrementar em 30% o faturamento da companhia.

Novos sensores

A PST Electronics expande seus fornecimentos para a Toyota, agora com os sensores de estacionamento da nova versão do Etios, a Platinum, hatch e sedã. O equipamento é ligado automaticamente quando se engata a marcha à ré e emite beeps cujo volume cresce à medida que o carro se aproxima de algum objeto.

1,1 milhão

A Audi apura crescimento em vendas em todas as regiões em que atua. Em julho a empresa entregou 149,4 mil unidades em todo o mundo, aumento de 2,3% sobre julho de 2015. No acumulado do ano as vendas globais somaram 1,1 milhão de veículos, alta de 5,2% na comparação com o mesmo período do ano passado.

Vitória da Conquista

A Tiper, empresa recupadora de pneus, ganhou mais uma concessionária, a Novo Paraíso Recapagens, de Vitória da Conquista, BA. Para recapar pneus da própria frota e atender transportadores da região a casa recebeu o Centro Tipler de Serviços. Tudo de acordo com as normas do Inmetro e selo de garantia de segurança.

Expansão

O Consórcio Mercedes-Benz para caminhões e veículos comerciais leves vive período de expansão, informa a empresa, que vendeu 1,3 mil cotas em dez meses. Novecentas delas referem-se a três grupos lançados em outubro e encerrados em junho, e as restantes são de três grupos abertos recentemente. Seminovos da SelecTrucks também podem ser adquiridos por meio do consórcio.

Recarga

Parceria da BMW Brasil com a Ipiranga visa à instalação de pontos de recarga para veículos BMW elétricos e híbridos nos postos da rede de distribuição de combustíveis. Os pontos de recarga são operados pelos novos dispositivos BMW i Wallbox Pro. A primeiro ponto foi instalado na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, RJ.

A Iveco tem inovação, potência, excelência. Agora só falta o seu voto.



Veículo Ônibus

Iveco GranClass 150S21 | Volare Cinco | Volksbus 8.160 OD Piso Baixo | Volvo B310R

Montadora de Veículos Comerciais

DAF | Iveco | MAN | Mercedes-Benz

Exportador

Iveco | PST | Scania | Volkswagen



VOTE NA IVECO, INDICADA EM TRÊS CATEGORIAS NO PRÊMIO AUTODATA.
SAIBA COMO VOTAR EM WWW.AUTODATA.COM.BR

IVECO
CARREGADA DE POTÊNCIA.



www.iveco.com.br
CENTRO DE ATENÇÃO AO CLIENTE
0800 702 3443

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Financie seu Iveco pelo
Banco CNH Industrial.

CNH
INDUSTRIAL | CAPITAL

80 milhões

A unidade Powertrain do grupo Magneti Marelli acaba de atingir o número de 80 milhões de bicos injetores produzidos para o setor automotivo brasileiro. Pioneira no fornecimento do sistema flex, batizado de SFS, a empresa também se consagrou como a primeira sistemista a montar uma linha de produção de bicos injetores com tecnologia específica para atender aos modelos equipados com sistema bicompostível, conhecidos como Pico Eco.

Certificada

A fábrica da Jaguar Land Rover de Itatiaia, RJ, recebe a certificação ISO 9001:2008, que atesta o atendimento dos requisitos do SQG, Sistema de Gestão da Qualidade, serviços e produtos. A avaliação foi feita pela VCA, Vehicle Certification Agency.

Mais dois anos

Incialmente prevista para durar dois anos, a Ford resolveu estender para quatro o tempo de produção do novo GT. A decisão visa adequar a oferta ao número de inscritos na pré-venda do modelo, muito acima da capacidade prevista para o esportivo. Segundo a Ford, 7 mil interessados se inscreveram em abril passado para a compra da programação inicial de 500 unidades. O terceiro ano de produção será destinado aos candidatos que ficaram na lista de espera. Os clientes inicialmente não selecionados ou que perderam o prazo de inscrição serão atendidos no ano quarto de produção. Carroceria e rodas de fibra de carbono, motor V6 EcoBoost com mais de 600 cv, suspensão ajustável, freios de carbonocerâmica e painel totalmente digital e configurável são algumas das novidades do superesportivo.

Sob medida

A Estre Ambiental, uma das maiores empresas de coleta de resíduos do Brasil, acaba de adquirir trinta caminhões Volkswagen. Os modelos Constellation 25.420 e Compactor Worker 17.230 e 17.280 operam em Aracaju, SE. Os dez novos modelos Constellation 25.420 deverão rodar em média 7 mil quilômetros/mês. Os cavalos-mecânicos são utilizados para fazer o transbordo dos resíduos. Já os vinte veículos da linha Constellation e Worker chegarão a cerca de 3,5 mil quilômetros/mês. São veículos desenvolvidos sob medida para a aplicação, que fazem parte da linha de modelos vocacionais Compactor.

Zero Resíduo

A Eaton de Mogi Mirim, SP, alcança o importante marco de Zero Resíduos para Aterro Sanitário.



Divulgação/MAN

Portfólio ampliado

A MAN Latin America amplia seu portfólio de caminhões dotados de transmissão totalmente automática para uso em situações severas, como na construção civil. O caminhão que agora recebeu a transmissão Allison totalmente automática foi o Volkswagen 26.280 6x4 Constructor. Há mais Allison para modelos Constellation 17.330 e 17.280, destinados ao combate de incêndios, e para o Constellation 17.280 utilizado na coleta de resíduos.

//CONGRESSO PERSPECTIVAS

2017//

OS NOVOS PARÂMETROS DE VENDAS,
PRODUÇÃO E EXPORTAÇÃO.

ESTABILIDADE? MAIS QUEDA?
INÍCIO DA RETOMADA?

17 E 18 • OUTUBRO • 2016

AMCHAM BUSINESS CENTER
RUA DA PAZ, 1431 - SÃO PAULO, SP

AS GRANDES QUESTÕES DO SETOR AUTOMOTIVO EM PROFUNDIDADE PELOS PRESIDENTES
E PRINCIPAIS EXECUTIVOS DAS MONTADORAS, EMPRESAS SISTEMISTAS, PRODUTORES DE
COMPONENTES E ENTIDADES DE CLASSE.

INSCRIÇÕES: 11 5189-8900 | WWW.AUTODATA.COM.BR

PATROCÍNIO DIAMANTE



Lubrificantes



PATROCÍNIO OURO



PATROCÍNIO PRATA



APOIO

INVESTIMENTO

DE 01/09/2016 ATÉ 30/09/2016

R\$3.982,00 (2 DIAS) | R\$2.636,00 (1 DIA)

DE 01/10/2016 ATÉ 16/10/2016

R\$4.191,00 (2 DIAS) | R\$2.774,00 (1 DIA)

REALIZAÇÃO:

AutoData
Editora

Parcerias para a mobilidade do futuro

O crescimento contínuo dos grandes centros urbanos lança desafios importantes para o setor da mobilidade, seja de passageiros ou de cargas, em todos os modais. Tais desafios evidenciam um conflito basilar entre o número vertiginosamente crescente de usuários com necessidade de transporte cada vez mais veloz e a sustentabilidade do sistema, além da preservação do meio ambiente. Nos mercados asiático, europeu e norte-americano esse cenário de alta complexidade tem impelido empresas, centros de pesquisa, universidades e autoridades à busca de ações conjuntas e coordenadas para soluções não apenas tecnológicas, mas que incluem especialmente legislação.

Essa é uma tendência irreversível,

com soluções específicas para cada região. Em Bangkok, por exemplo, há investimento massivo na ampliação das redes de trens urbanos e metrôs, enquanto em Frankfurt e Viena os planos são para o desenvolvimento da integração de veículos por redes digitais inteligentes, que, com a introdução da condução autônoma, permite a melhoria dos fluxos.

Esses exemplos mostram que não há uma solução padrão para todos os países e cada um tem que desenvolver suas propostas mais eficientes.

Dentro desse escopo sobressaem como parte da solução para a mobilidade itens de segurança e conforto, frequentes na cesta das novas necessidades dos usuários de transporte, tanto público quanto individual. Há

vários exemplos de tecnologias antes restritas a veículos do segmento de luxo, hoje aplicadas em todos os segmentos, como controle de estabilidade e de tração, dentre outros.

Áreas importantes de inovação tecnológica surgem ainda no desenvolvimento de modelos de gerenciamento dos vários modais de transporte, na interconexão entre o transporte individual e de massas, e na complexidade dos algoritmos e softwares de gerenciamento tanto dos veículos como da malha viária.

No caso do Brasil, exceto por algumas iniciativas pontuais em algumas cidades de uso de carro compartilhado, estamos longe de termos uma estratégia em âmbito nacional. Temos que pensar em criar grupos de trabalho integrados rapidamente. Um bom começo seria entregar as linhas de metrô, que estão atrasadas na maioria das cidades. É inconcebível no mundo atual que cidades do porte de Curitiba e Campinas não tenham nenhuma linha de metrô. Fica difícil falar em integrar algo que não existe.

O lado bom é que as oportunidades existem, estão aí. O conceito de veículo autônomo faz parte da solução, tanto no que afeta conforto e segurança como no que implica em melhoria do tráfego. As empresas do setor têm atualmente suas áreas de pesquisa e inovação totalmente dedicadas ao desenvolvimento e aperfeiçoamento de tecnologias para atender a essas demandas.

AD

Jomar Napoleão | engenheiro responsável pelo Painel Engenheiros-chefes do 25º Congresso SAE Brasil



Soluções de Gerenciamento de Dados Continental

Carro-Motorista-Pista

A ligação entre eles, deixe com a gente.

Não é apenas o que acontece dentro do carro que influencia a experiência de dirigir. Por isso, a Divisão Interior da Continental desenvolve soluções de interface que garantem as informações mais relevantes para uma direção confortável e segura.

Direção inteligente é Continental.
Saiba mais em continental-automotive.com.br

CIVIC 10
GERAÇÃO

Aero & Cia.

Dez gerações de pura tecnologia

Parabéns **Honda!**

Este será mais um de seus grandes sucessos.

Reduz a velocidade, preserve a vida

Scórpios

Rua Platina, 100 | 09550-630 | São Caetano do Sul - SP

¹¹ 4224 9600 | www.scorpions.com.br