

AutoData

Ano 23 | Novembro 2014 | Edição 303



Em breve

A indústria automotiva brasileira não tirou o pé do acelerador. Recheado de novidades, o Salão do Automóvel antecipou modelos Made in Brazil que chegam às ruas no primeiro trimestre de 2015, dentre os quais os SUVs Peugeot 2008, Jeep Renegade e Honda HR-V

From the Top
Marco Davila

Compactos
Mais sofisticados

Volvo
Renovação da linha

TRANSFORMAMOS O 1º LUGAR DO PÓDIO EM ESTACIONAMENTO.

LEASING E FINANCIAMENTO

Na cidade somos todos pedestres



0800 011 8088

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

CITROËN C3



MENOR CUSTO DE REPARO
DA CATEGORIA COMPACTO
(2011/12/13)

CITROËN C3 PICASSO



MELHOR CARRO DO ANO.
REVISTA MOTOR SHOW



MENOR CUSTO DE REPARO DA
CATEGORIA MINIVAN PREMIUM
(2011/12/13)

CITROËN C4 LOUNGE



MOTOR
INTERNACIONAL
DO ANO PELA
ENGINE OF THE YEAR
TECHNOLOGY
INTERNATIONAL
MAGAZINE.



MELHOR CARRO
NACIONAL. REVISTA
CAR MAGAZINE

carro

MELHOR SEDAN NO
COMPARATIVO DA
REVISTA CARRO



MELHOR SEDAN DO
BRASIL. REVISTA CAR
AND DRIVER

REVISTA
**QUATRO
RODAS**

MELHOR SEDAN NO
COMPARATIVO DA
REVISTA QUATRO RODAS



MELHOR COMPRA DO ANO
ATÉ R\$ 100.000.
REVISTA QUATRO RODAS



CITROËN

34 | Capa

As vendas de veículos em baixa parecem não ser cenário que tire o ânimo das fabricantes. Pelo menos foi o que mostrou o Salão do Automóvel de São Paulo. Por lá estiveram os próximos lançamentos de modelos completamente inéditos. Só no primeiro trimestre chegam o Jeep Renegade, Peugeot 2008 e Honda HR-V.



Divulgação/Salão do Automóvel 2014

22 | Produção

A BMW iniciou produção do Série 3 em Araquari, SC. A unidade ainda fará X1, Série 1, X3 e Mini Countryman.

24 | Lançamento

Volvo faz a maior renovação de sua linha de caminhões no Brasil

28 | Mercado

Carro compacto pelado já é artigo do passado. Ele agora vem recheado de conteúdo e tecnologia desde o modelo de entrada.

40 | Internacional

No Salão de Paris a indústria optou por mostrar mais do que pretende no futuro em detrimento do presente

44 | Top Supplier

Ford premia fornecedores da América do Sul em evento realizado pela primeira vez na Argentina

46 | Congresso AutoData

Unânime a avaliação de que o ano que vem será de estabilidade, mas a aposta ainda é de um mercado de 4,5 milhões a 5 milhões de veículos em 2018

52 | Legislação

No Brasil há várias regulações para definir o VUC. A falta de padrão aumenta as opções de fábrica, mas torna mais complexa a sua produção.

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

12 | From the Top

Marco Davila, da DAF Brasil

56 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

58 | Artigo

Felipe Madeira

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

Conselho Editorial

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

Redação

Vicente Alessi, filho, diretor, George Guimarães, diretor adjunto, Márcio Stéfani, editor, S Stéfani, editor de Compatibilização de Conteúdo, Alzira Rodrigues, editora chefe, Décio Costa, editor executivo, Marcos Rozen, editor executivo, André Barros, Michele Loureiro, Viviane Biondo, Roberto Hunoff, sucursal de Caxias do Sul, RS, repórteres da Agência AutoData de Notícias

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: Peugeot/FCA/Honda

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Gustavo Pereira

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

Departamento de Negócios

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

Comercial e Publicidade

Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Renata M Dias, Rosa Damiano, Carolina Zanini, sucursal de Caxias do Sul, RS, executivos de contas, Adenilson Aparecido da Silva, auxiliar de marketing

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

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

Apoio

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

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISN 1415-7756

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



Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPEP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/autodata



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Que volte a confiança

Talvez pelo clima de festa do Salão do Automóvel ou, mais provavelmente, pelo fato de ter passado o conturbado período pré-eleitoral, certo é que deu para sentir um pouco mais de otimismo nos discursos dos dirigentes do setor durante a pré-abertura do principal evento da indústria automotiva brasileira. Nada diretamente a ver com o resultado final do pleito, mas com a perspectiva de o País voltar ao normal como disseram alguns executivos.

Os presidentes de duas das maiores montadoras do País, Thomas Schmall [VW] e Cledorvino Belini [FCA], admitiram que o início da retomada — antes previsto para 2016 — pode se dar já a partir do ano que vem, mesmo que de forma tímida. Principalmente, argumentou Schmall, se houver melhoria nas condições de crédito para os consumidores de veículos.

O que ficou claro na maioria das entrevistas é que a expectativa agora gira em torno de medidas que restabeleçam a confiança do brasileiro na economia, item essencial para estimular o consumo. Belini foi objetivo em seu discurso para uma plateia de jornalistas: “Esperamos que o novo governo consiga restaurar a unidade e o otimismo no nosso País. Desejamos sucesso no combate à inflação e na retomada do desenvolvimento econômico”.

De concreto, o que vemos, é que até o momento ninguém suspendeu investimento em novas linhas ou fábricas. Bem o contrário. Como retratado em nossa reportagem de capa já no primeiro trimestre de 2015 chegarão três novos SUVs nacionais, um dos quais o Jeep Renegade, que abre novo polo produtivo no País. E vários outros lançamentos de modelos Made in Brazil estão programados até o início de 2016.

AD

Alzira Rodrigues | editora chefe

alzira@autodata.com.br

NOVO IVECO

TECTOR ECONOMY

**SATISFAÇÃO**

9 em cada 10 pessoas que testam o Tector aprovam*.

**ECONOMIA**

O menor consumo de combustível e o menor custo** de manutenção preventiva do segmento.

**VERSATILIDADE**

Além da nova versão de 15 toneladas, a família Tector também dispõe das versões de 17, 23 e 26 toneladas.



CENTRO DE ATENÇÃO AO CLIENTE 0800 702 3443

Na cidade somos todos pedestres.

*Resultado baseado na pesquisa realizada com participantes do Tech Drive Tector. **Informação baseada na pesquisa realizada pela empresa independente Netz Engenharia Automotiva Ltda., em abril de 2014, considerando 3 anos de manutenções programadas do Tector (4x2, 6x2 e 6x4) diante dos principais concorrentes.

TEM 15 TONELADAS, MAS CABE NO SEU BOLSO.

NOVO IVECO TECTOR ECONOMY 150E21.

- Novo motor FPT N45 com 4 cilindros: a maior potência, o maior torque e o menor consumo de combustível do segmento 15 toneladas.
- Transmissão de 6 marchas com acionamento a cabo: conforto e precisão nas trocas de marchas.
- Suspensão da cabine com molas: elevada capacidade de absorção de impacto e vibrações.

Powered by **FPT**
POWERTRAIN TECHNOLOGIES



Congresso SAE

O 23º Congresso e Mostra Internacionais SAE Brasil de Tecnologia da Mobilidade contou com a participação de 63 empresas expositoras, dezessete painéis de debates e 144 papers apresentados nas sessões técnicas. Roberto Cortes, presidente da MAN Latin America, será o presidente da edição do ano que vem.

Aisin

A Aisin desembolsa R\$ 140 milhões em fábrica em Itu, SP, e ingressará em novo segmento no País: componentes para motor. A futura unidade poderá produzir até 220 mil peças por ano e contará com fundição injetada de alumínio, revela Takeshi Osada, presidente da Aisin no Brasil.

Cartão de visita

Componentes de sistema start-stop foram destaque no estande da Schaeffler no 23º Congresso SAE Brasil. A empresa pretende nacionalizar vários deles.

Plástico

Um automóvel brasileiro carrega hoje, em média, 45 quilos de componentes plásticos, mas de acordo com a Braskem este índice deve saltar a sessenta quilos nos próximos três anos. Na Europa a média é de 110 quilos por automóvel.

De fora

Para Silvia Barcik, gerente de relações institucionais e governamentais de veículos elétricos da Renault, a não inclusão dos modelos plug-in na lista da desoneração do imposto de importação da Camex que beneficiou os híbridos foi inesperada. Mas, diz, as negociações continuam.

100%

A Mahle Metal Leve avalia a aquisição da totalidade da fábrica da Behr em Arujá, SP. Em maio de 2013 o Grupo Mahle se tornou acionista majoritário da Behr no mundo, com 51% de participação.



Divulgação/Volvo

Nilsson aqui

Roger Alm deixará a presidência do Grupo Volvo na América Latina no fim deste ano. Ele retornará à matriz, na Suécia, e será substituído por Claes Nilsson, atual presidente da divisão Volvo Caminhões lá. Nilsson ganhou notoriedade global no ano passado ao participar de campanha publicitária de lançamento do caminhão FMX, quando ficou pendurado em um cabo a dezenas de metros de altura, sem proteção, para comprovar a resistência do veículo.

Irrisório

Se 10% da frota brasileira fossem de modelos elétricos, o aumento do consumo seria de meros 0,3%, menos do que o acréscimo de demanda anual causado por maior quantidade de eletrodomésticos, diz estudo da Usina de Itaipu.

Atualizando

A Sabó investe US\$ 10 milhões na automação e modernização de suas linhas de produção brasileiras.

Setenta?

Cerca de 70% dos veículos novos vendidos no Brasil até 2017, considerando-se nacionais e importados, serão equipados com sistema start-stop, projeta o Grupo Moura, que se prepara para fornecer baterias EFB, compatíveis com o sistema, para a unidade fabril da Fiat em Goiana, PE.

Clientela

A produção local de modelos Audi, Mercedes-Benz e Jaguar Land Rover deve ampliar o fornecimento de laminados em alumínio pela Novelis, que, por isso, investirá para aumentar a produção local.

Extramuros

A Fiat constrói em Juiz de Fora, MG, mais um centro de distribuição de veículos. Em operação já no começo de 2015, receberá modelos importados e nacionais que seguirão para outros países, operações hoje realizadas dentro da fábrica de Betim.

Abrac

Jorge Ibrahim Khalil é o novo presidente do conselho deliberativo da Abrac, Associação Brasileira de Concessionários Chevrolet.

Off

Nacional

Desde setembro a Nissan vende versão mais completa do March 1.0 antigo batizada de Active e fabricada em Resende, RJ, onde vinha produzindo apenas a nova geração do compacto, o New March.

Teste

De acordo com fonte próxima à Nissan, o objetivo de um lote limitado foi testar a aceitação do modelo nacionalizado e, a depender do resultado, manter ou não a primeira geração em produção.

“É preciso arregaçar as mangas e fazer diferente

Lourenço Oricchio Jr. | diretor-geral da Sabó Américas

Identidade

Foi aprovado modelo único de placa para veículos novos vendidos na Argentina, Brasil, Paraguai, Venezuela e Uruguai. As identificações terão quatro letras e três números — formato AA 000 AA. São 450 milhões de combinações possíveis.

Identidade 2

Cronograma aprovado pelos cinco países estipula que em 2016 a nova placa estará em todos os veículos de carga e de transporte de passageiros vendidos, estendendo-se aos demais em 2018.

Troca

A futura produção do Prius em São Bernardo do Campo, SP, foi uma das cláusulas do acordo salarial da Toyota com o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC.

Pequenos

O crescimento das vendas de veículos em municípios com até 5 mil habitantes chegou a 142% em cinco anos, quase três vezes mais do que a média nacional.

Dana

O credenciamento do eixo diferencial para máquinas de construção no Finame Componentes, linha de crédito do BNDES, foi o primeiro de muitos desejados pela Dana

Mopar

A Mopar colhe bons frutos da união da Fiat com a Chrysler no Brasil. Em seu primeiro ano de vendas para modelos Fiat aqui já viu o faturamento médio por carro crescer 35%, de R\$ 194 para R\$ 261. A empresa já oferece 880 itens exclusivamente na rede de revendedores Fiat.

Consórcio

Fabricantes de máquinas de construção apostam no uso do sistema de consórcio para aumentar as vendas no mercado interno. Na Case a modalidade dobrará neste ano: em 2013 foram 180 cotas, até setembro de 2014 já eram 360.

Tinta

A Basf será fornecedora exclusiva de tintas para a fábrica da Chery em Jacareí, SP.

Mais Alimentos

A Anfavea e o Ministério do Desenvolvimento Agrário, MDA, assinaram acordo para extensão de acordo de cooperação envolvendo o Mais Alimentos até 2017, programa federal que respondeu por 80 mil tratores vendidos desde 2008

Ao lado

A Fastplas ergue unidade em Itatiaia, RJ. Lá fará pré-montagem de peças fornecidas para a MAN na vizinha Resende.

Protótipo

A Foton Caminhões apresentou protótipo do caminhão de 10 toneladas, o primeiro modelo que será produzido na fábrica de Guaíba, RS, a partir de 2016. A empresa contratou Alcides Cavalcanti para diretoria de pós-venda e clientes estratégicos.

Olho vivo



Divulgação/Iveco

Desde maio funcionários da linha de montagem da Iveco em Sete Lagoas, MG, utilizam o Google Glass como forma de auxílio às suas atividades. O projeto, ainda experimental, é pioneiro na indústria automotiva brasileira e objetiva maior agilidade de produção e redução de falhas de processo. É tudo muito simples: o funcionário visualiza no dispositivo imagens projetadas — em tamanho equivalente ao de uma TV de 27 polegadas — referentes a suas tarefas. O equipamento enumera as ações e ilustra os processos com fotos. Caso alguma dúvida persista o funcionário pode pedir ajuda ao dispositivo ótico, conectado à internet. São então exibidos filmes que pormenorizam ainda mais as etapas. Com isso não precisam buscar os manuais e especificações. A empresa calcula que o Google Glass reduz em até 20% o tempo dos processos.

O número

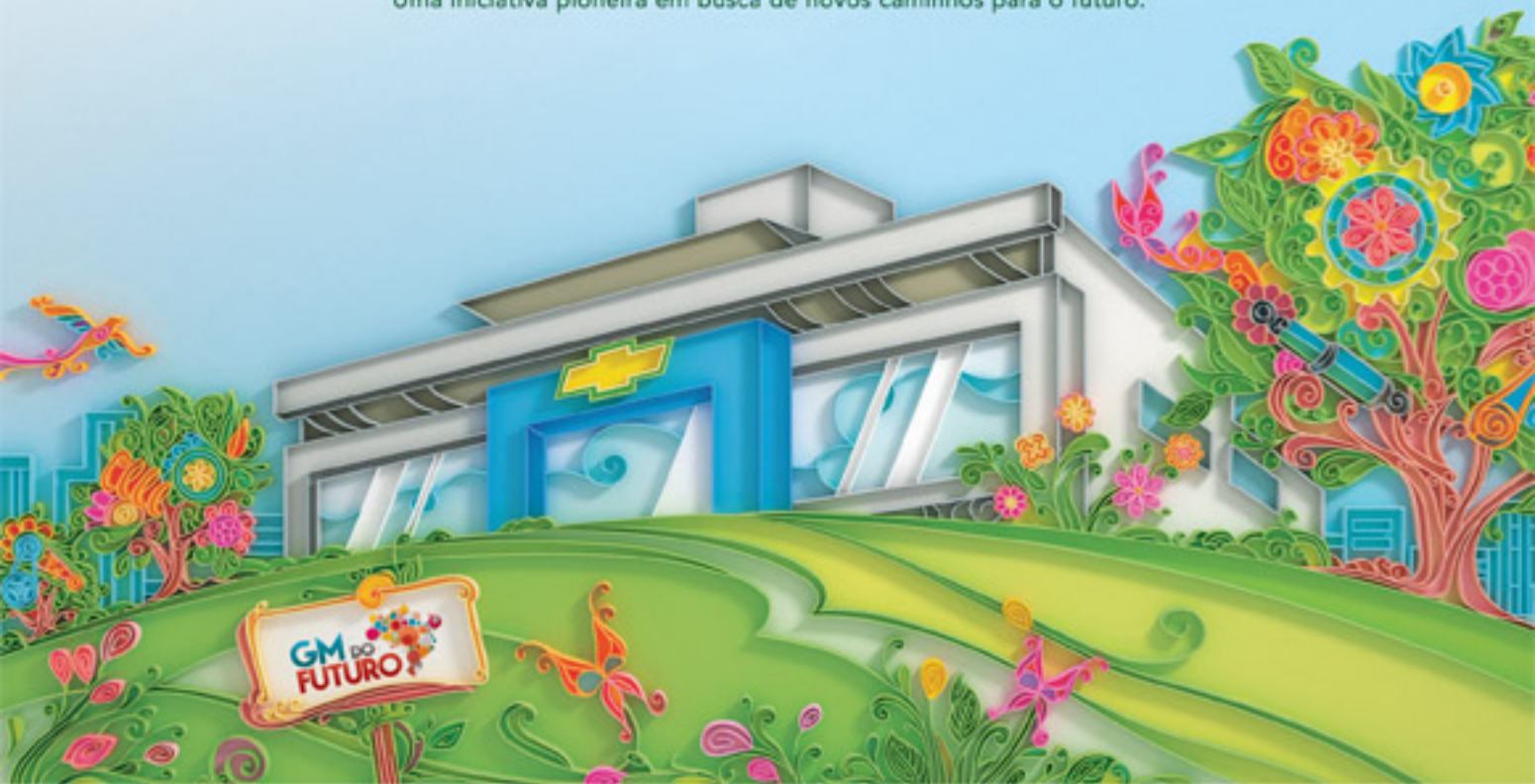
4

milhões de reais
representa o
investimento que
a Fiat fará em
seu complexo de
tratamento de
efluentes na fábrica
de Betim, MG.



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

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



From the Top

Comprometimento de longo prazo

Entrevista a Décio Costa | decio@autodata.com.br

Divulgação/DAF-Rodrigo Czekalski

A DAF Brasil acaba de completar um ano desde que iniciou atividades em sua fábrica de Ponta Grossa, PR. Não foi propriamente um período de bons resultados para dar fôlego a uma unidade que acaba de estreiar. No entanto o presidente da

companhia, Marco Davila, enxerga o lado do copo cheio, pois “foi um ano de aprendizado e de começar a apresentar a DAF ao mercado brasileiro. A DAF veio para ficar. Os US\$ 320 milhões investidos não são retóricos, mas realidade”. A produção da empresa

ainda segue em ritmo de estreante, ao passo de duas unidades por dia, mas tem nos planos conquistar seu primeiro 1% na categoria de pesados já no ano que vem, quando espera entregar aos concessionários por volta de 1 mil caminhões.

“ Trouxemos a Paccar Parts, que tem filosofia própria de distribuição de peças para manter os caminhões rodando **”**

A DAF não foi a primeira fabricante a chegar ao País com o objetivo de conquistar 10% do mercado de pesados. Porque 10%? Qual é a magia em torno desse percentual?

A Paccar veio para ficar. Os 10% são a primeira cifra de dois dígitos. É a fatia que a DAF pode ter como importante fabricante de caminhões no Brasil. Para concorrer com os principais fabricantes aqui, que têm mais de 10%, é necessário passar pelos 10%. Não falamos em 20% ou de ser o líder do mercado porque agora esse não é o momento da DAF. O momento da DAF agora é o de construir 10% do mercado. Estamos concentrados e focados nisso nos próximos anos. Quanto tempo? Cinco, seis, sete anos para ter os 10% do mercado. É nisso que eu e toda a equipe acreditamos e no que estamos trabalhando longas horas, todos os dias da semana e pelos próximos anos.

Como a DAF construirá esses 10%? Qual será a estratégia?

Acredito muito em satisfação de compra. É um conceito universal e que funciona em todos os mercados, principalmente o técnico, como o

de caminhões. O importante é ter a habilidade de entender o que o mercado precisa para poder vender os veículos que produz e encaminhar todos os esforços para satisfazer o cliente. No negócio de caminhões no Brasil o cliente procura confiabilidade, um veículo que se mantenha rodando para proporcionar o melhor faturamento por quilômetro. Isso se consegue por meio de um caminhão robusto, confiável e de alta qualidade de montagem. Outro conceito importante é o pós-venda, a garantia de atendimento ao cliente.

Como será a operação nessa área?

O caminhão é uma ferramenta de trabalho, um bem que não pode ficar parado. Precisa-se então ter disponibilidade de peças e pessoal bem capacitado nas oficinas. Para isso trouxemos a Paccar Parts, um negócio independente da fabricação de caminhão, com sua própria filosofia de distribuição de peças para manter os caminhões rodando. A Paccar Parts é a encarregada de administrar todas as peças para a rede, tanto DAF quanto TRP [marca de peças genérica da Paccar Parts].



Com uma marca de peças independente está no plano da empresa que o concessionário também faça manutenção de caminhões que não sejam DAF?

Esse é outro aspecto: excelência em serviço. Criamos a DAF Academy para treinar nossos operários da fábrica e também vendedores de caminhões, pessoal de peças e técnicos de manutenção para as oficinas. Com isso garantimos padrão de vendas e pós-venda na rede. Gostamos muito que nossos concessionários recebam caminhões de outras marcas para fazer manutenção em suas oficinas. Quando visitamos concessionários cobramos deles o porquê de não ter ali caminhões de outras marcas. Isso

“Gostamos muito que nossos concessionários recebam caminhões de outras marcas para fazer manutenção em suas oficinas”

força os concessionários a serem mais profissionais e nos ajuda a nos manter mais perto dos clientes.

Mas por que um frotista ou caminhoneiro de outra marca levaria seu caminhão em uma concessionária DAF?

Os fabricantes têm controle sobre a manutenção de caminhões durante o período de garantia do produto, alguns estendem essa parceria por meio de contratos de manutenção. Mas, em geral, as marcas perdem o controle sobre o veículo depois desse período. Quem faz a manutenção depois? O cliente em sua oficina ou em mecânicas independentes, com muitas espalhadas por todos os cantos. Esse cliente é o que almejamos que esteja em nosso negócio, com a TRP e preparando nossos concessionários para concorrer com essas oficinas e com os distribuidores independentes de peças.

Como a empresa está mostrando ao mercado em geral que pode levar um caminhão de qualquer que seja a marca a uma concessionária DAF?

Não é apenas com publicidade, mas no contato individual, no boca a boca. É um trabalho de formiguinha. O concessionário forma uma força de venda especializada, cria uma base de dados com o tamanho e a idade da frota do cliente, uma radiografia, e então se oferece o serviço e as peças, com garantia superior e preço competitivo no que se oferece no mercado independente.

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

Briefing de Inovação da Indústria

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

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

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

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

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

Lançamento Previsível

Qualidade na Primeira Vez

Ramp-up Mais Rápido até o Volume

Custos Excedentes Reduzidos

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



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

Já é possível dimensionar o quanto este negócio representa na concessionária?

Ainda não porque estamos iniciando. É praticamente zero, introduzimos as primeiras quinze linhas de produtos há cerca de trinta dias. O concessionário ainda está conhecendo o projeto, treinando o pessoal. É um negócio de anos. A TRP não venderá milhões de reais em três meses. Não é assim. É preciso entrar nas frotas, testar e convencer pela satisfação do cliente. E a Paccar Parts introduzirá nos concessionários as linhas de produtos aos poucos. Não se pode chegar no concessionário com uma montanha de linhas de produtos, porque assim o matamos. Começamos com as primeiras quinze linhas, produtos de alta rotatividade como filtros, limpadores de para-brisa. E o mais interessante é que a maioria das frotas é multimarca, poucas têm na garagem somente produtos de um único fabricante.

Qual é o tamanho da rede DAF no País hoje?

Temos quinze grupos fechados. Cada grupo representa uma ou duas regiões do País. Chegamos ao País, mapeamos o território brasileiro em função de distâncias e potencial de venda e assim determinamos territórios. Esses territórios são suficientemente grandes para ser atrativo ao investidor, proporcionam em médio prazo potencial retorno do investimento em cada uma das lojas e controle de vendas, assim

os grupos ficam satisfeitos, sem intenção de invadir o território alheio, pois trabalham em uma região suficientemente grande para desenvolver. Daí, selecionamos os primeiros vinte pontos de vendas para o Brasil.

Essas vinte primeiras casas já estão em funcionamento?

Não estão todas completamente prontas, mas introduzimos escritórios temporários. Com projeto aprovado e terreno que obedeçam aos padrões DAF, instala-se uma loja, se não em frente, no mesmo terreno ou muito perto dele para que o mercado não tenha dúvidas a respeito do investimento. Até março ou abril todas estarão abertas de maneira definitiva. Agora estamos negociando a segunda onda de mais vinte lojas que trabalharão sob o mesmo conceito.

Qual seria o tamanho ideal da rede?

Estamos dimensionando cem lojas, pois dará boa cobertura de vendas e pós-vendas. Acho que em cinco ou seis anos chegaremos a isso. Vamos aos poucos porque também é necessário ter um equilíbrio entre o investimento da rede e seu retorno.

Como primeira fábrica DAF fora da Europa e baseada no principal mercado da América do Sul, a unidade no futuro não seria base exportadora para mercado onde a DAF já atua como Chile, Equador, Peru, Bolívia e Colômbia?



“Por enquanto o Brasil é nosso foco, por ser o maior mercado da América do Sul. Um foco estratégico.”



Por enquanto o foco da DAF na América do Sul é o Brasil, o maior mercado. Não adianta tentar olhar para muitos lados e depois perder o foco. O Brasil é um mercado complexo, que tem a concorrência de marcas prestigiadas e um comprador exigente. Decidimos introduzir a marca nos demais mercados com caminhões importados dos Estados Unidos e México e, quando a DAF Brasil ficar forte e estiver bem encaminhada, daí sim poderemos abastecer a região. A unidade brasileira sem dúvida é estratégica para o crescimento da DAF em toda a América do Sul.

O caminhão DAF ainda não está 100% adequado ao Finame, fundamental para vender caminhão no País. O que a DAF tem feito para apressar a nacionalização de seu produto? Tem planos de trazer o fornecedor para ficar mais próximo da fábrica?

Desde o início do projeto sabíamos que teríamos de ter conteúdo local. Cerca de 80% dos caminhões vendidos no Brasil têm o suporte do Finame. Por isso, uma das primeiras equipes criadas foi o departamento de compras, focado 100% em localizar o produto. O objetivo inicial era atingir 40% de conteúdo local. Para

chegar a isso precisávamos de uma série de desenvolvimentos não só em valor mas em peso também. Obtivemos o registro em outubro do ano passado com 53% de conteúdo local e com isso conseguimos que 90% do valor do caminhão fossem financiados. Esses 10% restantes não foram problema, porque o banco comercial exige, na maioria dos casos, uma entrada, que no ano passado era coincidentemente de 10%. Mas isso é temporário porque para o ano que vem, em junho ou julho, estaremos prontos para nos adequar aos 100%.

O que impede, na prática, que a DAF se beneficie plenamente do Finame?

O motor, principalmente. Apesar de bloco, cabeçote e virabrequim serem feitos aqui, pela Fundação Tupy, toda a produção é na Europa, o que faz com que o BNDES não reconheça como produto nacional.

Qual seria a escala de produção adequada para que a DAF introduzisse também uma operação de produção de motores aqui?

Precisaríamos de um volume bem maior de caminhões. Acho que seriam necessários mais de cem unidades por dia para valer a pena um investimento nessa área. Estamos olhando algumas alternativas para o motor, mas não posso falar delas agora. Decerto teremos uma saída diferente, porque uma unidade de motores é mais custosa, mais até que a fábrica de caminhões.

Só na fábrica de caminhões a DAF já aportou cerca de US\$ 200 milhões.

Em quanto tempo a companhia DAF espera ter o retorno do investimento?

É mais fácil dizer que o lucro deve começar a ocorrer em 2016. A amortização do investimento demanda mais tempo e virá com o passar dos anos.

O que a DAF espera para 2015?

Qual será sua produção?

A DAF deve encerrar o ano com produção em torno de 450 caminhões, dos quais 250 vendidos. O restante fica como inventário em nossa rede, mas 75% do estoque já tem cliente, está em processo de compra, que pode levar de sessenta a noventa dias. Só 25% dos caminhões estão em estoque para pronta entrega. Para nós 30% de estoque ainda é saudável, mais do que isso começa a ficar preocupante porque custa muito dinheiro para o concessionário. O ano que vem é de colocar o pé no mercado e para isso temos de conquistar o primeiro 1% de participação. Estamos calculando um mercado de pesados e semipesados de 90 mil unidades, o mesmo deste ano. Com a experiência de um ano e novas lojas se abrindo, achamos que vender 1 mil caminhões é uma conta conservadora.

Mas mesmo sendo uma projeção conservadora falta à empresa obter financiamento de 100% do Finame, um serviço financeiro da própria montadora, além de plano

de contrato de manutenção. Quais são os planos da DAF para esses produtos?

A criação de um banco próprio levaria de dezoito a 24 meses, pois são necessárias autorizações para a sua constituição. Para os níveis de vendas que estamos esperando para o ano que vem e o próximo ainda não precisamos do banco, que chegará no momento apropriado, quando vendermos de 3 mil a 4 mil caminhões por ano. Estamos também analisando algumas alternativas para operar por meio de um banco comercial com alguma flexibilidade, além de conversas com alguns consórcios. E planejamos introduzir contratos de reparação e manutenção no ano que vem. A equipe de pós-venda trabalha com várias opções para adequar o que já está disponível na concorrência. Queremos oferecer um produto competitivo.

Quando a DAF anunciou fábrica aqui o País vivia outra realidade, dispunha de mercado de caminhões vendedor. Como é, agora, a conversa com a matriz com o mercado brasileiro em baixa?

A Paccar é uma companhia muito preocupada em entender o negócio. Precisamos nos acostumar com as mudanças rápidas tão comuns no Brasil. 2014, mais do que produzir 450 caminhões, foi o instante de aprender com as várias mudanças. Para minha felicidade e de minha equipe a Paccar é comprometida com o investimento de longo prazo. **AD**

“ Para nossa felicidade, minha e de minha equipe, a Paccar é empresa comprometida com investimento de longo prazo ”

WORKSHOPS

TENDÊNCIAS SETORIAIS

AUTO DATA

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

MÁQUINAS
AGRÍCOLAS

CAMINHÕES

AUTOMÓVEIS E
COMERCIAIS LEVES

ÔNIBUS

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

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

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

25
de fevereiro

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

15H30/15H45 • COFFEE BREAK

15H45/16H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS MÁQUINAS
DE CONSTRUÇÃO,
MERCADO DOMÉSTICO
ROQUE REIS, DIRETOR CNH;
JOHN DEERE E AFRÂNIO CHUEIRE,
PRESIDENTE VOLVO CE.

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

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS
CAMINHÕES

13h30/14h15 • PALESTRA
AVANÇO TECNOLÓGICO
DOS CAMINHÕES
NILTON ROEDER, DIRETOR
DE ESTRATÉGICA DE CAMINHÕES
DA VOLVO LATIN AMERICA

27
de abril

14H15/15H00 • PAINEL
TENDÊNCIA MERCADO DOMÉSTICO
MAN – RICARDO ALOUCHE, VICE-
PRESIDENTE MAN; ROBERTO
LEONCINI, VICE-PRESIDENTE
MERCEDES-BENZ E GUY
RODRIGUEZ, DIRETOR GERAL
FORD CAMINHÕES

15H00/15H15 • COFFEE BREAK

15H15/16H00 • PAINEL
TENDÊNCIAS EXPORTAÇÕES
MAN E MERCEDES-BENZ

16H00/16H45 • PALESTRA
TENDÊNCIAS IMPLEMENTOS
ANFIR – ALCIDES BRAGA,
PRESIDENTE ANFIR E RANDON

16H45/17H30 • PALESTRA
VISÃO DO CLIENTE • EVOLUÇÃO
DA ATIVIDADE DO TRANSPORTE
NTC

*PROGRAMA SUJEITO A CONFIRMAÇÃO

INVESTIMENTO

POLÍTICA ESPECIAL DE DESCONTO PARA INSCRIÇÕES ATÉ
15/12/2014

DESCONTO PARA
INSCRIÇÕES EM

4 EVENTOS

40%
DE DESCONTO

R\$588,00 X 4 EVENTOS

R\$2.352,00

DESCONTO PARA
INSCRIÇÕES EM

3 EVENTOS

30%
DE DESCONTO

R\$686,00 X 3 EVENTOS

R\$2.058,00

DESCONTO PARA
INSCRIÇÕES EM

2 EVENTOS

20%
DE DESCONTO

R\$784,00 X 2 EVENTOS

R\$1.568,00

DESCONTO PARA
INSCRIÇÕES EM

1 EVENTOS

15%
DE DESCONTO

....

R\$833,00

* O DESCONTO É VÁLIDO PARA PAGAMENTO À VISTA

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS
AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES

14H00/14H45 • PAINEL
TENDÊNCIAS MERCADO
DOMÉSTICO
GM, FIAT E RENAULT

14H45/15H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS FINANCIAMENTO
DÉCIO CARBONARI, PRESIDENTE
ANEF E FLÁVIO MENEGHETTI,
PRESIDENTE FENABRAVE.

15H30/15H45 • COFFEE BREAK

15H45/16H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS SOFISTICAÇÃO
DO MERCADO BRASILEIRO

16H30/17H15 • PALESTRA
TENDÊNCIAS EXPORTAÇÕES
VOLKSWAGEN E FORD

25
de maio

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS
ÔNIBUS

14H00/14H45 • PAINEL
TENDÊNCIAS AVANÇO
TECNOLÓGICO DOS ÔNIBUS
MONTADORA E
ENCARROÇADORA

14H45/15H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS ÔNIBUS URBANOS
RICARDO ALOUCHE, VICE-
PRESIDENTE MAN; CAIO
E WALTER BARBOSA, DIRETOR
MERCEDES-BENZ

15H30/15H45 • COFFEE BREAK

15H45/16H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS ÔNIBUS
RODOVIÁRIOS
RICARDO ALOUCHE, VICE-
PRESIDENTE MAN; PAULO
CORSO, DIRETOR MARCOPOLO
E MERCEDES-BENZ

16H30/17H15 • PAINEL
TENDÊNCIAS EXPORTAÇÕES
ANFAVEA

29
de junho

*PROGRAMA SUJEITO A CONFIRMAÇÃO

INFORMAÇÕES

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

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ANTECIPADAS PELO TELEFONE
(11) 5189-8938/8940

OU PELO E-MAIL
SEMINARIOS@AUTODATA.COM.BR

AUTODATA Seminários **AUTODATA**

Haja licenças



Divulgação/BMW

Foram dez meses de construção, treinamento e burocracia. E, enfim, chega o BMW Série 3 made in Brazil.

André Barros, de Araquari, SC | andrebb@autodata.com.br

Ainda em regime produtivo semelhante ao CKD, com a montagem da carroceria na Alemanha, de onde chega com diversos outros componentes, o primeiro Série 3 made in Brazil saiu da fábrica catarinense da BMW em 30 de setembro, dentro do cronograma traçado pela empresa. Durante os últimos dez meses os executivos do grupo correram para construir os prédios, as estruturas, adquirir equipamentos, treinar os operários e conseguir todas as licenças — esta, talvez, a parte mais complicada.

“No começo eram cinquenta as licenças principais”, calcula o alemão Gerald Degen, diretor geral da fábrica de Araquari, diante de um telão que exibia imagem com algumas dessas licenças obtidas. Depois o executivo citou e agradeceu a mais de uma dezena de órgãos governamentais — dentre eles até a Funai, Fundação Nacional do Índio — “No fim da construção somamos mais de 150 licenças obtidas.”

Degen destaca que as obras ocorreram em um ano atípico, com diversos feriados, carnaval tardio e Copa do Mundo. O executivo lembrou outros percalços da construção, como a necessidade de mover uma torre de transmissão de energia 5 quilômetros adiante — “Mesmo assim o prazo foi cumprido.”

O presidente da BMW do Brasil, Arturo Piñeiro, afirmou que o fato de a inauguração da primeira fábrica brasileira de veículos premium pós Inovar-Auto ocorrer em momento de retração do mercado de veículos não influencia no projeto original.

“Ao decidirmos investir € 200 milhões no Brasil não olhamos apenas para o agora. Um investimento dessa grandeza tem olhos para o longo prazo, e as perspectivas são positivas.”

CINCO MODELOS — As linhas de Araquari têm capacidade para produzir até 32 mil unidades/ano, primeiramente para o mercado local. Depois do Série 3 virá o SUV X1, cuja produção deverá iniciar em novembro. Depois virão, ainda sem ordem definida, Série 1, X3 e Mini Countryman. Em 2015 a fábrica deverá produzir de 12 mil a 15 mil unidades, a depender do desempenho do mercado.

As perspectivas de Piñeiro não são as mais otimistas: “O mercado premium não crescerá no mesmo ritmo dos últimos anos, por causa da situação econômica, de muitas incertezas e da falta de confiança dos consumidores. Neste ano o segmento deverá chegar a 50 mil unidades, acima das 45 mil unidades do ano passado. Mas para 2015 esperamos um ano difícil”.

De todo modo o projeto da BMW brasileira seguirá intocado. Piñeiro projeta 18 mil unidades comercializadas este ano pelo grupo, acima das 17 mil do ano passado: “Atualmente temos 47 concessionárias e o objetivo é alcançar setenta pontos de vendas em 2017”.

Por enquanto apenas uma das linhas está em operação, com a produção do Série 3. A outra deverá começar a funcionar nas próximas semanas, produzindo o X1, ainda em ritmo de teste. Ambas são flexíveis, capazes de



A previsão é
produzir de 12 mil
a 15 mil veículos
de luxo no ano
que vem

produzir os cinco modelos escolhidos para serem nacionais: Série 3, X1, Série 1, X3 e Mini Countryman. A ordem dos três últimos ainda não foi definida, porém todos estarão em produção até o fim de 2015, com intervalo de três meses do início de um para o outro.

Os executivos da BMW garantem que os modelos produzidos em Araquari seguem exatamente o mesmo padrão daqueles europeus, estadunidenses e asiáticos — a única diferença são os motores flex. A linha é bem artesanal, com poucos robôs operando. Nesta primeira fase são 530 os funcionários da fábrica, número que deverá subir para 1,3 mil com a entrada em operação das áreas de estamparia, armação de carroceria e pintura, prevista para setembro do ano que vem. Todos foram treinados em Joinville, cidade vizinha a Araquari, onde uma réplica da linha de produção foi criada exclusivamente com esta finalidade. Segundo o diretor geral da fábrica, Gerald Degen, mais de sessenta automóveis foram montados e desmontados para que o padrão de qualidade exigido fosse alcançado.

De fornecedores brasileiros por enquanto chegam apenas os bancos, montados pela Lear, e partes do powertrain — motor BMW e transmissão ZF são importados, mas alguns componentes são brasileiros. Em espaço dentro do galpão, mas separados das linhas de montagem por uma parede, estão alocados funcionários da Benteler que montam os trens-de-força e os entregam ali mesmo para equipar os modelos de Araquari. **AD**

Maior renovação da história da Volvo

Márcio Stéfani, de Curitiba | redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/Volvo

O Brasil é muito importante no contexto mundial da Volvo. E ao apresentar em outubro sua nova linha F de caminhões pesados, formada pelos modelos FH, FM e FMX, a montadora faz a maior e mais importante atualização de seus produtos desde que começou a produzi-los no País na década de 70.

“É uma família de caminhões total-

mente nova que estamos agora trazendo para o Brasil”, diz Roger Alm, presidente da Volvo América Latina, ciente que os novos modelos que serão fabricados em Curitiba a partir de janeiro colocarão a marca sueca à frente da concorrência em termos de disponibilidade de novas tecnologias no curto prazo.

Na nova linha de caminhões tem

Fabricante atualiza toda a sua linha de produtos com destaque para o modelo FH, o mais sofisticado

especial destaque o FH, o mais sofisticado, que tem agora cabine mais espaçosa, a maior do mercado brasileiro de caminhões. Os novos modelos também tiveram sua dirigibilidade melhorada, assim como a visibilidade, garantindo ainda mais segurança, uma das marcas registradas da montadora.

Os novos FH trarão ao Brasil todas as novidades eletrônicas que estão sendo usadas hoje na Europa, além de motores de 420, 460, 500 ou 540 cv de potência, as configurações 4x2, 6x2, 6x4, 8x2 e 8x4 e capacidade de até 56 toneladas de PBTC.

Já o novo FM, que é um veículo um pouco mais simples, também chegará com interior renovado, nova arquitetura eletrônica e boas novidades em termos de motores, com nova opção de 380 cv de potência. Este modelo será oferecido nas configurações 4x2, 6x2 e 8x2 e capacidade de carga para até 65 toneladas de PBTC.

Além dos modelos FH e FM, a Volvo mostrará também a nova linha FMX, desenvolvida especialmente para transporte pesado em condições mais severas de operação.

O FMX recebeu motor de 540 cv, que se soma às já tradicionais potências de 370, 380, 420, 460 e 500 cv e também ganhou novas configurações de tração integral 4x4 e 6x6. Além disso, poderá ser equipado com uma versão da caixa eletrônica I-Shift configurada para operações off-road.

CONECTIVIDADE — Com a chegada da nova linha F ao Brasil, a Volvo aposta alto na onda de conectividade para

pautar seus negócios no futuro. Os novos caminhões chegarão ao mercado equipados com algumas das mais avançadas tecnologias de telemetria criadas para o transporte como o I-See, o Dynafleet, o My Truck e o Voar On, que trarão maior controle do desempenho do veículo e melhor rentabilidade na operação.

O I-See é um sistema que reconhece e registra em sua memória a topografia das estradas e as informações de dirigibilidade de cada caminho em particular. Este sistema permite buscar os dados do caminho e, automaticamente, controla as trocas de marcha, a aceleração e a frenagem do veículo, tornando mais eficiente o seu desempenho, principalmente no que se refere à economia de combustível.

Outra importante ferramenta eletrônica é o Dynafleet, que possibilita ao transportador obter relatórios de desempenho que mostram o perfil de cada veículo em particular e também da forma como o motorista está realizando sua condução.

Já o My Truck permite que tanto o motorista quanto o transportador tenham acesso no seu celular a informações importantes do veículo, tais como níveis de combustível, do Arla 32, do óleo do motor, do líquido de arrefecimento, etc. E finalmente, o Voar On, um serviço que pode trazer grande tranquilidade em termos de manutenção, vez que é, na verdade, uma evolução do sistema de diagnóstico eletrônico, que passa a fazer o serviço de forma automática.

A nova linha que chega agora ao

Brasil foi lançada pela Volvo na Europa no fim de 2012, envolvendo investimento de US\$ 3 bilhões. Foram seis anos de projeto, com 10 milhões de horas de engenharia e 1 mil simulações em computação gráfica. Também ao longo deste tempo foram rodados 18 milhões de quilômetros em testes de rodagem e realizados 25 testes destrutivos.

A Volvo não divulga o montante investido para a chegada da nova linha ao Brasil. Imagina-se, no entanto, que boa parte dos US\$ 500 milhões anunciados há dois anos para serem aplicados na fábrica de Curitiba foi destinada ao projeto.

A própria fábrica de Curitiba foi modernizada para receber os novos produtos, com a criação de uma nova linha de montagem de cabines, com 34 novos robôs destinados ao fechamento e solda e outros dezesseis para a pintura, além da criação de nova área de montagem final com mais duas estações também robotizadas.

A Volvo é hoje a líder do mercado brasileiro de caminhões pesados, com 21,1% de participação. As projeções da montadora indicam que as vendas deste tipo de produto chegarão a 90 mil unidades até dezembro, indicando vendas de mais de 18 mil unidades para a marca no ano.

Ao falar da importância do Brasil para a marca, Alm lembra que apesar de a fábrica paranaense ter sido inaugurada nos anos 70, a Volvo já atuava no mercado brasileiro desde 1934, ou seja, chegou por aqui oito anos após sua fundação na Suécia. **AD**

FIM DE ANO ANTECIPADO FORD CAMINHÕES.

ANTECIPE SEU FIM DE ANO COM A FORD CAMINHÕES E TENHA MUITO MAIS VANTAGENS.
VOCÊ SÓ TEM ATÉ NOVEMBRO PARA APROVEITAR A TAXA DE FINANCIAMENTO DO FINAME. APROVEITE!

CARGO 2429



Motor Cumins 6.7L com 290cv;
Transmissão de 6 ou 9 velocidades;
Muito mais potência e economia.

ZERO
de entrada

0,49%
Taxa a.m.

72
meses

FINAME

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Operação FINAME PSI, taxa fixa de 0,49% ao mês = 6% ao ano, Plano 100% financiado em até 72 meses e 3 ou 6 meses de carência. Operação BNDES Finame na Sistemática Convencional. As condições estão sujeitas a alteração por parte da autoridade monetária, BACEN e BNDES. Promoção válida

CARGO 816



ZERO
de entrada

0,49%
Taxa a.m.

72
meses

FINAME

Novo design Kinetic;
Novo interior – muito mais conforto;
Banco com suspensão a ar de série.

em todo o território nacional, para a linha Cargo e Série-F, zero km, com processos protocolados até 21/11/2014 ou enquanto durarem os estoques. As condições financeiras estão sujeitas a análise e aprovação de crédito pela financeira. Contrato de FINAME operacionalizado pelo Banco Bradesco S/A.



0800-703 FORD
3 673





Divulgação/Peugeot



Divulgação/Fiat

Pequenos mais notáveis

Os automóveis compactos ganham conteúdo, tecnologia e seguem como alvo número 1 das fabricantes no mercado interno

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

Veículos compactos representam quase 75% do mercado brasileiro de automóveis, somados aí os chamados de entrada, mais hatchbacks pequenos e sedãs pequenos. Um mercado digno de nota em qualquer parte do mundo, algo equivalente a quase 2,1 milhões de unidades em 2013 e mais até do que todos os mercados sul-americanos e da América Cen-

tral juntos, que compraram 1,7 milhão de veículos no mesmo período, segundo a Oica, Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles.

Não à toa a eles a indústria continua a dedicar esforços no sentido de aprimorar suas imagens de marca e, sobretudo, angariar vendas. As ações mais recentes nesse sentido procuram torná-los ainda mais atraentes. Se antes

o preço era o grande chamariz, agora a principal sedução se dá pela profusão de equipamentos de conforto, lazer e segurança até hoje disponíveis apenas em modelos mais sofisticados e maiores e, em alguns casos, nem neles.

Quando do surgimento dos despojados carros populares, no começo dos anos 90, e mesmo durante seu predomínio absoluto nas vendas internas com mais de 70% de participação — hoje ainda a parcela é de 40% do universo de automóveis vendidos aqui —, alguns especialistas já predestinavam a sofisticação desses produtos caso o mercado continuasse em ascensão. O processo apenas repetiria, diziam, o que já se verificara em mercados mais maduros, em especial o europeu.

Duas décadas depois os carros compactos, mesmo os 1.0, confirmam essa antevisão. O consumidor brasileiro, afirmam os especialistas de agora, já não deseja apenas um carro novo, despojado, com o que se contentavam os compradores de vinte anos atrás.

TODO MUNDO — E exatamente por isso a ideia agora é fazer desses pequenos, de fato, notáveis. Um bom exemplo é o novo Uno — até mesmo com um simbolismo a mais, afinal, foi a primeira geração do carro da Fiat que inaugurou o segmento dos motores 1.0 no Brasil.

Sua linha 2015 inaugura, por exemplo, o sistema start-stop em carros nacionais e oferece ainda câmbio automatizado sem alavanca, com borboletas atrás do volante, sistema multimídia, controles no volante e outros tantos recursos.

Central multimídia, GPS, sensores de estacionamento e controles eletrônicos de estabilidade e de tração, além de assistente de saída em ladeiras, estão no novo Volkswagen Fox. A própria Volkswagen colocara no mercado, já no primeiro semestre, o up! com a opção de navegador integrado.

A nova geração do Ka, diz a Ford, é resposta a essa demanda por carros mais sofisticados e nem tão caros. As configurações hatch e sedã têm na versão de entrada, de série, ar-condicionado, direção elétrica, travas elétricas, vidros dianteiros elétricos e rádio com conexão bluetooth.

Na versão intermediária podem dispor de sistema multimídia com comando de voz, telefone no volante e até assistente de emergência. Nas do topo de linha há controles eletrônicos de tração e de estabilidade e assistente de saída em rampas.

Mas os exemplos de Fiat, Volkswagen e Ford são apenas três exemplos da estratégia adotada por todas as fabricantes. Da Renault, com Sandero e Logan, passando pela General Motors, com Onix, ou Nissan, com March, e Peugeot, com 208, não há exceções.

“O consumidor hoje quer carro moderno, que entrega inovação. E o compacto é o que cabe no bolso dele”, justificou Oswaldo Ramos, gerente geral de marketing da Ford durante a apresentação do novo Ka.

“É preciso seguir o preceito de inovação acessível. O brasileiro quer inovação, a classe C viaja muito, conhece novas tecnologias. Nosso desafio é encontrar soluções de engenharia a preço

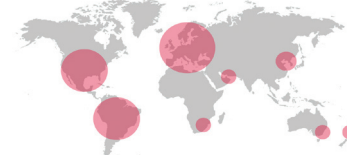


www.syncreon.com

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



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



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

Brian Enright,
Diretor Executivo e Presidente da syncreon

Tem de tudo



Divulgação/GM

Chevrolet Onix

Multimídia, câmara de ré, câmbio automático, ar-condicionado de série

Fiat Novo Uno

Start-stop, câmbio automatizado sem alavanca, multimídia, retrovisor com tela para a câmara de ré



Divulgação/Fiat



Divulgação/Ford

Ford Ka

Multimídia, direção elétrica, assistente de emergência, controles eletrônicos de tração e de estabilidade, assistente de saída em rampa

Nissan March

Direção elétrica, ar-condicionado digital automático, câmara de ré, navegador



Divulgação/Nissan



Divulgação/Peugeot

Peugeot 208

Ar-condicionado bi-zone, multimídia com GPS, rádio MP3 com USB, comunicação com bluetooth, teto solar

Renault Logan

Sensor de estacionamento, ar-condicionado automático, sistema multimídia, piloto automático, limitador de velocidade, câmara de ré



Divulgação/Renault



Divulgação/VW

Volkswagen Fox

Multimídia com GPS, sensores de estacionamento e controles eletrônicos de estabilidade e de tração, câmbio automatizado

mais baixo”, afirmou Olivier Murguet, presidente da Renault no Brasil, à época da apresentação do novo Logan, modelo que, em sua primeira geração, priorizava sobretudo preços e atributos como espaço interno.

Hugo Domingues, supervisor de marketing da Fiat, argumenta que a montadora trabalha com projetos de longo prazo e sempre se vale de pesquisas para encaminhar o desenvolvimento de produtos.

A decisão de contar com o start-stop no novo Uno, afirma, antecedeu o lançamento em pelo menos dois anos, embora nos bastidores se diga que o dispositivo foi adotado mesmo para que a empresa consiga atender às metas de consumo do Inovar-Auto.

“A economia de combustível é o segundo fator motivador de compra no segmento de entrada, logo depois do preço”, afirma Domingues, que reconhece também que o aumento da concorrência tem impulsionado a apresentação de novidades no segmento. “A apresentação de tecnologias mais acessíveis diferencia o produto.”

O sistema que liga e desliga o motor no trânsito está presente em duas versões do novo Uno 1.4. E a demanda por elas tem surpreendido, assegura Domingues. A fabricante esperava que apenas 30% das duas versões contassem com o dispositivo, mas as primeiras encomendas superaram os 60%.

Fabrizio Biondo, diretor de marketing da PSA Peugeot Citroën, entende que a atual onda de sofisticação dos compactos é decorrência de processo que se dá por etapas: “A sofisticação do



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

TODOS JUNTOS FAZEM UM TRÂNSITO MELHOR.



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

HONDA
The Power of Dreams

Mais com menos

Se os fabricantes argumentam que é o mercado que orienta suas iniciativas, Luiz Carlos Mello, diretor do CEA, Centro de Estudos Automotivos, defende visão oposta.

Mello, que já presidiu a Ford no Brasil, vê a sofisticação dos compactos como movimento para aumentar lucratividade em mercado que já não cresce como no passado: “É o mais a ideia de ganhar mais com menos do que resposta natural às demandas”.

O ex-presidente da Ford afirma que esse fenômeno só não aconteceu antes porque as fabricantes ganhavam dinheiro com o brutal crescimento do mercado interno e, claro, da maior escala de produção.

Dar conta da grande demanda até então represada permitia lucratividade em bom nível: “Tudo que se produzia vendia-se. E sempre com preço cheio. O start-stop da Bosch, por exemplo, já está disponível há algum tempo em vários mercados. Aqui não ofereceram antes porque não precisavam dele para atrair o comprador”.

Agora, raciocina Mello, pressionadas por mais concorrentes, movimento menor nas revendas e negócios de qualidade inferior — leia-se margens menores — com promoções e descontos sucessivos a cada mês, as montadoras enxergam no carro bem equipado a alternativa para recheiar novamente seus bolsos. Participação e volumes passaram a um segundo plano de forma mais clara.

206, lançado em 1999, era contar com direção hidráulica, vidros elétricos e ar-condicionado. Já no Citroën C3, apresentado em 2003, era design”. No fim da década passada, acrescenta, o acabamento interno dominou as ações de melhorias.

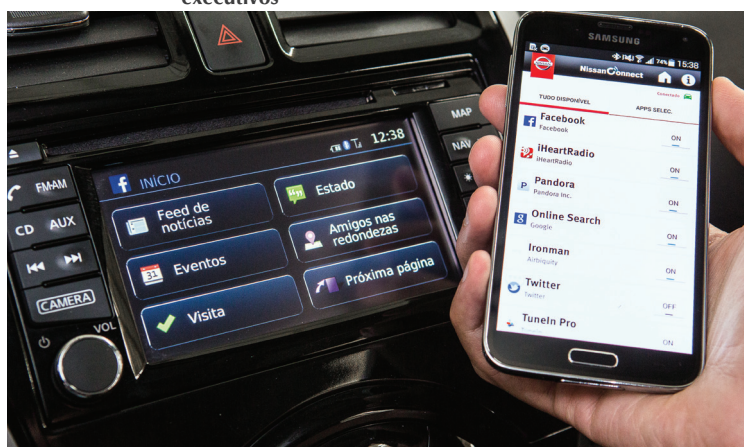
Hoje, aponta Biondo, produtos ligados à conectividade já são considerados básicos. “A tendência, ainda incipiente, é de que o consumidor brasileiro passe a exigir mais itens de segurança.”

Biondo faz questão de frisar que uma tendência não substitui a outra e que ao lado do aumento da conectividade e da segurança o consumidor quer ver preservados conforto e acabamento esmerado.

Sem especificar proporção, o diretor da PSA diz que as versões topo do Peugeot 208 e Citroën C3 respondem por boa parte das vendas, sinal de que o consumidor já não abre mão de tudo que conhece. “É muito mais fácil oferecer um carro completo do que um sem tantos recursos”, diz, reconhecendo maior rentabilidade como natural efeito colateral.

AD

Sistemas que ampliam a conectividade é a tendência atual e já básicos no entender de alguns executivos



Divulgação/Nissan

Respeite os limites de velocidade.

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

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



Go Further

Com a presença de todas as marcas de automóveis com produção local e também das importadas o 28º Salão Internacional de São Paulo destacou-se pela apresentação de modelos recém-lançados no mercado brasileiro e, principalmente, pela mostra das novidades Made in Brazil que chegarão no primeiro trimestre de 2015. A maioria modelos SUV que inaugurarão novas fábricas ou novas linhas no País, caso do Jeep Renegade, do Honda HR-V e do Peugeot 2008, que até março estarão em produção, respectivamente, em Goiana, PE, Sumaré, SP, e Porto Real, RJ.

Também em exposição o Mercedes-Benz GLA, ainda importado mas que será o primeiro automóvel da marca a ser fabricado em Iracemápolis, SP, e o Discovery Sport, SUV que a Jaguar Land Rover escolheu para inaugurar sua fábrica de Itatiaia, RJ, em 2016.

No caso do HR-V, apresentado como um misto de minivan com SUV, o propósito da Honda é abrir um novo segmento no mercado brasileiro. “Nosso SUV é diferente”, argumentou o vice-presidente comercial da Honda



Quase nas ruas

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/Salão do Automóvel 2014

Os destaques foram os SUVs que terão produção local a partir de 2015, com pré-lançamentos dos que chegam já no primeiro trimestre: Renegade, HR-V e 2008.

Automóveis, Roberto Akiyama. “Por isso dizemos que ele se encaixará num segmento ainda sem concorrente.” Com motor 1.8 Flex-One [que dispensa o uso do tanquinho de gasolina], o mesmo da linha Civic, ele será o quarto modelo da marca a ser produzido no Brasil. Issao Mizoguchi, presidente da Honda South America, disse que a meta é produzir 50 mil unidades/ano do novo modelo em Sumaré: “O HR-V

chega em março com mais de 70% de índice de nacionalização”.

Também a Fiat Chrysler Automóveis, FCA, investiu forte na nacionalização do seu novo modelo, o Jeep Renegade. Quando deixar as linhas de montagem da fábrica de Goiana ele carregará nada menos do que 80% de nacionalização.

A informação foi revelada por Mike Manley, CEO global para a marca Jeep,

durante a abertura da mostra, realizada de 30 de outubro a 9 de novembro no Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi. O modelo, aliás, foi apresentado pela primeira vez na América Latina sem nenhuma modéstia. Para Sérgio Ferreira, diretor-geral da Chrysler no Brasil, o Renegade será o líder em vendas de SUVs compactos no Brasil já em 2015. Ou seja: venderá mais que Ford EcoSport, Renault Duster,



“Uma das atrações no estande da Peugeot, o 2008 será produzido em Porto Real, RJ, a partir do ano que vem

Honda HR-V ou qualquer outro. Para o Renegade assumir tão rapidamente a liderança, por óbvio, será preciso que o fator preço seja preponderante.

Ferreira não fala em números, mas garante que este será “muito, muito competitivo”. Além do motor diesel, que virá importado, haverá oferta de flex 1.8 nacional fabricado pela FPT em Campo Largo, PR.

NOVOS RUMOS — Ao exibir o 2008 a Peugeot assumiu que não voltará atrás em sua estratégia de não contar com carros de entrada no País. “Com a retirada do 207 da linha de produção em 2015, quando o SUV 2008 começa a ser produzido em Porto Real, nosso modelo mais em conta será o 208, cujo preço beira os R\$ 40 mil”, disse o diretor mundial da Peugeot, Maxime Picat.

Segundo ele, a oferta do 207 contrastava com a nova imagem que a marca adota em âmbito global, de veículos mais sofisticados. “Conquistar participação de mercado não é o prin-

cipal, nossa maior meta é estabelecer esse posicionamento aqui. Depois, fazer o maior volume possível dentro dessa estratégia.” Quem conduzirá essa virada da Peugeot no Brasil é o chileno Miguel Figari, novo diretor geral da marca no País.

Também no salão ficou evidente que o ingresso da Renault no segmento de picapes médias pode estar mais próximo do que se imagina. O conceito Duster Oroch, desenvolvido pelo Centro de Design Renault América Latina, foi a principal estrela da fabricante na mostra ao lado dos renovados Fluence e Sandero Stepway. “Eles trazem atributos de desenho e conectividade essenciais ao novo perfil do cliente brasileiro. O mercado é globalizado e o consumidor também”, enfatizou Olivier Murguet ao apresentá-los.

No estande da Volkswagen destaque para cross up!, Crossfox 2015 com seis marchas, Golf Variant R-Line e o novo Touareg. Também chamaram a atenção o conceito T-POC, que de acordo com Thomas Schmall, presidente da empresa no Brasil, adianta como será no futuro a linha de utilitários esportivos da marca, e o Golf GTE Plug-in-Hybrid, que faz 67 km/l.

A General Motors expôs o novo Cruze, com aprimoramentos mecânicos, e o Spin Activ, versão aventureira do monovolume que ganhou maior altura do solo e estepe na tampa do porta-malas.

Capitaneados pelo presidente mundial da General Motors, Dan Ammann, todos os presidentes de todas as ope-

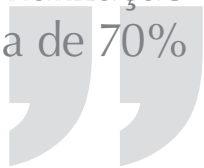


rações da América do Sul, estiveram presentes no Salão de São Paulo.

Na mesma linha da Honda e da FCA, também a Audi investe em conteúdo local. O presidente da empresa no País, Jörg Hofmann, aproveitou o salão para anunciar que produzirá os motores 1.4 turbo flex dos futuros A3 Sedan na linha de montagem da Volkswagen de São Carlos, SP. “Nosso objetivo é chegar logo aos 40% de conteúdo local e o motor nacional nos ajudará, e muito, a obter esse índice”, disse Hofmann, anfitrião do estande que exibiu ainda seis modelos inéditos no País, um deles o A3 e-tron, veículo híbrido plug-in que pode ser carregado em tomadas comuns em quatro horas.

SEDÃ — A Nissan apresentou ao público o New Versa, futuro nacional com lançamento previsto para o primeiro trimestre do ano que vem. De quebra, exibiu o Kicks, veículo conceito que, na verdade, antecipa as formas do futuro SUV que será produzido em Resende,

O Honda HR-V
chega em março
com índice de
nacionalização
acima de 70%



RJ, trabalho conjunto das engenharias daqui, Japão e Estados Unidos. “Vamos ver como o consumidor reage”, disfarçou François Dossa, presidente da Nissan do Brasil, quando indagado sobre o projeto.

A Hyundai também expôs um conceito, o HB20 R-Spec Concept, criado na Coreia do Sul especialmente para a mostra brasileira, reunindo tendências mundiais de design com as preferências do público brasileiro. O conceito servirá como referência para o futuro da linha HB20, mas não será produzido para comercialização.

O presidente da Hyundai Motor Brasil, William Lee, disse que o Brasil continua sendo muito importante na estratégia de expansão global da empresa e que o País colabora para que a montadora seja a marca do setor que cresce mais rápido no mundo, subindo quase cinquenta posições desde 2005.

A Mitsubishi Motors apresentou a versão brasileira do sedã Lancer, que sairá das linhas de Catalão, GO, a partir



Divulgação/Nissan



de novembro. A estimativa de vendas do modelo dobrou segundo anúncio de Robert Rittscher, presidente da empresa no País: “A meta é passar da média atual de 300 unidades/mês para 600 unidades/mês. Com a nacionalização o preço ao consumidor cairá cerca de R\$ 1,5 mil”.

SOFISTICADOS — A Lexus, marca de luxo da Toyota, mostrou o novo SUV compacto, o NX, e com ele “a missão de aumentar a base de clientes para, em seguida, ser a marca com maior índice de lealdade do mercado”, destacou Luiz Carlos Andrade Jr., vice-presidente executivo da Toyota do Brasil. O modelo estreia na América Latina e passará a ser oferecido no Brasil ainda no primeiro trimestre do ano que vem a partir de duas versões: 200 t Luxury e 200t F-Sport, com preços de R\$ 200 mil a R\$ 230 mil. O SUV tem motor 2 litros turbo com 238 cv acoplado a uma caixa de transmissão automática de seis velocidades.

A PSA Peugeot-Citroën aproveitou o

O Duster Oroch,
ainda como
conceito, sinaliza
a intenção da
Renault de investir
no segmento de
picapes

salão para apresentar a linha DS como a nova marca premium do grupo no País. Um dos principais destaques do estande da fabricante foi o SUV DS6, que poderá ser vendido no Brasil dependendo da aceitação do público. A Citroën também mostrou em primeira mão o motor flex turbo com injeção direta de combustível, com 173 cv, que será opção para equipar, a partir de novembro, o C4 Lounge.

Destaque no estande da Ford, o Mustang ainda não tem previsão de venda no País. “Trouxemos o esportivo para que os brasileiros possam ver de perto, mas não é o lançamento”, disse Steven Armstrong, presidente da Ford.

Confirmadas para cá estão as novidades do Fusion 2015 — cinto de segurança traseiro inflável e bancos refrigerados — e a chegada nas picapes Ranger do sistema emergência SYNC, aquele que liga automaticamente para o SAMU em caso de acidentes. “Nosso objetivo é expandir essa tecnologia para toda a nossa linha”, adiantou o presidente.

Dentre os veículos mostrados pela Mercedes-Benz destaque para os modelos Classe C e GLA, que a empresa produzirá no Brasil a partir de janeiro de 2016. A fabricante espera crescer 25% este ano no País, para 12 mil unidades, segundo Dimitris Psillakis, diretor-geral de automóveis da Mercedes-Benz do Brasil: “O ajuste do portfólio e o aumento de renda da população explicam o fenômeno. Além disso, a instalação da fábrica em Iracemápolis ampliou o interesse pela marca no mercado brasileiro”.

AD

**Magneti Marelli
e o Novo Uno 2015:
inovação e tecnologia
de ponta ao alcance
de todos.**



No Novo Uno 2015, a Magneti Marelli, através de suas diversas divisões, contribuiu para colocar as mais modernas tecnologias ao alcance de um número maior de motoristas. Assim, o reconhecido Câmbio Dualogic® Automático Plus evoluiu para proporcionar mais segurança e conforto com acionamento por botões no console central e por "borboletas" atrás do volante. O quadro de instrumentos também ganhou um novo display de LCD de alta resolução, que conta com inúmeras funções e ainda mostra várias informações para auxiliar o motorista. Mas a participação da Magneti Marelli não parou por aí: amortecedores, eixo traseiro, travessa dianteira, faróis, escapamentos, pedaleiras e vários outros componentes também compõem o pacote de produtos desenvolvido para o novo carro. A Magneti Marelli trabalhou para que, no Novo Uno 2015, a mais moderna tecnologia automotiva faça parte da vida de cada vez mais brasileiros.



Faça revisões em seu veículo regularmente.



Faz parte da sua vida.

Cumpriu tabela



Divulgação/Renault

Sem novidades marcantes para um mercado ainda em recuperação o Salão de Paris enfatizou mais o futuro do que o presente

George Guimarães | gguimaraes@autodata.com.br

O mercado automotivo europeu ensaia sair do atoleiro que se meteu nos últimos seis anos. O crescimento das vendas na faixa de 6% este ano, contudo, ainda não colocou um sorriso nos rostos dos executivos das fabricantes. Boa parte desse avanço se deve a incentivos, bônus e promoções em países como a Espanha, ao mesmo tempo em que mercados bem mais importantes

da região continuam andando de lado ou encolhem mais um tanto.

Um boa dose do desânimo dos europeus com a indústria automotiva pôde ser observado no Salão de Paris, no começo de outubro. Áreas expressivas dos pavilhões do complexo Porte de Versailles estavam desocupadas e mesmo os lançamentos mais significativos não chegaram a empolgar.

De marcante, mais uma vez, ficou a imagem de que cada vez mais o setor busca automóveis menos poluentes e que não representarão mais riscos a seus ocupantes e pedestres. Alguns fabricantes, mais que outros, procuram ser garotos-propaganda desses novos tempos, mas todos falam em eficiência energética e conectividade.

As montadoras locais, Renault e PSA Peugeot Citroën, sintetizaram bem esse espírito do marketing futurístico. A primeira com modelos híbridos e elétricos em profusão, mesmo tendo como principal lançamento na mostra o novo Espace, monovolume icônico da marca e um dos primeiros do mundo. Carlos Ghosn, principal executivo da Aliança Renault-Nissan, reforçou o empenho da empresa no sentido de tornar viáveis soluções do gênero, ainda que admita que há também muito que avançar nos motores de combustão interna.

A Peugeot, que destacou os conceitos Quartz e Exalt, preferiu enfatizar a tecnologia Air Híbrido no 208, igualmente explorada pela co-irmã Citroën no Cactus Airflow. Ambos capazes de percorrer 100 quilômetros com 2 litros de gasolina, mas viáveis talvez daqui



Divulgação/VW



Divulgação/PSA

Volkswagen XL, um esportivo com motor V2, e o Citroën Cactus Airflow



Divulgação/FCA

No estande da Fiat destaque para o crossover 500X, produzido em Melfi, Itália, com a mesma plataforma do Jeep Renegade

a três ou quatro anos. E a toada carro-limpo não foi diferente nas demais marcas. Seja na Audi, com o A3 Sportback e-tron, ou na Mercedes-Benz, com Classe S 500 Plug in Hybrid, passando por propostas da Nissan, particularmente empenhada nos carros elétricos. A Volkswagen, que mostrou uma nova geração do Passat, também bateu nessa tecla com várias versões híbridas, além do esportivo XL com motor V2.

Para consumo imediato a mostra revelou o novo TT conversível, Peugeot 2008, e os monovolumes Ford C-Max e S-Max. No estande da Fiat destaque para o crossover 500X, que é produzido em Melfi, Itália, e tem plataforma compartilhada com o Jeep Renegade.

A organização do Salão anunciou perto de cem lançamentos. No entanto, os mais de 1,2 milhão de visitantes viram mesmo muitas atualizações ou novas versões de modelos já em linha. É o caso do estranho Mini quatro portas, do grandalhão Volvo XC 90 ou do Land Rover Dedicado Sport, que será produzido em Itatiaia, RJ.

Em Paris também foi apresentada a nova geração do Suzuki Vitara e do pequenino Smart, de duas e quatro portas. O subcompacto mudou: agora com plataforma compartilhada com o novo Renault Twingo perdeu muito de sua originalidade.

E o Mini de terceira geração ganha uma versão com quatro portas. Sua chegada ao Brasil já está confirmada para o ano que vem. O carro deu uma esticada de 16 cm para chegar nos 3,98 m de comprimento. **AD**

“Indústria mostra em Paris a busca constante por carros cada vez menos poluentes e que não representarão risco a seus ocupantes e pedestres



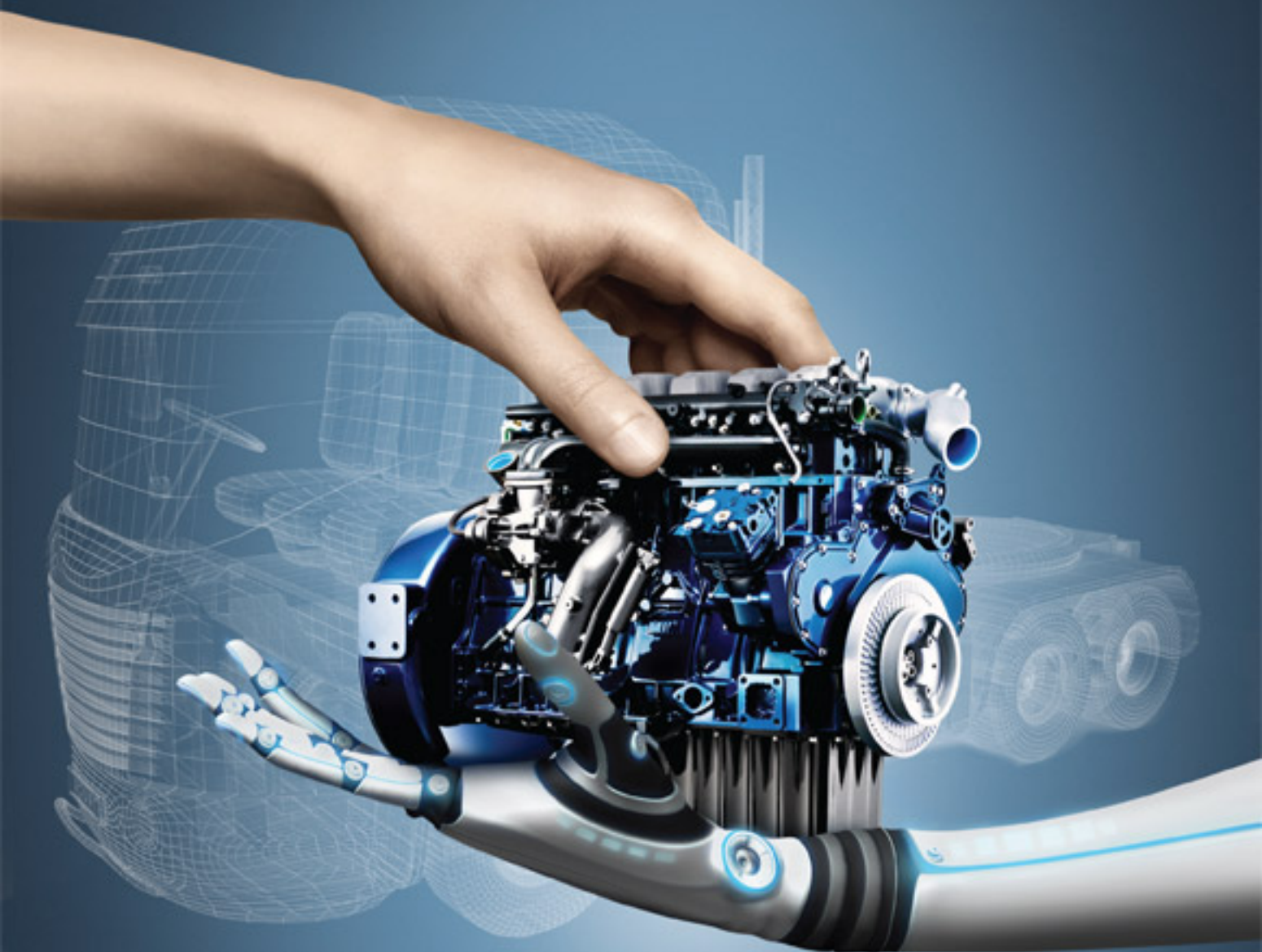
Divulgação/Audi

Audi TT 4 portas (acima), por enquanto um carro conceito. Ao lado Renault Space e a nova geração do Volkswagen Passat.



Tecnologia do Brasil para o mundo.

MWM no Prêmio AutoData 2014.



Contamos com seu apoio e seu voto nas categorias:

✓ **Produtor de motores**

✓ **Exportador**

- Soluções personalizadas para cada cliente.
- Mais de 4 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- 480 pontos de distribuição.
- Exportação para mais de 30 países.
- 3 unidades industriais (São Paulo - SP, Canoas - RS, Jesus Maria - Argentina).

Veicular • Industrial • Agrícola • Geração de Energia • Marítimo



clubedodiesel.com.br mwm.com.br



Reforço aos parceiros

Ford reduz em 40% o número de fornecedores na América do Sul para garantir maior volume e competitividade aos escolhidos

Alzira Rodrigues | redacaoad@autodata.com.br

Em cinco anos a Ford reduziu em mais de 40% — de seiscentos para 350 — o número de fornecedores produtivos na América do Sul. O objetivo, de acordo com João Pimentel, seu diretor de compras para a região, foi garantir maior competitividade aos parceiros eleitos, que ganharam escala com maior volume de produção: “Quando concentramos as compras em menos parceiros todos ganham força”.

Como exemplo Pimentel cita a estrutura dos bancos dos veículos Ford: “É a mesma para todas as nossas linhas de produtos. Quem fornece, portanto, tem nível de produção ampliado”.

A Ford promoveu no fim de setembro a décima-terceira edição do Prêmio Top Supplier, que anualmente homenageia os seus melhores fornecedores. Pela primeira vez a entrega

do prêmio foi realizada na Argentina, forma de mostrar a relevância para a Ford das operações naquele país:

“Há muita gente pessimista com a queda do mercado argentino e quisemos reforçar nosso projeto de manter linha complementar nos dois países, produzindo lá o Focus e Ranger para abastecer toda a região”.

Faz menos de quatro anos que a Ford regionalizou suas compras, unificando os parceiros na América do Sul. De acordo com Pimentel os principais critérios do Top Supplier, que abrange treze categorias, são qualidade, entrega e competitividade.

A Ford acompanha de perto o trabalho dos seus principais fornecedores e nos últimos dezoito meses contratou 34 engenheiros especializados em processos para reforçar programas e ações para melhoria de qualidade e re-

dução de custos: “São especialistas em diferentes processos, como fundidos, injeção de plásticos, borracha e outros, que prestam assistência técnica aos fornecedores”.

CUSTOS REDUZIDOS – Hoje com duzentos engenheiros na área de compras, que acompanham desde o processo de desenvolvimento até a sua fabricação na base fornecedora de toda a região, a Ford América do Sul tem obtido redução de 3%, em média, por ano, em seus custos de produção na região.

É um trabalho dinâmico, como diz Pimentel: “Nós acompanhamos de perto o trabalho dos fornecedores verificando constantemente eventuais gaps de competitividade. E colocamos metas para reduzir esses atrasos em um, dois ou até cinco anos”.

A Ford tem hoje 350 fornecedores produtivos. Com relação aos materiais indiretos 90% das compras concentram-se em 270 empresas, incluindo transporte de veículos e logística. Outros 10% dividem-se em mais de 1 mil fornecedores, segundo Pimentel, por envolverem itens pulverizados usados no dia a dia da empresa.

Sem revelar valores o diretor da Ford disse que por causa da retração das vendas no Brasil e na Argentina o volume de compras na América do Sul este ano teve queda de 10%. No caso da Argentina a redução na produção da Ford foi de 15%, índice inferior ao da indústria em geral daquele país, na faixa de 30%.

“Como as margens são apertadas

13ª edição do Prêmio Top Supplier da Ford

Categoria	Premiado
Interior e Acabamentos	Treves Argentina
Elétrica e Mecanismos	Kostal Eletromecânica
Chassis	Pirelli Neumaticos Argentina
Body & Exterior	SMR Automotive Brasil
Raw Material & Estampados	Basf Argentina
Powertrain/PTI	ZF Sachs
Powertrain/PTC	Elring Klinger do Brasil
Serviço ao Cliente/Peças e Acessórios	Química True
Caminhões	Indebras
Serviços	Servicios Compass de Argentina
Material Industrial	Braunco
Máquinas e Equipamentos	Prodismo
Transportes	Penske Logistics do Brasil

Na média a Ford vem conseguindo reduzir em 3% ao ano seus custos de produção nas operações da América do Sul

o volume é importante e quando há queda o risco de haver problema financeiro é grande.”

Quanto aos benefícios garantidos aos fornecedores premiados o diretor de compras destaca a certeza de participação no desenvolvimento de novos produtos, que virão para substituir os atuais: “São candidatos naturais. Não precisamos fazer leilão de preço quando iniciamos um novo projeto”.

O encontro na Argentina também serviu para a apresentação de resultados e alinhamento de metas. Além do diretor de compras da América do Sul participaram do evento o presidente da Ford América do Sul, Steven Armstrong, o vice-presidente global de compras, Hau Thai-Tang, o diretor de finanças da América do Sul, Amit Singh, e o diretor de operações e manufatura, Félix Guillen.

AD



Condenado a crescer

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

A expectativa de que 2015 será um ano de ajuste, com o mercado tendendo à estabilidade, foi posição consensual no Congresso AutoData Perspectivas 2015, realizado na Fecomercio, em São Paulo, em 14 e 15 de outubro. A crença é de retomada do crescimento a partir de 2016, com ressalva: mesmo com os problemas deste ano o Brasil se destaca no mundo pelo patamar de vendas internas.

Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford para a América do Sul, avalia que o futuro do setor no País se resume ao dogma “o Brasil está condenado a

crescer”. A conquista do quinto maior mercado do mundo, para ele, “é um privilégio e um patrimônio”.

Para 2015 ele estima mercado igual a 2014, variando de 3,4 milhões a 3,5 milhões de unidades: “Poderá até ser um pouco maior, mas evolução representativa só em 2016”.

Vários fatores preocupam, dentre eles o excesso de capacidade ociosa na soma do Brasil com a Argentina. Pelos seus cálculos o índice de ociosidade deve atingir 45% este ano e pular para 53% em 2015. A partir de 2016 baixará até chegar a 41% em 2018.



Simão Salomão

Apesar da projeção de estabilidade para 2015 a indústria automotiva aposta na venda de 4,5 milhões a 5 milhões de veículos em 2018

Também o presidente da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, Cledorvino Belini, fez questão de dizer que qualquer que seja o número de 2015 o Brasil ainda se manterá como quinto maior mercado do mundo. A empresa inaugura a fábrica de Goiana, PE, no início de 2015 e já constrói seu segundo parque de fornecedores ali.

Outro executivo otimista com o futuro do setor é o CFO da General Motors para a América Latina, Carlos Zarlenga, que aproveitou o evento para anunciar que o programa de investimento no Brasil não se limitará aos R\$ 6,5 bilhões até 2018 informados em agosto: “Estamos nos preparando para um novo ciclo de produtos”.

Ele acredita na volta do crescimento a partir de 2016, 7% a 8% ao ano, chegando a 4,5 milhões de veículos em 2018. Para acompanhar o ritmo a GM pretende elevar em 30% o volume de compras locais nos próximos dois a três anos, adicional de R\$ 2,5 bilhões.

O presidente da Volkswagen do Brasil, Thomas Schmall, defendeu a criação de programa nacional de renovação de frota de veículos leves, com subsídios federais, similar à proposta existente para caminhões. Com projeção de mercado igual em 2015 a VW vê cenário mais animador a partir de 2016: “Trabalhamos com projeção de 5 milhões de veículos em 2018”.

Assim como suas concorrentes a Toyota não vê espaço para crescimento expressivo no ano que vem, embora não descarte ampliar um pouco seus negócios. A empresa é uma das poucas que encerrará 2014 com alta,

projetando emplacar 191 mil unidades, 6% a mais do que em 2013. Seu vice-presidente executivo, Luiz Carlos Andrade Jr., diz que “não será surpresa atingir 200 mil unidades em 2015”.

INVESTIMENTOS — Responsável pela palestra de abertura do Congresso, o presidente da Anfavea, Luiz Moan, avalia ser natural o mercado passar por momentos de ajuste como o atual. Para ele o Brasil sofre os efeitos retardados da crise de 2009: “Passamos quase incólumes por aquela crise, mas agora chegou a hora de pagar a conta. Sabíamos que teríamos de arcar com as consequências e encaramos os problemas de 2014 como uma fase que sabemos passageira”.

Moan calcula que o País receberá nova leva de investimentos — de R\$ 80 bilhões a R\$ 100 bilhões: “Estamos nos preparando para crescer de novo”.

Expectativa favorável já no curto prazo tem o presidente da Fenabrave, Flávio Meneghetti, que espera para este mês a divulgação das novas regras para a retomada de bem dos inadimplentes: “As mudanças valerão para carros novos e usados e surtirão efeitos positivos já neste fim de ano. O volume de crédito deve crescer 20%”.

O vice-presidente da Anef, Gílson de Oliveira Carvalho, acrescentou que a mudança favorecerá os bons pagadores: “Virão melhores condições de crédito. Tudo o que é risco acaba revertendo em taxas maiores e, ao reduzi-las, pode-se premiar o adimplente”.

Em painel exclusivo os representantes das empresas de autopeças falaram

das dificuldades de 2014 e da vantagem de o setor entrar 2015 com a produção ajustada a um novo patamar. Como Besaliel Botelho, presidente da Bosch: “Este ano foi complicado, mas nos adaptamos a um mercado menor”.

O fornecimento este ano registra queda na faixa de 18% a 20%.

Ricardo Reimer, presidente da Schaeffler do Brasil, disse que a expectativa é de um cenário melhor em 2015, “mas nada que salvará a lavoura”.

O presidente da Tupy, Luiz Tarquínio Sardinha Ferro, também concorda que a indústria chega melhor em 2015, mas lembrou que muito do que virá depende das decisões a serem tomadas após as eleições. Paolo Dal Pino, presidente da Pirelli para a América Latina, disse serem necessárias mudanças estruturais e defendeu a elevação do imposto de importação sobre pneus para criar fundo de incentivo à produção de borracha.

O que mais preocupa na base fornecedora hoje são as empresas menores. O conselheiro do Sindipeças Maurício Muramoto informou que há 280 empresas dedicadas à produção de autopeças com faturamento de até R\$ 50 milhões no País que passam por momento de desafio. Para tentar auxiliá-las o Sindipeças criou o Conselho Operativo Superior das Pequenas e Médias Empresas, composto por dez ex-presidentes de empresas multinacionais: “Não podemos deixar esse segmento perder força”.

PESADOS — A partir de 2015 o Brasil terá, enfim, seu programa de renova-

ção de frota de caminhões. Ao menos é essa a previsão de Mário Rinaldi, diretor executivo da Anfir, participante do painel sobre perspectivas para implementos, que incluiu carrocerias de ônibus e rebocados.

Com relação ao segmento de ônibus rodoviários o diretor de operações comerciais da Marcopolo, Paulo Corso, ressaltou que nessa área está mais difícil ver a luz no fim do túnel: “A liberação da concessão do transporte rodoviário já veio, mas não a regulamentação, o que prejudica os negócios”.

No segmento de ônibus urbanos a estimativa é de queda de 15% nas vendas deste ano e estabilidade no próximo, segundo projeção da gerente corporativa de comunicação e marketing da Caio, Tânia Pires de Souza.

Pelos cálculos do presidente da MAN Latin America, Roberto Cortes, as montadoras de caminhões e ônibus aqui instaladas trabalham hoje com apenas metade de sua capacidade.

A indústria poderia produzir de 380 mil a 400 mil unidades e encerrará o ano com 190 mil, queda de 20% sobre o ano passado. Cortes acredita que 2015 poderá ser um ano melhor, mesma posição da Ford Caminhões, Iveco, International e DAF, que apostam em pequeno crescimento em 2015, com emplacamento total de coisa de 132,5 mil caminhões.

Importante para o setor de pesados é a divulgação das regras de financiamento do Finame PSI para 2015. Em painel que reuniu Guy Rodriguez, diretor de operações da Ford Caminhões, Paulo Goddard, diretor de vendas da

Iveco, Guilherme Ebeling, presidente da International Caminhões, e Marco Davila, presidente da Daf, ficou claro que a demora nas definições prejudica o planejamento de compra.

O setor pleiteia, por meio da Anfa-vea, taxas de financiamento próximas aos 6% atuais.

Também no segmento de máquinas agrícolas e de construção há forte expectativa com relação às definições do governo diante do futuro do PSI. O tema foi destaque no painel que reuniu André Carioba, vice-presidente da AGCO América Latina, Valentino Rizzoli, presidente da Case New Holland América Latina, Afrânio Chueire, presidente da Volvo CE Latin America, e Roberto Marques, gerente Brasil da John Deere Construction.

Na área de motores diesel a queda na produção das três principais fabricantes do País está, este ano, na faixa de 18% a 20% pois, além da desaceleração do mercado interno, também as vendas externas estão prejudicadas.

Segundo o presidente da Cummins, Luís Pasquotto, a empresa suspendeu investimento de US\$ 90 milhões na construção de fábrica em Itatiba, SP, devido à perda de competitividade externa: “Perdemos negócios para fábricas do México e da Índia, dentre outras unidades no mundo. Está ficando inviável vender a partir do Brasil”.

Com relação ao mercado interno a previsão da Cummins, da MWM International e da FPT é de estabilidade para 2015. José Eduardo Luzzi, presidente da MWM, disse que apesar da baixa de 18% a empresa fechará o ano

Impulsionando inovação em transporte.

grd.com.br



EATON

Powering Business Worldwide

A demanda por transporte seguro, eficiente e econômico está crescendo tão rápido quanto as economias em desenvolvimento do mundo. As tecnologias para gerenciamento de energia mecânica da Eaton estão contribuindo para o desenvolvimento das soluções de transporte da próxima geração, que continuarão a impulsionar nosso crescimento.

Antecipe o amanhã. Realize hoje.

www.eaton.com.br

com produção de 100 mil unidades: “Está longe de ser um ano para se esquecer. Considerar ruim este resultado seria leviano”.

Para José Luís Gonçalves, presidente da FPT, a lição de 2014 é a manutenção da cautela em redução de custos e aumento de produtividade.

ENCERRAMENTO — A indústria automotiva caminha a passos largos em direção aos mercados emergentes. Essa foi a conclusão da palestra Futuro do Setor Automotivo, conduzida por Herbert Demel, COO do M+W Group e ex-VP da Magna e ex-presidente da Volkswagen do Brasil. Sua apresentação encerrou o Congresso AutoData na tarde da quarta-feira, 15.

“A questão é definir onde aplicar os investimentos em termos globais. Chi-

na, México, Índia, Polônia e Irã são as primeiras grandes alternativas. Depois vêm Malásia, Indonésia, Tailândia, Rússia e Brasil.”

Demel disse que os fornecedores deveriam estudar e praticar atividades de cooperação e desenvolvimento conjunto: “É preciso quebrar esse sistema de não cooperação e promover acordos de comum interesse”.

Ao finalizar sua apresentação o ex-presidente da VW do Brasil deu um conselho, em tom de brincadeira, que arrancou gargalhadas da plateia: “Cheguei ao País em 1997 e fiquei aqui até 2001. Nesse período o mercado automotivo nunca cresceu. Fui convidado [pela AutoData Editora] a retornar este ano e o mercado novamente não cresceu. Um conselho: não me convidem mais”.

AD

As autopeças precisam estudar e colocar em prática atividades de cooperação e desenvolvimento conjunto

As mudanças em Juiz de Fora

Os empregos da Mercedes-Benz em Juiz de Fora, MG, estão assegurados mesmo com a transferência da produção de caminhões dali para São Bernardo do Campo, SP. A garantia veio de Roberto Leoncini, seu diretor de marketing, vendas e pós-vendas de caminhões e ônibus, durante sua palestra no Congresso AutoData Perspectivas.


Adiantada com exclusividade pela Agência AutoData a decisão da Mercedes-Benz de não mais produzir caminhões na fábrica mineira não significará seu fechamento no futuro. Aquela unidade industrial será utilizada exclusi-

vamente para a montagem de cabines: “Estamos conversando com o governo federal e o estadual porque é nossa política ouvir todos os lados. Mas o pessoal de Juiz de Fora pode ficar tranquilo, pois a fábrica e os níveis de emprego permanecerão lá. Apenas a unidade ganhará uma nova vocação, de montar cabines com mais qualidade e especialização”.

Em São Bernardo do Campo, de acordo com o executivo, o espaço ganho com a transferência total da montagem de cabines para a unidade mineira será usado para criar uma área de customização, “importante para atender às

demandas dos clientes”. As mudanças, entretanto, começam apenas em 2016. Ele não confirmou a transferência do Actros, além do já sacramentado Accelo, de Minas para São Paulo, mas observou que “a vocação de Juiz de Fora será a produção de cabines”.

Com relação a 2015 Leoncini espera mercado de caminhões estável com relação a 2014, com vendas em torno de 130 mil unidades. Em chassis de ônibus a projeção também é de estabilidade, de 25 mil a 27 mil unidades. Na área de exportação a ideia é buscar novos mercados e voltar a crescer.



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

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

MBA  **FGV**

PRESENCIAL • ON LINE • CUSTOMIZADO

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA

ÊNFASES: **CONCESSIONÁRIAS • MONTADORAS E FORNECEDORES**

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

Informações: 0800 772 2778 | mbapaulista@fgv.br

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA



Caminhão do trânsito

Solução para circular em zonas de restrição nos centros urbanos, o VUC consegue equacionar capacidade de carga e agilidade nas cidades

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Não é de hoje que o crescimento das cidades e o consequente adensamento de veículos em suas vias promove amplo debate de arquitetos, urbanistas e especialistas em trânsito para encontrar soluções que atendam às operações de distribuição de carga nos grandes centros urbanos de maneira adequada sem provocar maiores transtornos. O chamado VUC, Veículo Urbano de Carga, é resultado dessas discussões, proposto em estudos ainda na década de 80. As primeiras iniciativas começaram em São Paulo com as definições do tipo de veículo, das ZMRC, Zona Máxima de Restrições de Circulação, e dos horários nos quais os caminhões poderiam trafegar.

A legislação paulistana mais recente é de 2007, revogando decretos ante-

riores e, por ela, o VUC é um caminhão com 2,20 metros de largura e 6,30 metros de comprimento de para-choque a para-choque. Não se estabelece limite de peso, mas regula o limite mínimo de emissão de poluentes, que não deve ser inferior à fase 5 do Proconve, equivalente à norma Euro 3.

“A configuração do VUC leva em conta a capacidade de carga e também adequações baseadas nas medidas do pallet”, lembra Wilson Batistucci, engenheiro de marketing de caminhões da Mercedes-Benz do Brasil. “O conceito leva em consideração garantia de entrega, agilidade no trânsito e facilidade de estacionamento.”

REFERÊNCIA — A dimensão de São Paulo, seu pioneirismo no tema e as soluções daí originadas tornaram-se referências para o restante do País, embora não tenham se revelado verdades absolutas para a realidade de outras cidades. As restrições de circulação de caminhões e a obrigatoriedade do uso

do tal VUC hoje estão presentes em quinze cidades — nove são capitais —, cada qual com sua legislação específica que determina basicamente o limite de comprimento. Em Curitiba, PR, por exemplo, o VUC tem 7 m, enquanto em Recife, PE, tem 6 m.

“Não existe uma regulação nacional”, diz Flávio Costa, gerente de marketing de produtos da Ford Caminhões. “Cada local cria a própria lei, o que faz com que o VUC tenha especificações diferentes pelo Brasil afora. Como São Paulo é o maior mercado, a indústria se adapta às outras cidades.”

A falta de uma legislação nacional que regule o tema VUC em todo o Brasil amplia as opções de fábrica para o consumidor e a complexidade na produção, com diversos tipos de entre-eixos, por exemplo, mas esconde a real participação do veículo no mercado. Definido como caminhão, o VUC é um modelo da categoria de leves, ou seja, com capacidades de PBT, Peso Bruto Total, de 6 toneladas a 10 toneladas.



Divulgação/Ford



COMPROMISSO EXCEPCIONAL

Na CEVA, nossos especialistas estão focados em entregar excelência operacional para os clientes a cada dia.

Como uma empresa líder em gerenciamento de cadeia de suprimentos, a CEVA oferece soluções de ponta a ponta, implementação e soluções operacionais em fretes internacionais e contratos logísticos, distribuição, armazenagem e gerenciamento de transportes para grandes e médias empresas, nacionais e multinacionais.

A CEVA está presente em cinco setores:

- Automotivo
- Tecnologia
- Varejo e Bens de Consumo
- Industrial
- Energia



Making business flow

www.cevalogistics.com

As vendas do segmento de janeiro a setembro somaram 19,6 mil unidades em todo o País, mas de acordo com o Antônio Cammarosano, diretor de vendas da MAN Latin America, dos negócios de caminhões leves em São Paulo, por volta de 30% são de VUCs.

“A legislação de São Paulo acertou. Criou um veículo ágil, resistente e que ao mesmo tempo é capaz de transportar cargas densas. A lei se adapta ao perfil econômico das cidades, mas se houvesse uma regulação federal, tanto o caminhão VUC quanto o implemento poderiam ficar mais barato em virtude da escala de produção. Hoje é uma salada.”

Além de definir o veículo urbano de

A falta de regulação federal amplia as opções de VUC para o consumidor, mas torna mais complexa a produção

carga, as restrições de circulação de caminhão nas cidades fizeram com que o transportador avançasse por outros terrenos com a utilização de comerciais leves, aqueles com capacidade menor que 3,5 toneladas. Não é o tipo de veículo que se pode apropriadamente se chamar de VUC sob o ponto de vista da legislação, embora cumpra tal papel. “Há um contrassenso”, diz Batistucci. “Restringe-se o caminhão e o transportador acaba compondo frota com picapes ou vans.”

O engenheiro da Mercedes-Benz lembra que o comercial leve, a depender da aplicação, não garante a mesma eficiência de transporte de carga proporcionada pelo caminhão. “Diante da capacidade peso, um VUC pode substituir o trabalho de duas ou três picapes ou até mais se a transferência de carga incide sobre volume.”

Criado para minimizar as complicações decorrentes das operações de distribuição de carga nas cidades, a indústria também revisa portfólio e desenvolve opções mais eficientes para o que se define como VUC prontos de fábrica. A Ford dispõe do Cargo 816, oferecido a partir de três distâncias de entre-eixos para atender necessidades de até 8 toneladas de PBT. A MAN Latin America possui a chamada família Delivery com veículos de 5 toneladas a 10 toneladas.

A Mercedes-Benz tem na gama Accelo os representantes para atender o mercado de VUC. Nela a empresa foi a pioneira ao desenvolver um terceiro eixo para Accelo 1016, o que o torna capaz para até 13 toneladas. **AD**



Volkswagen Delivery

Divulgação/MAN

Seminário
AUTO DATA

março
16
2015



COMPRAS AUTOMOTIVAS

A hora e a vez da nacionalização.

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

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

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

Temas que serão abordados:

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

Realização

AUTO DATA
EDITORA

**Informações
e inscrições**

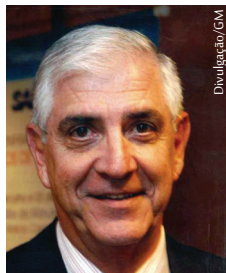
11 5189 8938 • 11 5189 8940
seminarios@autodata.com.br

www.autodata.com.br

De Luca

Luiz Antonio Penteado De Luca é o novo diretor presidente da TTB no Brasil, em substituição a José Francisco Gomes Alves, que passa a ocupar a posição no Conselho de Administração da empresa. De Luca tem mais de 25 anos de experiência na área, tendo atuado na Ford, VW e MAN e Paccar/DAF.

Tinoco



Divulgação/GM

O engenheiro Roberto Tinoco, ex-diretor da fábrica da General Motors em Gravataí, RS, recebe o Prêmio Paulo Regner de Excelência em Manufatura, concedido durante Simpósio SAE Brasil

Solti

Paulo Solti assume a diretoria de peças e serviços América Latina do Grupo PSA Peugeot Citroën. Formado em engenharia metalúrgica pela Escola de Engenharia Mauá, o executivo tem mais de vinte anos de experiência na indústria automotiva, sendo seis como expatriado, na França.

Lieblein



Sirnio Salomão

Grace Lieblein, ex-presidente da General Motors do Brasil e atual responsável pela área de compras da GM, é reconhecida como Engenheira do Ano pelo Great Minds in STEM.

Xavier

Alexandre Xavier é o novo diretor de engenharia da FPT Industrial América Latina. O executivo liderará a equipe de engenheiros e técnicos da área de pesquisa e desenvolvimento, no Centro Técnico Industrial de Betim, MG, e também a equipe de desenvolvimento de Córdoba, na Argentina.

No Sul

A gaúcha JMT inaugurou em Santa Maria, RS, sua primeira concessionária do Grupo Case IH. A rede RGS Máquinas Agrícolas será formada por mais cinco unidades, que serão inauguradas até março do ano que vem em São Gabriel, Dom Pedrito, Bagé, Pelotas e Camaquã.

Rio de Janeiro

A Pirelli inaugura no Rio de Janeiro sua terceira loja escola do segmento de Centros Automotivos do País: a L Seixas. O objetivo é capacitar cada vez mais os profissionais que atuam neste mercado de trabalho.

Elétrico

O Shopping Pátio Paulista, em São Paulo, inaugura seu primeiro posto de recarga para carro elétrico, com o reabastecimento de um Renault Zoe trazido pela CPFL Energia.

650 mil

A MWM International celebra neste ano o marco de 650 mil motores destinados à exportação. Os propulsores são projetados e produzidos na unidade da capital paulista.

Cochabamba

As Estações de Polícia Integradas de Cochabamba, na Bolívia, receberam dois caminhões VW Worker 17.220 para atendimento emergencial em situações de incêndios, salvamentos e resgate de civis. Denominados ABT, Auto Bomba com Tanque, os caminhões comportam 5 mil litros de água e 500 de espuma, dependendo da necessidade em casos de incêndio com produtos químicos.

Campo Mourão

O Grupo Chiapetti inaugura concessionária da MAN Latin America em Campo Mourão, PR, com investimento de R\$ 3,7 milhões.

Fim do ano

A Aliança Renault-Nissan e a Daimler lançam no fim do ano os primeiros modelos desenvolvidos em parceria: Renault Twingo, Smart ForTwo e Smart ForFour.

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

Agora em
Ipad



Acompanhe aonde preferir,
diretamente no seu tablet!

Brasil, uma força industrial?

O Brasil vive momento curioso no campo da mobilidade. Por um lado as notícias apresentam o entusiasmo com os novos investimentos que continuam a aportar em nosso País e a incrível representatividade do nosso mercado que atrai praticamente quase todos os players mundiais do setor. Até mesmo o Inovar-Auto, lançado pelo governo, tem seu espaço no rol de boas soluções e forças do mundo do automóvel.

Por outro lado a dificuldade de prever cenários, sobre a qual o governo tem sua cota de influência, o volume desanimador das exportações e a queda de produção e vendas empurram ladeira abaixo o humor dos negócios, por vezes cerceando iniciativas de sucesso e pondo em cheque os que apostaram no mercado e no País.

Temos uma indústria pujante capaz de produzir com tecnologia e competência. O respeito internacional também existe e é mister em alguns segmentos específicos, como o aeroespacial. Mas existe também o risco. Temos de observar com atenção as tendências que nos desafiam para manter a força industrial brasileira.

O consumo de máquinas e equipamentos de base tem sofrido redução no crescimento nos últimos anos. Uma das maiores perdas está na produção nacional de bens de capital mecânicos, uma ameaça à sobrevivência desse setor-chave para a cadeia da indústria.

Em determinados segmentos observa-se ainda a tendência de substituição da produção nacional por importados. Esses efeitos podem ser transferidos em cascata para os setores de bens de produção em massa, com risco à capacidade do País de se manter dentre os mais industrializados do mundo.

Outras nações não estão paradas e são concorrentes diretas do fabricante local, que atualmente não desfruta das melhores condições de competitividade. Precisamos agora de objetivos e metas permanentes, e de fazer uso de instrumentos de medição conjuntural de médio e longo prazos. O investidor só arrisca seu capital quando encontra estabilidade para isso.

O Brasil tem competências que sustentam a sua indústria — crescimento sustentável, inovação tecnológica e competitividade —, que talvez só precisem de coordenação adequada. De-

envolver a capacidade de orquestrar iniciativas com mais eficiência, com um projeto de integrar universidade e indústria, pode ser um caminho.

Boas ideias surgem no meio acadêmico, mas cabe à indústria transformar o protótipo desenvolvido na universidade em um produto de mercado. A cada ano instituições brasileiras de ensino formam mão de obra qualificada, mas não se observa a atração desses jovens pela indústria.

Em um cenário como esse a contribuição da engenharia é fundamental para minimizar a necessidade de busca de projetos de fora do País. A fixação de engenheiros na indústria e a atualização do parque nacional viajam em paralelo com o fomento da inovação local, para a eliminação de lacunas tecnológicas e o surgimento de produtos novos e avançados.

Pela importância de toda esse debate, a SAE Brasil promoveu o Simpósio de Tendências no início de novembro, em Minas Gerais, com o tema Brasil, uma Força Industrial? O foco foi justamente avaliar as tendências e as estratégias para garantir o melhor planejamento para 2015. **AD**

Felipe Madeira | engenheiro e chairperson do 11º Simpósio SAE BRASIL de Tendências

Mais que criar produtos
Uma forma diferente de olhar o mundo
Entender o planeta, o mercado
e o ser humano.

Cummins

Inovadora, sustentável e confiável

A Cummins apoia ações sociais voltadas à saúde, à educação
e ao meio ambiente, beneficiando toda a comunidade ao seu redor.



40 anos
de produção
no Brasil

MOTORES DIESEL E A GÁS | GRUPOS GERADORES | COMPONENTES | DISTRIBUIÇÃO

Soluções Integradas Cummins. De bem com o planeta.

0800 2866467
falecom@cummins.com
www.cummins.com.br



Bom para o frotista.
Bom para o passageiro.
Melhor ainda para
a mobilidade urbana.



Todos juntos fazem um trânsito melhor.

DMS



A linha de chassis de ônibus Mercedes-Benz para sistemas BRT foi desenvolvida para atender às necessidades de qualquer cidade brasileira. Todos os modelos possuem maior intercambiabilidade de peças, reduzindo os custos operacionais e aumentando a disponibilidade da frota. De um chassis para micro-ônibus até um superarticulado, com capacidade para mais de 200 passageiros, a Mercedes-Benz oferece soluções para uma mobilidade urbana eficiente, segura e sustentável sob todos os aspectos. Mercedes-Benz. Tudo isso porque a gente trabalha pensando no coletivo.

www.mercedes-benz.com.br/onibus - CRC: 0800 970 90 90



Mercedes-Benz

A marca que todo mundo confia.

Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler.