

Autodata

AGORA A AVENTURA VEM COM VOCÊ.

HYUNDAI CRETA SPORT. O PRÓXIMO PASSO.



Spoiler
de teto
preto
brilhante.



Rodas
de liga leve
diamantadas
de 17".



Bancos
de couro
e tecido
pretos.



Central
multimídia
blueMedia®
com câmera de ré.
Ar-condicionado
automático digital.



Pela vida. Escolha o trânsito seguro.

Imagens meramente ilustrativas. Todos os equipamentos apresentados são itens de série do veículo Hyundai Creta Sport 2.0 (OCN D034 01), ano/modelo 2017/2018. Os bancos possuem partes montagem gráfica. Nenhum animal foi submetido a maus-tratos e/ou atos cruéis. Garantia Hyundai 5 anos. O período de 5 anos já contempla a garantia legal de 90 dias. Início da garantia de 5 anos A Garantia Hyundai 5 anos está condicionada à observação pelo proprietário do plano das manutenções periódicas e demais condições determinadas no Manual de Garantia do veículo disponíveis PROCONVE. Para mais informações, acesse o site: www.hyundai.com.br ou ligue para o Call Center Hyundai Motor Brasil: 0800 770 3355.



Conheça mais. Acesse hyundai.com.br

Saiba mais:   HyundaiBR



de couro sintético de microfibra. A cor do veículo reproduzida neste anúncio pode apresentar variações em relação às cores reais devido ao processo de impressão. A foto da pantera negra é uma na data da entrega do veículo ao primeiro proprietário. Uso particular: garantia de 5 anos, sem limite de quilometragem. Uso comercial: garantia de 5 anos ou 100.000 km, o que ocorrer primeiro. no site: www.hyundai.com.br, assim como no Manual do Proprietário. A linha Hyundai Creta está em conformidade com o Programa de Controle de Poluição do Ar por Veículos Automotores –

26 | CAPA

Na noite do dia 22 de novembro, os principais nomes da indústria automobilística brasileira se reuniram em São Paulo para conhecer os ganhadores do Prêmio AutoData e celebrar os 25 anos da editora. Antes da apresentação da Orquestra Sinfônica de Heliópolis, Antonio Megale, Besalier Botelho, Carlos Gomes e Roberto Cortes foram eleitos os Personalidades do Ano. O título da melhor empresa de 2017 ficou com a GM.

Christian Castanho e Carol Luz

- 26|Montadora de Automóveis e Comerciais Leves
General Motors
- 30|Montadora de Veículos Comerciais
Mercedes-Benz
- 32|Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção
Volvo Construction Equipment
- 36|Sistemista
Robert Bosch
- 40|Fornecedor de Peças, Partes e Componentes
Neo Rodas
- 42|Powertrain
MWM Motores
- 46|Produtor de Carroçarias e Implementos (Caminhões e Ônibus)
Marcopolo
- 50|Gestão
Honda

- 52|Inovação Tecnológica
Volvo
- 56|Exportador
Scania
- 58|Marketing, Comunicação e Propaganda
MAN
- 62|Veículo Automóvel
Hyundai Creta
- 63|Veículo Comercial Leve
Fiat Toro
- 64|Veículo Caminhão
Scania R 440
- 66|Veículo Ônibus
Volvo híbrido
- 67|Veículo Importado
Citroën Grand C4 Picasso e Ford Novo Fusion

74 | Matéria-prima

Fornecedores de insumos para o setor automotivo, como Gerdau e Usiminas, estão empolgados: todas as projeções indicam relevante melhora nos negócios.

78 | MAN e-Delivery

O que está por trás (e adiante) da produção do e-Delivery, primeiro caminhão brasileiro movido a bateria. Ele deve chegar em 2020 e quer ir para a Europa.

80 | Nissan Kicks

A produção do SUV compacto exigiu grandes mudanças na fábrica da Nissan de Resende, além de US\$ 750 milhões. E pode dar origem até a um terceiro turno.

86 | Prêmio GM

Conheça os 69 vencedores da quinta edição do prêmio Supplier Quality Excellence Award, criado pela GM para premiar os fornecedores da Região Mercosul.

08 | Lentes

Notícias que mexem
com o setor automotivo

14 | From the Top

Antonio Megale,
presidente da Anfavea,
Besalier Botelho,
presidente da Bosch,
Carlos Gomes, presidente
do Groupe PSA, e Roberto
Cortes, presidente da MAN

88 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado
automotivo

90 | Retrovisor

O que passou na cabeça
da indústria nos
últimos 25 anos

Um alívio

Haverá quem diga que 2017 já vai tarde. Realmente não foi fácil. Principalmente o primeiro semestre, quando os índices negativos insistiam em colorir as planilhas de vermelho. Mas o ano que se encerra trouxe um baita alívio para a indústria. A retomada veio. Lenta. Meio titubeante e ainda incerta, é verdade. Falta um bocado para voltarmos à pujança de outrora. Mas perto do que se viveu de 2014 a 2016, 2017 será lembrado como o ano em que, com o perdão da paráfrase, a sangria foi estancada.

A produção voltou a crescer. As vendas — impulsionadas em demasia pelas exportações para a Argentina — também. O emprego começou a se recuperar, mas em ritmo tímido, deixando evidente que a automatização e a administração enxuta aprendida durante a crise impedirão a volta aos níveis pré-crisis.

AutoData, mais uma vez, acompanhou toda a movimentação de perto. Aos 25 anos de idade, mostrou vigor e experiência para transformar informação em conhecimento e traduzir para o leitor o que se passava no chão de fábrica e nas salas dos executivos.

Nesta edição de encerramento do ano, revelamos os vencedores do já tradicional (e desejado) Prêmio AutoData e mostramos um pouquinho da festa de entrega dos troféus. Quase 400 convidados encheram o auditório da Universidade Senac, em São Paulo, e, entre outros tantos momentos dignos de nota, aplaudiram de pé a Orquestra Sinfônica de Heliópolis. Uma coda suficientemente bela para encher a todos de esperança. 2018 há de ser mais próspero para todos os elos da cadeia automotiva: do já citado chão de fábrica aos também já citados altos executivos. **AD**

Henrique Skujis | Editor

henriqueskujis@autodata.com.br

AutoData
Editora

Nahoum, coordenador, Hidelbrando C de Oliveira | **Diretoria** Márcio Stéfani, publisher | **Conselho Editorial** Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho e Isidore Nahoum | **Redação** Leandro Alves, diretor adjunto de redação e novos negócios, Henrique Skujis, editor | **Colaboraram nesta edição** Bruno de Oliveira, Caio Bednarski, Gilmara Santos, Marcos Rozen e Roberto Hunoff | **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto | **Fotografia** DR e divulgação | **Comercial e publicidade**, tel. PABX 11 5189 8900: André Martins, Érika Coleta, Luiz Gidas | **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 | **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, coordenador, Hidelbrando C de Oliveira | **Distribuição** Correios | **Pré-impressão e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900 | **ISBN** 1415-7756 | **AutoData** é publicação da AutoData Editora Ltda., rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável:** Márcio Stéfani.



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br



Quando o assunto é desempenho e tecnologia, o Novo Chevrolet Equinox 2018 não deixa dúvidas: ganhou o mundo e vai ganhar o Brasil. Ele conta com motor turbo 2.0 de 262 cv, alertas de colisão frontal com frenagem ativa, de movimentação traseira e de ponto cego, além da exclusiva tecnologia OnStar. Tudo para você ter o máximo do conforto e da segurança ao volante.

NOVO CHEVROLET EQUINOX 2018

**3 ANOS
DE GARANTIA**

chevrolet.com.br



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Novo Chevrolet Equinox. Alerta de Tráfego Cruzado é funcional somente em marcha a ré. Alerta de Colisão Frontal é funcional somente a partir de 40 km/h. Os serviços OnStar dependem do cliente e os serviços públicos de emergência e dependem das regras, cobertura e disponibilidade destes. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar a área de cobertura dos serviços. Procure o seu consultor de vendas para conhecer todos os acessórios disponíveis. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com as normas técnicas brasileiras.

**NOVO CHEVROLET EQUINOX 2018.
O SUV DA CHEVROLET MAIS VENDIDO
NO MUNDO CHEGOU AO BRASIL.**



FIND *NEW* ROADS™

CHEVROLET



da disponibilidade da rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade do sinal de GPS. Os serviços de emergência funcionam como uma maneira de auxiliar na conexão entre o serviços OnStar e do atendimento de emergência, bem como demais limitações dos serviços OnStar. Consulte uma Concessionária Chevrolet ou o site www.chevrolet.com.br para obter informações conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. CRC: 0800 702 4200.



Direto do bunker

As mudanças antevistas para o setor de veículos no mundo, e para a mobilidade, são apresentadas de maneira tão fantasmagoricamente fantástica que esse mundo dos veículos colocou as barbas de molho. Ninguém tem a menor noção de qual será o plano de negócios básico de uma grande montadora, ou de uma grande empresa sistemista de autopeças, em cinco anos. Ninguém sabe que trincheira guarnecer, nem qual será sua munição. Há dúvidas sobre os atributos da soldadessa. Arautos da mudança pedem para que todos pensem fora do quadrado e coisa e tal, os profissionais se preocupam diante do desconhecido mas provavelmente nada excepcional acontecerá e o planeta continuará girando em torno do Sol. No caso de dúvidas, contudo, vige a lei da selva: a ordem é fazer caixa para enfrentar o que vem aí — seja lá o que for.

Direto do bunker 2

Cá no Brasil, em bunkers reservados, cenários são montados. E, por incrível que pareça, temor não são veículos autônomos e elétricos — tão distantes do Quinto Mundo quanto de Marte —, mas o nome CAO, que passou a fazer parte da equação depois do seu negócio recente com Chery. Analistas especialistas em sintonia fina parecem acreditar que com a Chery mantida dentro da operação deve-se esperar por veículos baratos, daqueles com os quais o mercado não está exatamente habituado e, ao longo de alguns poucos anos, pela drástica mudança na estrutura dos rankings dos mais vendidos e dos maiores produtores.



Fábrica da Chery em Jacaré: agora de mãos dadas com a CAO.

Direto do bunker 3

A tendência, assim, é a de que os preços baixem, que as margens de lucro fiquem, digamos, mais espremidas — e esse cenário, possível, coloca a questão impossível: quem se manterá aqui? Há fabricantes cujas operações na Região Mercosul tornaram-se tão deficitárias e tão desimportantes que suas estruturas diretivas reportam-se, hoje, a segundos e terceiros escalões na matriz.

Direto do bunker 4

É nesse sentido que os profissas do bunker enxergam tanta barba de molho. Garantem que há operações à venda abaixo da linha do Equador e que quem fizer ofertas leva.

CNH INDUSTRIAL
UMA DAS LÍDERES
GLOBAIS NO SETOR
DE BENS DE CAPITAL.
UMA DAS MELHORES
EMPRESAS PARA
TRABALHAR NO BRASIL.



São 12 marcas, 64 fábricas, 49 centros de pesquisa e desenvolvimento e mais de 63 mil colaboradores. E agora, pela quarta vez consecutiva, foi eleita uma das Melhores Empresas para trabalhar no Brasil pela maior pesquisa de gestão de pessoas e clima organizacional do país. CNH Industrial. Onde tem desenvolvimento, tem a nossa marca.

AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA



Recortaram a foto

Quem sabe estejamos apenas falando bobagens. Um pouco de má vontade? Quem sabe, porém, alguma fumaça tenha subido à cabeça dos atuais mentores da Fenabreve, agora reeleitos.

Se não como compreender, com boa vontade, o que anda acontecendo pros lados altos da avenida Indianópolis, em São Paulo, onde fica a sede da entidade? Tudo começa com questionamentos sobre as vendas diretas de veículos, que superam aquelas realizadas por empresas concessionárias — que, aliás, existem para vender veículos e cuidar de sua manutenção.

Recortaram a foto 2

Há meses a entidade tergiversa sobre a sua atitude com relação a essa realidade, que passa como trator por cima da Lei 6 729 modificada à medida que foram realizadas apenas duas convenções de marca que tratam do assunto. A maneira genial descoberta pela direção da Fenabreve para não incentivar tanta pergunta a respeito das vendas diretas foi, durante dois dias, tirar do ar o seu site e, dele, apagar toda e qualquer referência histórica às tais vendas diretas — querem refazer a história, como o fez Stálin na gloriosa União Soviética.

realmente tiver interesse em participar — repito: participar — da cotação: imediatamente fazer baixar em 15% o custo de seus fornecimentos correntes para a outra empresa do grupo e, também imediatamente, depositar o equivalente a quase US\$ 2 milhões na conta da empresa com cotações abertas. Em tempo: essa grana não será devolvida em nenhuma hipótese.

Assim é que é 3

À luz desse tipo de prática como se deve considerar programas criados por montadoras para, digamos, ajudar fornecedores a se recuperar das suas crises eventuais? A impressão é a de que o pessoal que incentiva essas práticas nem conhece o seu próprio pessoal da área de compras e seus modos de fazer.

Para Hyundai, de Opel. Com carinho.

A fábrica de Russelsheim, Alemanha, foi menina dos olhos de orgulho Opel desde sua fundação — mas aparentemente mantê-la não está nos planos de seus novos donos, o Groupe PSA. Parece que Paris não se interessa nem pelo seu potencial produtivo nem pela sua história: foi ali que Adam Opel criou a empresa para produzir máquinas de costura, em 1863, e bicicletas em 1886, e carros em 1899...

Assim é que é

Veteraníssimo profissional, sempre inconformado com velhas práticas predatórias que só fazem corroer as melhores relações de fabricantes de veículos com seus fornecedores de autopeças, relata modus operandi, em curso, para a conquista (sic) de novos fornecedores por montadoras. Para quem se dispõe, é claro. Isso tem acontecido no mundo todo.

Assim é que é 2

É mais ou menos assim: fabricante de veículos abre cotações para fornecimentos para novos produtos. Fornecedora tradicional de empresa do mesmo grupo, especialista, apresenta-se como candidata — até confiando num vínculo antigo e de sucesso, recheado pela concessão de prêmios e homenagens. E fica sabendo que tem duas atitudes a tomar se

Para Hyundai, de Opel. Com carinho. 2

Profissionais que já passaram pelo Brasil, a par das negociações, apostam que o novo emblema que encimará a entrada principal da planta será o da Hyundai, ansiosa para fazer crescer sua presença na região e disposta a cair na simpatia do povo da cidade preservando a sua história.

**Sabe quando a sua
maior inspiração
está bem do seu lado?**



Ali™, Muhammad Ali™ and the Muhammad Ali signature are trademarks of Muhammad Ali Enterprises LLC Rights of Publicity and Persona Rights: Muhammad Ali Enterprises LLC © 2017 Muhammad Ali Enterprises LLC all.com

Laila Ali e Muhammad Ali.

A gente também sabe.



NOVO
POLO



Mas pode chamar de mini Golf.

vw.com.br/novopolo

Minha escolha faz a diferença no trânsito.



Nota máxima
em segurança.



Motor 200TSI



Painel digital
Active Info Display



Transmissão
automática de
6 velocidades



Sistema Infotainment
integrado



Volkswagen

Os quatro elementos

Antonio Megale, da Anfavea, Besaliel Botelho, da Bosch, Carlos Gomes, da PSA, e Roberto Cortes, da MAN, são as personalidades do ano do Prêmio AutoData

Redação AutoData | redacao@autodata.com.br



Antonio Megale,
da Anfavea



Besaliel Botelho,
da Robert Bosch



Carlos Gomes,
da Groupe PSA



Roberto Cortes,
da MAN

Os quatro senhores nas fotos acima representam o que de melhor aconteceu na indústria automobilística em 2017. Estão longe de serem os únicos merecedores do tradicional título de Personalidade do Ano, concedido por AutoData em sua premiação anual. Mas cada um, à sua maneira, personificou o que foi o universo automotivo no ano que se encerra. Todos fizeram da palavra

retomada — talvez o verbete do ano na nossa indústria — um mantra. Levaram suas respectivas empresas e associações a darem a volta por cima e fecharem 2017 cheias de fôlego para manter a seta apontado para cima no próximo ano.

Na edição deste ano, AutoData resolveu premiar quatro personalidades, e não apenas um, como ocorre normalmente. Nosso conselho de notáveis

assim decidiu devido às comemorações dos 25 anos da editora. E também porque a votação foi equilibradíssima, com os quatro concorrentes alcançando números altíssimos.

Nas páginas seguintes, Megale, o cara do Rota 2030, Botelho, a voz das autopeças, Gomes, o transformador da PSA, e Cortes, o timoneiro da MAN, contam as últimas e as próximas de suas respectivas empresas. **AD**

Prêmio
AUTODATA
2017
Melhores
do setor
automotivo

ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686

Com o seu reconhecimento, a Neo Rodas foi a grande vencedora do Prêmio Autodata - Melhores do Setor Automotivo 2017, na categoria de Fornecedor de Peças, Partes e Componentes. **Nosso muito obrigado.**



NOSSOS CLIENTES • VOLKSWAGEN • GM • MITSUBISHI • BYD • HYUNDAI-CAOA • FCA • LIFAN

neo
RODAS

www.neorodas.com.br



O cara do Rota 2030

Sob a regência de Antonio Megale, presidente da Anfavea, a indústria traçou seu plano para o futuro. Resta saber se o governo comprará a ideia.

Redação AutoData | redacao@autodata.com.br

Ele foi a pessoa mais procurada da indústria automobilística em 2017. Executivos e jornalistas queriam saber a todo instante quais as novas do Rota 2030. O mineiro Antonio Megale precisou desempenhar não apenas as funções ordinárias — e já de extrema responsabilidade — de um presidente da Anfavea. Coube a ele liderar a associação em um dos capítulos mais importantes da história do setor automobilístico. Capítulo que, diga-se, não acabou. Se o Rota 2030 sai? Megale garante que sim.



Christian Castanho e Carol Luz

O que significa, para o senhor, ser um dos quatro personalidades do ano do Prêmio AutoData?

Receber este tributo é uma grande honra pela importância e pela tradição da premiação. Este ano é ainda mais especial porque a editora celebra a expressiva marca de 25 anos. E receber a homenagem ao lado de três grandes executivos enriquece ainda mais o prêmio no ano que registrou o recorde histórico no número de votos recebidos pelo Prêmio AutoData.

Como o senhor resume 2017 para a indústria brasileira?

2017 representa um marco para a indústria automobilística brasileira. Após anos consecutivos de queda de mercado e produção voltamos a crescer. Em alguns casos, como na exportação, esse crescimento deve vir com um recorde histórico. Também marca o fim do Inovar-Auto, política automotiva que nos fez dar um salto tecnológico nos produtos, principalmente na questão de eficiência energética. Com seu fim foi o ano também de intensas discussões para a formação das próximas diretrizes, tratadas no âmbito do Rota 2030.

O Rota 2030 foi seu grande projeto em 2017. Como o senhor dirigiu esse processo? Quais foram as principais dificuldades? O senhor considera o dever cumprido?

O Rota 2030 é um programa único na nossa história, pois é a primeira vez que discutimos os próximos passos da indústria com uma visão de longo

prazo — um horizonte de quinze anos. Isto é fundamental para dar previsibilidade ao planejamento das empresas. Este ponto, aliado ao fato de que praticamente todos os entes da cadeia, fabricantes, autopeças, concessionárias, academia, sindicato e governo, estão envolvidos, forma o principal desafio do Rota 2030, pois são inúmeras visões em jogo para formar um consenso. O programa está em seu início e diversos pontos devem ser definidos no seu decorrer. Ainda há muito trabalho pela frente.

Qual a sua perspectiva para 2018? A indústria crescerá quanto? Quais variáveis podem interferir nesse crescimento?

A Anfavea apresenta suas projeções apenas no primeiro mês do ano, mas a expectativa é de que teremos um crescimento no mínimo igual ao registrado este ano. A aprovação das reformas, principalmente a previdenciária, as eleições e os investimentos em infraestrutura representam os principais desafios para o ano que vem.

Em 2018 o foco será o Rota 2030?

Sim, será o grande desafio e a grande novidade da indústria automobilística.

Chegaremos a 3 milhões de unidades produzidas em 2018?

Para isso, seria necessário uma alta de 10% na produção. O crescimento do ano que vem será no mínimo igual ao desse ano. A nossa projeção é crescer 7,3%.

AD

O Rota 2030 está em seu início e diversos pontos devem ser definidos no seu decorrer. Ainda há muito trabalho pela frente

O alto-falante das autopeças

Com trinta anos de história na Bosch Besalier Botelho tornou-se voz fundamental quando o assunto é autopeças

Redação AutoData | redacao@autodata.com.br

Besalier Botelho acompanha de perto a evolução da indústria automobilística desde os anos 1980, quando pisou pela primeira vez na Bosch. Anos depois foi um dos artilheiros dos motores bicompostíveis. Conduziu, por exemplo, a equipe que desenvolveu o sistema de partida a frio para veículos flex. Desde então, ao lado de outras lideranças, tornou-se voz a ser ouvida quando o assunto envolve o universo dos sistemistas e das autopeças. Em 2012 assumiu a presidência da Bosch. No âmbito do Rota 2030 liderou o grupo de discussão focado em tecnologia, além de ter participado ativamente de outros três. É um importante interlocutor da indústria com o governo.



Christian Castanho e Carol Luz

O que significa para o senhor ser um dos quatro personalidades do ano do Prêmio AutoData?

É uma grande honra receber esse reconhecimento ao lado de pessoas tão importantes. Vindo de AutoData, agência que conhece muito bem o setor e que consegue agregar opiniões muito importantes para o mercado automobilístico, o reconhecimento fica ainda maior.

Como o senhor resume este ano de 2017 para a Bosch?

Depois de três anos de recessão foi um ano com sinais de recuperação. Nesses três anos nos reinventamos e adaptamos nossas estruturas e as nossas capacidades produtivas. Os volumes voltaram a crescer e nossa participação de mercado aumentou. Nós tivemos um crescimento de 26% nas vendas no setor automobilístico para a América Latina, tanto do que é produzido nas plantas brasileiras como do que vem de outras plantas no mundo. Nas nossas plantas brasileiras o crescimento foi de 8%, o que mostra que o Brasil está cada vez mais com tecnologias novas, principalmente na parte de infotainment e segurança.

O que o levou a se tornar uma voz tão ativa no setor de autopeças?

Comecei na Bosch como engenheiro há mais de trinta anos. Ganhei muita experiência em assuntos como uso do etanol e dos motores bicomcombustíveis. Hoje me preocupo bastante com a sustentabilidade dessa indústria, falando da importância da cadeia de

“ Não podemos perder a possibilidade de crescer por falta de reação imediata da base de suprimentos ”

fornecimento, dos tiers 2 e 3, para o sucesso das multinacionais. Minha voz ativa junto ao Sindipeças, à Anfavea e ao governo ajuda nesse sentido.

Como o senhor enxerga o atual momento do Rota 2030?

Independentemente se ainda temos dúvidas em alguns pontos o Rota 2030 será editado até o fim do ano. A discussão envolveu a sociedade e vários setores da indústria. O Brasil só evoluirá se tiver uma visão de longo prazo. Nós temos a sorte de dispor de uma vizinha importante como a Argentina, um mercado de 1 milhão de veículos, também em um processo de renovação. O Mercosul tem uma oportunidade única de delinear o seu futuro. É o momento ideal para lançar o programa. Vamos fazer uma transformação tecnológica para reduzir emissões, aumentar a segurança e a conectividade e nos preparar para a eletrificação e até para a automação.

Qual a sua perspectiva para 2018?

Este ano a produção no Brasil e na Argentina pode chegar a 3,3 milhões ao de veículos. A gente também vê uma recuperação importante do mercado de pesados em função das exportações. Para 2018 acreditamos em crescimento de 10% de produção, porém pode chegar a 20% em alguns segmentos, como o de pesados. Já estamos fazendo simulações para saber, se isso acontecer, como fica nossa base de fornecimento. Não podemos perder a possibilidade de crescer por falta de reação imediata da base de suprimentos. **AD**

O arquiteto da virada

Pelo segundo ano consecutivo o Grupo PSA colocou dinheiro no bolso na América Latina. O português Carlos Gomes liderou a transformação

Redação AutoData | redacao@autodata.com.br

Depois de quase meia dúzia de anos amargando prejuízos na América Latina o Grupo PSA saiu do vermelho. 2017 foi o segundo ano consecutivo no qual a empresa colocou dinheiro no bolso. Se há um grande timoneiro nessa turbulenta travessia ele se chama Carlos Gomes: estabeleceu uma política austera de contenção de gastos, construiu uma nova relação com fornecedores, iniciou uma renovação da linha e, mais importante, unificou as ações da Citroën, da Peugeot e da DS no Brasil.



Christian Castanho e Carol Luz

“Faço parte do comitê executivo mundial do Groupe PSA. A América Latina tem ocupado positivamente grande parte das reuniões”

O que significa para o senhor ser um dos quatro personalidades do ano do Prêmio AutoData?

É a segunda vez que recebo esse importante reconhecimento. Dividir a premiação com grandes personagens do setor é uma honra. Mas quero dizer que se ganhamos como Groupe PSA foi porque temos equipes extremamente dedicadas e capazes. Fizemos grandes e importantes mudanças nos últimos anos, colocando-a no caminho do foco total no consumidor e na rentabilidade.

Como o senhor resume este ano de 2017 para a PSA?

Comemoramos 1,5 milhão de veículos produzidos no Brasil. Continuamos com o nosso plano estratégico mundial, o Push to Pass, de crescimento orgânico sustentável na América Latina. Investimos em um segmento em que somos líderes na Europa, o de utilitários, com o Citroën Jumpy e o Peugeot Expert. Lançamos ainda o 3008, o novo câmbio automático EAT6 e os novos C4 Picasso e Grand C4. Trabalhamos muito com as nossas marcas e seus concessionários com serviços como o Peugeot Total Care e o Compromisso Citroën. A fábrica de Porto Real continuou a receber investimentos para se preparar para novidades.

O senhor foi o grande arquiteto da sinergia Peugeot-Citroën. Como foi o estabelecimento desse processo?

O que fizemos no Groupe PSA foi tornar a nossa empresa mais eficiente e rentável. Produzimos veículos das marcas Peugeot e Citroën no País

desde 2001 e tínhamos oportunidades de sinergia não aproveitadas.

Aprimoramos processos industriais e logísticos, adotamos o sistema de full kitting e tornamos a nossa fábrica uma das melhores do grupo no mundo. Tudo isso melhorou a eficiência produtiva e permitiu redução de custos, com menores estoques, liberação de espaço e processos mais racionais com fornecedores e concessionários.

Qual a perspectiva para 2018?

Esperamos uma retomada gradual, Talvez o mercado atinja os dois dígitos de crescimento em vendas, mas é cedo. É um ano de eleições e de Copa do Mundo. Entendo que essa tendência positiva será mantida. No Groupe PSA, temos o objetivo de alcançar 5% de participação no País até 2021.

Quais as novidades do Groupe PSA para 2018?

Faço parte do comitê executivo mundial do Groupe PSA, no qual decidimos planos e projetos para todas as regiões. Posso dizer que a América Latina tem ocupado positivamente grande parte das reuniões. Entregamos resultados positivos nos últimos dois anos e isso é muito valorizado. Temos fábricas muito eficientes na região, e já anunciamos a introdução da plataforma mundial CMP na Argentina. Em breve anunciaremos novidades relacionadas à nossa marca de mobilidade, a Free2Move. Quanto a novos lançamentos, posso mencionar o 5008, o Jumper, o Boxer e o Berlingo. Mas aguardem mais. Teremos dezesseis lançamentos no Mercosul até 2021. **AD**

Um otimista de resultado

No pior momento da crise Roberto Cortes lançou o programa X, fez a MAN voltar a crescer e anunciou o primeiro caminhão elétrico brasileiro

Redação AutoData | redacao@autodata.com.br

Foram mais de seis anos de sucessivas quedas de produção e de vendas de caminhões e ônibus. Mas Roberto Cortes nunca foi visto com cara feia. Mesmo em tempos de tormenta o CEO da MAN sempre foi puro otimismo. Nunca deixou cair o moral da tropa. Arregaçou as mangas, reuniu a equipe, traçou um plano de recuperação batizado de Programa X e deixou a empresa pronta para decolar assim que a retomada desse as caras. Em julho, após ter reduzido a jornada na produção por quase dois anos, a empresa voltou a trabalhar cinco dias por semana. No fim do ano Cortes ainda liderou a MAN em uma das maiores jogadas da sua história: o lançamento da linha Delivery. O desenvolvimento do caminhão demorou cinco anos e consumiu quase R\$ 1 bilhão



Simão Solomão

O que significa para o senhor ser um dos quatro personalidades do ano do setor automotivo?

Recebi muitos prêmios na vida, mas este de AutoData é um dos mais importantes pelo fato de reconhecer o esforço que fizemos neste ano de dificuldades. Não foi fácil manter o plano de crescimento e manter o máximo dos empregos na empresa. Este reconhecimento mostra que o esforço valeu a pena.

Como o senhor resume este ano de 2017 para a MAN?

Foi um ano de muitos desafios e de muitas conquistas. Marcou a retomada do setor de caminhões, depois de muitos anos no negativo. Começamos muito apreensivos com as sucessivas quedas de vendas. Mas começamos a observar uma melhora. Aumentamos o número de empregados e de horas extras. Adotamos o Programa X e mudamos o humor da empresa. Na Fenatran apresentamos mais de vinte versões novas e lançamos o novo Delivery, um produto de grande impacto no mercado. E ainda anunciamos o desenvolvimento do Delivery elétrico.

O senhor teve uma participação fundamental no lançamento do Delivery no Brasil.

Sem falsa modéstia eu diria que meu mérito foi conseguir provar para o grupo, na Alemanha, que esse projeto era ideal para um país emergente, que fazia sentido. Participei desde as discussões do conceito, das

“Meu mérito foi conseguir provar para o grupo, na Alemanha, que o Delivery era ideal para um país emergente como o Brasil”

decisões da engenharia, da estratégia de produção e do lançamento.

Digo tudo isso com muito orgulho.

Em um ano de crise conseguimos manter nosso plano de investimento inalterado. Nossa fábrica de Resende recebeu quarenta novos robôs para produzir o Delivery. Toda a linha de armação da cabine é automatizada. A receptividade do Delivery superou nossa expectativa. Já temos muitos pedidos e interessados.

Qual a sua perspectiva para a MAN em 2018?

Vamos manter o nível de crescimento que a indústria vem experimentando desde julho de 2017. A tendência é que continue subindo. Aposto em um crescimento acima dos dois dígitos, no mínimo. Mas pode chegar a 20%, já que a base é baixa. Penso neste número para a MAN, em função dos novos produtos, das vinte novas aplicações, do Delivery e das linhas novas do Constellation e do TGX.

Quais as principais novidades da MAN para 2018?

Nossa maior vedete será a versão com capacidade para 3,5 toneladas do novo Delivery. É um segmento novo, que permite dirigir sem ter carteira profissional de habilitação. O caminhão chega já no primeiro semestre. Vamos atuar forte no pós-venda e no segmento de veículos dedicados. Seguindo a Alemanha teremos ainda um grande programa de conectividade e digitalização, chamado Rio.

AD



Imagens meramente ilustrativas.

Minha escolha faz a diferença no trânsito.

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

Acesse: NovoDelivery.com.br

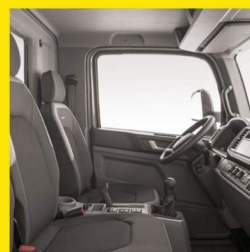
Nunca o conceito
de cabine avançada
foi tão adequado.



Uma marca da MAN Latin America.
www.man-la.com

Totalmente renovado

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



**Caminhões
Ônibus**

A solidez da líder

GM reformula as unidades de negócios na América Latina, estreita a relação com fornecedores, mantém a liderança de vendas e é eleita Empresa do Ano

Redação AutoData | redacao@autodata.com.br

Carlos Zarlenga



A GM foi eleita a Empresa do Ano em 2017 do prêmio AutoData, mas os louros devem ser divididos com o biênio anterior. Foi nesse período, durante o auge da crise do setor automotivo, que a empresa iniciou a profunda remodelação de sua linha de produtos no Brasil – foram doze lançamentos, desde o Onix remodelado ao SUV Equinox.

A ousadia garantiu que a GM inaugurasse 2017 com portfólio de dar inveja à concorrência. Pelo segundo ano consecutivo a empresa fechará dezembro como líder de vendas no Brasil. E com folga. De janeiro a outubro a empresa emplacou 282 mil 645 unidades, 107 mil a mais do que a segunda colocada, a Volkswagen. O Onix, seu carro de entrada, pelo

terceiro ano seguido será o veículo mais vendido.

O momento de alta ocorre junto com a reorganização das unidades de negócios da empresa na América Latina. Desde janeiro a GM América do Sul dividiu-se em três: Mercosul para Brasil e Argentina, Andina para Colômbia, Equador e Venezuela e Central, para Bolívia, Chile, Paraguai, Peru e Uruguai. As três unidades de negócios fazem parte da estrutura GM América do Sul, presidida por Barry Engle.

O objetivo da reestruturação, nas suas próprias palavras, foi aumentar a eficiência, reduzir a burocracia e acelerar o processo de tomada de decisões, pois “a simplificação da nossa estrutura regional sustentará o crescimento da marca”. O argentino Carlos Zarlenga, presidente da GM Mercosul, afirmou que o movimento colocou a companhia em outro patamar de eficiência.

BRASIL-ARGENTINA — No emba-lo da integração Brasil-Argentina buscada pela GM, Zarlenga pediu, em alto e bom som, o mesmo movimento do governo. Ele espera regras integradas, estratégias coletivas e produtos com as mesmas especificações convergindo para um mercado comum aos dois países. “O cenário atual me obriga a ter de 20% a 25% mais partes de um carro do que deveria caso o produto tivesse a mesma especificação. Isso dificulta o controle do inventário e complica a logística de peças.”

Outro fator que ajudou a GM a ser eleita a Empresa do Ano foi uma nova relação construída com os fornecedores. Rogério Negrão, seu diretor de vendas, conta houve a aproximação das empresas de autopeças e hoje a empresa presta uma espécie de consultoria para fomentar o necessário retorno da produção.

“Muitos fornecedores não sobreviveram [à crise] ou não permaneceram conosco”, lamentou Negrão. “Hoje temos uma base menor, mas forte. Quando você deixa de produzir carros como o Classic e passa a produzir carros como o Cruise, você muda de patamar de fornecedores.”

A GM aposta em crescimento para 2018. Segundo Zarlenga há uma demanda reprimida no Brasil, com 2 milhões a 3 milhões de consumidores que adiaram a compra de um carro novo devido à crise, e as estatísticas da empresa mostram que 60% a 70% desse contingente não desistiram do negócio.

O otimismo também se reflete nas exportações, que a companhia pretende ver crescer de 92 mil unidades, previstas para este ano, para 127 mil no ano que vem, uma alta de 30%.

A empresa manteve a projeção de aportar R\$ 13 bilhões no Brasil de 2014 a 2020 e, de olho em um futuro cada vez mais próximo, anunciou o desejo de liderar a corrida rumo à eletrificação dos automóveis. Para Zarlenga a eletrificação é a maior oportunidade da indústria automobilística desde a sua própria criação. **AD**

A falta de
integração Brasil-
Argentina dificulta
o controle do
inventário e
complica a
logística de peças

ARGO

VOCÊ NÃO DIRIGE.
VOCÊ SENTE.



Pela vida. Escolha o trânsito seguro. ARGO.FIAT.COM.BR

Garantia Fiat de 3 anos. Para usufruir dessa garantia, é obrigatória a realização das Revisões Programadas. O prazo de garantia oferecido já inclui os 90 dias da garantia legal. Para mais informações, consulte os manuais de Garantia e de Uso e Manutenção. Imagem meramente ilustrativa, com alguns itens opcionais. SAC 0800 707 1000 / 0800 282 1001.



Central Multimídia 7"

Conexão com Apple CarPlay e Waze por Android Auto.



Quadro de instrumentos de 7"

Visualize as funções do carro.



Câmbio automático de 6 velocidades

Respostas precisas e rápidas em qualquer situação.



Keyless Entry 'N' Go

Ligue o carro sem precisar usar a chave.



Leo Burnett Tailor Made

ARGO HGT 1.8 FLEX, 4 PORTAS, 2018.
CONHEÇA TAMBÉM AS VERSÕES 1.3 E 1.0.

FIAT

Líder, Mercedes-Benz não descansa

Eleita na categoria Montadora de Veículos Comerciais, empresa se diz mais forte depois da crise e confirma R\$ 2,4 bi para investir até 2022

Gilmara Santos | gilmara@autodata.com.br

Roberto Leoncini



Christian Castanho e Carol Luz

Líder histórica de vendas no mercado brasileiro de caminhões e ônibus, a Mercedes-Benz foi eleita na categoria Melhor Montadora de Veículos Comerciais do Prêmio AutoData. Para Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO para a América Latina, o fato de a esco-

lha ser resultado dos votos de leitores das publicações da editora e de especialistas do setor faz o reconhecimento ser de grande importância para a companhia. “Trata-se de uma referência na indústria automobilística brasileira”, diz Schiemer. “Pela credibilidade que traz, a conquista nos proporciona

“Estamos otimistas com a retomada do crescimento econômico do Brasil. A tendência de alta dos últimos meses deverá se manter em 2018.

Philipp Schiemer, presidente

muito orgulho, satisfação e alegria.”

De acordo com Schiemer, o prêmio reflete o reconhecimento de quem vive a realidade do universo automobilístico, atestando o desempenho e o comprometimento das empresas premiadas com as demandas do setor.

Para o executivo, o reconhecimento contribui para que a montadora siga firme na estratégia de investimentos no mercado brasileiro, apesar da crise financeira que assolou a economia nacional nos últimos três anos.

Em outubro, a empresa anunciou um investimento de R\$ 2,4 bilhões no Brasil de 2018 e 2022. “Estamos otimistas na retomada do crescimento econômico do Brasil. Neste fim de 2017, já notamos sinais de recuperação nas vendas de caminhões. Confiamos que essa tendência se manterá em 2018, confirmando efetivamente uma volta a bons volumes de vendas e de produção”, diz o executivo.

Há mais de seis décadas no Brasil, com o início das atividades em São Bernardo do Campo, SP, a fabricante considera o Brasil um dos principais mercados de veículos comerciais da marca no mundo. “O potencial econômico segue promissor, com excelentes desempenhos em setores como o agro-negócio e infraestrutura, que necessitam de muito caminhão.”

INDÚSTRIA 4.0 — O aporte de R\$ 2,4 bilhões será destinado à continuidade da modernização das fábricas de caminhões e ônibus no País rumo à Indústria 4.0 e à melhoria contínua dos veículos comerciais. O valor inclui

também o desenvolvimento de novos produtos e de tecnologias em serviços e conectividade. Dessa forma, a empresa investe em novas soluções de transporte para os clientes.

Entre os lançamentos realizados neste ano, a montadora destaca a recém-lançada linha de caminhões 2018 na Fenatran, o maior salão do segmento no País. “São quase 30 novos recursos de tecnologia, conforto, segurança, desempenho e economia para as famílias Accelo, Atego, Axor e Actros”, lembra Schiemer.

A renovação dos caminhões da marca atende às demandas e expectativas dos clientes. Dessa forma, eles estão totalmente atualizados e sintonizados com as reais necessidades do transporte de carga no País, tendo como base o mote As estradas falam. A Mercedes-Benz ouve”, diz o executivo. “Ou seja, a nova linha de caminhões foi desenvolvida nas estradas. É o transportador e o motorista nos guiando sobre o que é melhor para eles.”

Para Schiemer, 2017 foi um ano difícil, mas também de muita preparação para 2018 e para os próximos anos. “Estamos com nova linha de produtos e um portfólio ainda mais amplo e abrangente de serviços. Temos atrativas soluções financeiras para os clientes, como as opções do Banco Mercedes-Benz e do Consórcio Mercedes-Benz. E contamos com uma rede de concessionárias cada vez mais preparada para atender os clientes com qualidade e agilidade, onde ele precisar, porque estamos presentes em todos os estados do Brasil.” **AD**

A tal da montagem compartilhada

Novo sistema de produção na fábrica paulista da Volvo Construction Equipment aumentou produtividade, reduziu lead time e gerou ganhos ambientais

Roberto Hunoff | redacao@autodata.com.br



Christian Castanho e Carol Luz

Única das 16 unidades fabris da Volvo CE no mundo a possuir uma linha de montagem para dois produtos — carregadeiras e caminhões articulados —, a fábrica latino-americana da empresa, em Pederneras, SP, foi reconhecida com o Prêmio AutoData 2017 na categoria

Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção. A adoção da montagem compartilhada, colocada em prática este ano, aumentou a eficiência e melhorou a capacidade instalada na operação.

Desenvolvida pelos próprios engenheiros, supervisores e funcioná-

SISTEMAS ELETRÔNICOS MAGNETI MARELLI. A TECNOLOGIA DE DADOS QUE VOCÊ QUER VER AMANHÃ NO SEU CARRO JÁ CHEGOU.



A Magneti Marelli está projetando hoje os sistemas de informação e inteligência que você vai usar amanhã no seu automóvel. Para isso, investe em soluções inovadoras capazes de combinar segurança, facilidade de uso, qualidade e tecnologias de última geração para desenvolver e produzir os mais avançados painéis de instrumentos e display, sistemas de infotainment e telemáticos. Por isso, seja como for o acesso a informações e dados no futuro, pode ter certeza de que estaremos lá, com você.

PRODUZINDO O FUTURO HOJE.

rios locais, a mudança aperfeiçoou a estrutura interna da fábrica, promovendo novas sinergias na produção e melhorias nas áreas de suporte. O objetivo principal é fazer com que os clientes passem a receber os produtos mais rapidamente, com menor lead time.

Na mesma linha são produzidos os caminhões articulados A25G e A30G e as carregadeiras L60F, L70F, L90F, L110F e L120F. A Volvo é líder absoluta no segmento de articulados no Brasil e uma das líderes nesta área no mercado latino-americano. Estes equipamentos são usados principalmente em construção, obras de infraestrutura e mineração.

As carregadeiras da marca são utilizadas em uma infinidade de diferentes aplicações, que vão da construção civil e da mineração, passando por pedreiras e reciclagem, até na agricultura e na pecuária.

INEDITISMO — De acordo com Wladimir Garcia, vice-presidente e diretor-geral do complexo industrial da Volvo CE na América Latina, o compartilhamento da linha de produção é inédito no sistema industrial global da Volvo Construction Equipment, divisão do Grupo Volvo que produz equipamentos de construção. “Com a mudança, aumentamos a eficiência e melhoramos a capacidade instalada. Reduzimos a complexidade da fábrica e consolidamos as áreas suportes, como engenharia, qualidade e logística. O projeto possibilitou diminuir em cerca de 10% o tempo de

montagem das máquinas”, assinalou.

Afrânio Chueire, presidente da Volvo CE Latin America, acrescenta que, na prática, o benefício final é do cliente, que recebe a máquina de forma mais rápida. Outra vantagem citada por Chueire é que a mudança gerou ganhos ambientais. A junção das linhas de produção permitiu diminuir anualmente a emissão de 41 toneladas de CO₂, assim como economizar cerca de 120.000 kW de energia elétrica. “Respeito ao meio ambiente é um dos valores fundamentais da Volvo”, afirmou.

PROVEDOR MUNDIAL — A fábrica latino-americana da Volvo CE se transformou em um provedor mundial. Além de produzir para o Brasil, a unidade envia atualmente máquinas para toda a América Latina e para os principais mercados internacionais, como Estados Unidos, Europa e Ásia. Do total produzido, 64% são exportados.

A Volvo produz localmente escavadeiras, carregadeiras, caminhões articulados e compactadores de solo, além de escavadeiras da SDLG, outra marca de equipamentos do grupo. Primeira da corporação a fazer usina-gem a seco, a fábrica de Pederneiras, que completa 42 anos em 2017, está entre as líderes mundiais em manufatura enxuta. Com um dos maiores índices de qualidade do Grupo Volvo e reconhecida internacionalmente por seus projetos inovadores, a planta é um dos principais elos do sistema industrial global da corporação. **AD**

“Aumentamos a eficiência e a capacidade instalada. O projeto reduziu em 10% o tempo de montagem das máquinas.”

Wladimir Garcia, vice-presidente



O carro não precisa ser básico se o financiamento for Itaú.

Com o novo financiamento de acessórios e serviços do Itaú, você pode incluir até 4% do valor do veículo em acessórios ou serviços, sem comprometer a aprovação do crédito. E o melhor disso é que o valor fica diluído no mesmo prazo do seu financiamento. Agora além do carro novo, você já pode sair com o carro equipado.

Acesse: itau.com.br/veiculos

Sujeito à análise de crédito. Produto disponível apenas nas concessionárias e lojas parceiras do Itaú.

Itaú. Feito para você.



Sistemista

Robert Bosch

Inovação e qualidade premiam Bosch

Eleita a melhor sistemista, empresa mira indústria 4.0, conectividade e automação para seguir no topo

Gilmara Santos | gilmara@autodata.com.br



“É um reconhecimento importante porque é um termômetro da indústria e também porque estamos fazendo parte da história.” Assim Besaliel Botelho, presidente da Robert Bosch, definiu a eleição de empresa como a Melhor Sistemista no Prêmio AutoData 2017. Para o executivo,

um dos principais diferenciais da Bosch é a inovação. “Faz parte do nosso DNA”, diz.

Botelho destaca ainda a qualidade dos produtos desenvolvidos pela empresa, presente no Brasil desde 1954. “Investimos para buscar coisas novas e garantir que sigamos neste processo

de buscar novidades e mais inovação e tecnologia para o futuro.” Segundo o executivo, o tempo é de conectividade. A chamada internet das coisas, IOT, em inglês, tem ganhado destaque dentro desse universo de tecnologia. “A conectividade se tornou uma solução tecnológica para todas essas ino-

vações que estamos acompanhando.”

Para o futuro, o executivo considera que a companhia poderá contribuir na transformação com soluções de mobilidade, eletrificação e automatização. No caso do Brasil, ele cita ainda a vantagem de ter o etanol, importante aliado na busca pela redução de emissões de CO₂. “O Brasil é o celeiro do mundo para o grande futuro da energia limpa e temos grandes oportunidades de inovação em várias áreas”.

Além disso, a indústria 4.0 está melhorando a performance das empresas e vai ajudar a indústria a estar forte com a volta do mercado, considerando que a economia nacional começa a dar sinais de recuperação depois de quase três anos de recessão financeira. A companhia realizou investimento na ordem de R\$ 100 milhões para fazer a renovação dos produtos com novas gerações de ABS, de sensores e válvulas de injeção, por exemplo. O executivo destaca ainda as soluções oferecidas pela companhia para aumentar e tornar mais eficiente a produção agrícola e, ao mesmo tempo, reduzir o impacto ambiental.

A companhia faturou no mercado global ano passado cerca de € 73 bilhões e a expectativa é fechar 2017 com faturamento acima de € 77 bilhões. “Na América Latina, tivemos um crescimento nominal em torno de 19% no ano passado”, diz. As vendas gerais no período subiram cerca de 6%, enquanto a indústria automobilística, que responde por 68% dos negócios da companhia, apresentou alta de aproximadamente 8%.



Infotainment em alta. Em 2016, empresa faturou € 73 bi no mundo

Divulgação/Bosch

Na projeção de Botelho, 2018 será de crescimento no Brasil, onde a empresa soma quatro fábricas — duas em São Paulo, uma no Paraná e uma na Bahia. “A Argentina está crescendo cerca de 30% e estamos acompanhando como ficará o Brasil, já que observamos alta nas vendas de carros nos últimos meses com a retomada do crédito e da confiança do consumidor”, avalia Botelho. Segundo o executivo, esse cenário tende a contribuir principalmente para o segmento de pesados, que há muito tempo está parado. **AD**



Pela vida. Escolha o trânsito seguro.



Nossa tecnologia ganha muito mais força
quando passa a fazer parte de sua vida.

Mercedes-Benz. Uma empresa apaixonada por fazer a diferença na sua vida.

www.mercedes-benz.com.br | CRC: 0800 970 9090

Mercedes-Benz



Rumo à América Latina

Processo de reestruturação leva Neo Rodas a arrumar a casa
e a conquistar espaço no mercado OEM dentro e fora do Brasil

Bruno de Oliveira | bruno@autodata.com.br



Christian Castanho e Carol Luz

A Neo Rodas deu início ao seu processo de internacionalização na região da América Latina, passando a oferecer rodas de alumínio para a chinesa Lifan, que anunciou seu retorno à produção no Uruguai, e a exportar para a General

Motors no Chile e na Argentina. Mas antes de decolar rumo aos mercados vizinhos a empresa teve de passar por processo que reestruturou sua operação após a compra da Alujet pelo Grupo ABG, negócio que lhe deu origem.

A Alujet, que ganhou destaque

no mercado com as rodas Binno, foi uma das empresas negociadas pelo Grupo Sifco no ano passado. Por R\$ 18,2 milhões os empresários Alexandre Abage, do Grupo ABG, e Carlos Santiago, do Grupo Handel, adquiriram os seus ativos — fábrica, equipa-

mentos, contratos e certificados. Com os dois negócios a expectativa é a de chegar a 600 mil rodas vendidas até o fim deste ano, volume que supera as 540 mil de 2016.

ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA —

A companhia espera tornar viável o volume de produção depois de uma série de investimentos nas linhas de produção e da liquidação de dívidas contraídas pelas empresas que a antecederam. Segundo seu diretor comercial, Murillo Di Cicco, a organização financeira foi fundamental para que a Neo Rodas conquistasse mais espaço no mercado:

“A construção de um cenário mais positivo do ponto de vista financeiro nos permitiu dar continuidade aos negócios firmados na época da Alujet”.

Em agosto a empresa aumentou sua produção em 1 mil rodas de alumínio/dia com a aquisição de uma nova célula de usinagem, elevando a capacidade para 4 mil unidades diárias. A máquina demandou investimento de R\$ 5 milhões.

Os resultados da reestruturação refletiram positivamente no balanço do primeiro semestre, diz o executivo: a produção chegou a 330 mil rodas, o que representou aumento de 33% com relação ao mesmo período do ano passado. Para o segundo semestre a estimativa é a de aumentar a produção em, no mínimo, 40%. Boa parte desse crescimento será impulsionada pelos lançamentos de veículos, como o novo VW Polo.

Em seu primeiro ano de atuação,

“Conseguimos os contratos da GM e da Lifan e estamos conversando com mais três montadoras que atuam na Argentina

Murillo Di Cicco,
diretor comercial

completados em outubro, a empresa obteve contratos de fornecimento para as principais fabricantes no mercado OEM, e FCA, Hyundai CAO, Lifan, Mitsubishi e Volkswagen são das principais. Afora os novos contratos a empresa já era fornecedora de rodas para veículos como o Chevrolet Montana, para os VW Fox, Gol, Voyage, Saveiro e up! E na FCA de Argo, Dobló, Jeep Renegade, Mobi, Siena, Strada, Toro e Uno.

OLHO NA ARGENTINA — Segundo Di Cicco a Neo Rodas seguiu por esse caminho como forma de ter alternativas às oscilações do mercado brasileiro: “Ter opções de mercado além da nossa carteira consolidada é o principal item do nosso plano para 2017. Neste sentido conseguimos os contratos com GM e Lifan e estamos conversando com mais três montadoras que atuam na Argentina. Ainda são volumes relativamente baixos, mas que demonstram certa atividade internacional da empresa”.

Atualmente a unidade produtiva, localizada em Vinhedo, SP, opera com 280 funcionários em três turnos para atender, principalmente, ao mercado interno, apesar dos pedidos de exportação, aponta Di Cicco. Ele diz, também, que o objetivo para 2018 é aumentar ainda mais a capacidade de produção: “Diante da evolução apresentada por nossa empresa nossa principal meta, agora, é preencher a capacidade que temos da fábrica, que é de 100 mil rodas por mês, exportando e atendendo ao mercado interno”. **AD**

MWM apostou na reposição

Fabricante de motores diesel da Navistar aproveitou negócios no aftermarket para superar a desaceleração do mercado

Bruno de Oliveira | bruno@autodata.com.br

Eduardo Luzzi, Márcio Stéfani e Thomas Püschel



Christian Castanho e Carol Luz

A fabricante de motores diesel MWM passou por processo de reformulação da sua operação no Brasil para se adequar ao desaquecimento do mercado de veículos comerciais. Dentre as principais estão a reestruturação da produção em São Paulo

e em Jesús María, Argentina, e a aposta no segmento de reposição, que trouxe oportunidades reais de negócios às fabricantes de caminhões e ônibus.

Trazer de Canoas, RS, para São Paulo as linhas de produção de motores e o centro de distribuição de peças, e

MAXION WHEELS MATTER



Maxion Wheels agradece a General Motors pelos prêmios Supplier Quality Excellence Award 2016, recebidos para nossas plantas de Limeira e Guarulhos.

Qualidade em todos os detalhes é nosso compromisso.
A busca pela melhoria contínua é nossa inspiração.

www.maxionwheels.com

Siga-nos no Facebook



“Adotamos o lean,
que aumentou
de 20% a 30%
a eficácia dos
nossos processos

Thomas Püschel,
diretor de marketing e vendas

reduzir a operação argentina para cortar custos, fez com que a empresa ganhasse fôlego para enfrentar o período de quedas nas vendas de caminhões e ônibus aqui, o que fez com que seus clientes, como Agrale, MAN e Volvo, por exemplo, reduzissem os pedidos.

Com a operação mais enxuta a empresa tratou de buscar oportunidades no aftermarket — mercado que deve movimentar em este ano R\$ 121 bilhões, segundo dados do GMA, o Grupo de Manutenção Automotiva, do qual faz parte o Sindipeças. Atualmente a unidade de negócios de distribuição e venda de peças da empresa representa cerca de 20% do faturamento no Brasil, com portfólio de 17 mil itens em três linhas de produtos.

Thomas Püschel, diretor de marketing e vendas da MWM, destaca que a revitalização promovida na área de reposição fez com que a empresa aumentasse os esforços comerciais no mercado: “Existem 5 milhões de veículos diesel rodando no País e 2,6 milhões deles possuem motores MWM. Nos últimos meses fizemos a maior revitalização da área para aumentar o foco nos negócios deste setor que segue oferecendo oportunidades importantes”.

A aposta na unidade de aftermarket, composta por uma equipe de duzentas pessoas, demandou investimento. O principal foi a inauguração, no ano passado, de um novo centro de distribuição de componentes em Jundiá, SP, estrutura que antes estava instalada dentro da desativada fábrica de motores e caminhões International em Canoas: “Ganhamos eficiência com a transferência

do estoque. Também adotamos o lean manufacturing, que aumentou de 20% a 30% a eficácia dos processos”.

Ainda que o mercado de veículos comerciais esteja se recuperando a empresa não desviou, no entanto, seus olhares do mercado onde atua há mais de sessenta anos. A interrupção na queda das vendas na comparação com o desempenho comercial do setor em 2016 fez os telefones voltarem a tocar. Sobretudo na MAN, empresa que vem prospectando negócios dentro e fora do Brasil com êxito.

Em maio a MWM atingiu a marca de 100 mil motores MAN D08 entregues à MAN, sua parceira há trinta anos. A MWM tem uma linha de produção de 2,5 mil m2 dedicada à produção exclusiva dentro da fábrica paulista. O maior volume desses componentes se concentrou no Brasil, mas também há vendas internacionais expressivas.

A empresa também procurou oportunidades de vendas no Exterior em ano favorável. Há ônibus no México que rodam com motores Euro 5. Segundo a MWM há um plano de expandir sua atuação nos mercados vizinhos. Tanto que em novembro participou da Expo Transporte 2017, considerado um dos eventos mais importantes do segmento de transporte de passageiros no México.

“Nossa marca possui grande aceitação no México, e neste contexto a sua participação no evento é fundamental para reforçarmos presença, apresentarmos nossos produtos, serviços e explorarmos novas oportunidades na exportação.”

AD

Novo Polo inova em design, alta performance e segurança



Lançado de forma praticamente simultânea com a Alemanha, o Novo Polo chega ao Brasil com o que há de mais moderno em design, inovação, alta performance e segurança. Para ser produzido na Fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), a empresa investiu cerca de R\$ 2,6 bilhões.

O Novo Polo começou a ser vendido neste mês com três opções de motores e duas de transmissão, nas versões Polo, Polo MSI, Polo Comfortline 200 TSI e Polo Highline 200 TSI. O modelo tem garantia total de três anos, sem limite de quilometragem.

Todas as versões do veículo têm classificação “A” no Programa de Etiquetagem Veicular do INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia), ou seja, a mais eficiente.

Na versão com motor 1.0 MPI, o Novo Polo é capaz de rodar até 12,9 km/l na cidade e 14,3 km/l na estrada, abastecido com gasolina. Com etanol, são 8,8 km/l na cidade e 10 km/l na estrada. Apesar de maior do que a versão anterior, o veículo é 44 kg mais leve, o que garante a maior economia de combustível.

Outro ponto positivo é a segurança. O Novo Polo é equipado de série, em todas as suas versões, com quatro airbags – dois dianteiros e dois laterais. Esses airbags fazem parte do pacote de Segurança Passiva, adotado para o veículo.

Outro ponto positivo é a segurança. O Novo Polo é equipado de série, em todas as suas versões, com quatro airbags – dois dianteiros e dois laterais. Esses airbags fazem parte do pacote de Segurança Passiva, adotado para o veículo.

O Novo Polo é um modelo global, mas chega ao mercado brasileiro com design dianteiro exclusivo. O carro tem formato compacto, com marcas expressivas. A versão final do automóvel foi alcançada depois de pesquisas com clientes brasileiros, atendendo a regionalização dos produtos Volkswagen.

Para o Brasil, a suspensão do Novo Polo foi elevada em 20 mm em relação à versão europeia. Com uma barra estabilizadora dianteira de 20 mm de diâmetro (versão com motor TSI), o carro passa a ter um maior vão livre em relação ao solo, o que garante robustez em rodagem.

O Novo Polo também chega ao Brasil com um interior mais sofisticado. A cabine foi pensada com a digitalização dos mostradores e controles, assim como melhorias na conectividade, o que resultou em uma arquitetura contemporânea. O seu interior tem três níveis de acabamento.

Todas as versões do Novo Polo trazem de série um prático suporte para celular sobre o painel, com entrada exclusiva USB para carregamento.



Volkswagen

Por cima da crise

Em ano de incêndio e morte de seu fundador, Marcopolo foca na exportação, aprimora o lean, lança produto, compra concorrente e vence Prêmio AutoData

Roberto Hunoff, de Caxias do Sul, RS | redacao@autodata.com.br



Francisco Gomes Neto

Christian Castanho e Carol Luz

Para enfrentar a crise dos últimos quatro anos, a Marcopolo adotou uma série de medidas para qualificar seus níveis de eficiência e produtividade, bem como para a racionalização de custo. O objetivo maior foi aumentar a competitividade, não apenas interna, mas especialmente externa, de forma a amenizar as perdas do mercado doméstico, que caiu perto de 60%.

O plano também incluiu a aquisição da fabricante de ônibus Neobus, negociação iniciada em 2015 e concluída em 2017. O ponto central foi o de aproveitar sinergias das plantas, buscando maior eficiência e racionalização de custos. As duas marcas têm operações próximas, na Região Administrativa de Ana Rech, em Caxias do Sul, RS.

Para o diretor-geral da companhia, Francisco Gomes Neto, alguns pontos estão sendo fundamentais neste processo de recuperação. Um deles é o contínuo foco nas exportações, que apresentaram desempenho altamente positivo e amenizaram as perdas do mercado interno. Até setembro passado, elas avançaram 2,2% sobre igual período de 2016, somando R\$ 662,8 milhões. “Foi uma retomada difícil, com dezenas de funcionários viajando de forma sistemática a diferentes países na recuperação de antigos clientes e prospecção de novos”, destacou. A área de exportações foi redesenhada — passou a atuar com representantes por região e não mais com diretoria específica para todos os mercados.

Visando ganhos de eficiência e produtividade, aumento da segurança e redução de retrabalhos, a Marcopolo adotou a metodologia lean em suas fábricas. De acordo com Gomes Neto, no cargo desde junho de 2015, as medidas incorporadas já resultaram em redução de 70% no número de acidentes de trabalho e de 40% em pontos de demérito na qualidade, além do aumento de 10% na produtividade. “Aprendemos muito com a crise, por isso, continuaremos cada vez mais focados nas estratégias de aumento da eficiência e de racionalização dos custos. Não dá para se acomodar”, enfatizou.

A política da Marcopolo é de entender as estratégias usadas no Brasil para as demais operações no exterior. Algumas, como México e Colômbia, já estão em fase de implantação. Índia e Austrália começam a dar os primeiros

Foi uma retomada
difícil, com
funcionários
viajando
sistematicamente
para recuperar
antigos clientes e
prospectar novos

passos. “A filosofia foi muito bem aceita nas unidades do Brasil, os funcionários compreenderam as motivações e têm participado ativamente das ações para a melhoria contínua”, salientou.

SITUAÇÕES CRÍTICAS — Além das dificuldades decorrentes do mercado em baixa, a Marcopolo precisou superar duas situações críticas. Em junho de 2017, a morte de seu fundador e presidente emérito, Paulo Bellini; em setembro, a destruição, por um incêndio, da unidade de fabricação de componentes plásticos, que impôs uma parada de 15 dias na produção de ônibus, num momento em que a montadora passava por crescimento nas vendas.

O incêndio forçou antecipação de ações, como a ocupação de espaços ociosos na planta industrial da Neobus. Um dos pavilhões está sendo preparado para receber a unidade de componentes, sem que isto comprometa a decisão de desativar a planta do Bairro Planalto e transferir para o parque da Neobus a produção dos modelos Volar e de micro-ônibus. A área da antiga planta, com mais de 60 anos, deverá ser vendida no futuro.

De acordo com o Gomes Neto, a empresa segue investindo no desenvolvimento de novos produtos. Neste ano, lançou o Torino S (Soluzione), que traz soluções para deixar a manutenção e operação com custos menores, sem comprometer a qualidade das operações. O modelo é produzido na planta de Duque de Caxias, no Rio de Janeiro, que concentra a produção da maioria das unidades de urbanos da marca. **AD**

**Reconhecimento em
inovação e tecnologia.**
O nosso veio em dose tripla.

Volvo. A única premiada em 3 categorias do Prêmio AutoData.

- Veículo ônibus: Ônibus Híbrido Volvo.
- Inovação tecnológica: Caminhão Autônomo Volvo.
- Montadora de máquinas agrícolas e de construção: fábrica Volvo de Pederneiras (SP).

www.volvo.com.br



Minha escolha faz a diferença no trânsito.



VOLVO

Uma estrutura sólida e flexível

Empresa investiu em seu centro de pesquisa em Sumaré e lançou o primeiro modelo desenvolvido no Brasil, o WR-V

Caio Bednarski | caio@autodata.com.br



Um dos pontos sobre os quais a Honda está trabalhando e que a ajudou a levar Prêmio AutoData 2017 na categoria Gestão é a descentralização dos seus centros de pesquisa e desenvolvimento. A empresa instalou um destes complexos no Brasil, na mesma área da planta de Su-

maré, SP, após receber investimento de R\$ 100 milhões. O primeiro produto totalmente desenvolvido pelo centro brasileiro é o WR-V, lançado no início deste ano.

Paulo Takeuchi, diretor executivo de relações institucionais da Honda South America, disse que "é uma

grande satisfação receber esse prêmio, que representa a assertividade das ações da Honda frente ao ambiente de negócios no País". De acordo com Takeuchi, a indústria automotiva vem se recuperando de um contexto adverso e as ações da empresa estão focadas no investimento e na manutenção de

uma estrutura sustentável e apta para reagir adequadamente ao momento da retomada do mercado. “O retorno positivo representado pela premiação nos alegra muito.”

Segundo a Honda a busca pelo aperfeiçoamento da gestão “é permanente” e trabalhado diariamente com foco em questões relacionadas ao meio ambiente, segurança e tecnologia, que se somam à visão de qualidade da empresa em todo o mundo. No Brasil, seu principal mercado na América do Sul, o foco do trabalho é em adaptações de custos, nacionalização de componentes e atendimento às demandas específicas dos consumidores locais.

INTEGRAÇÃO DAS REGIÕES — Para continuar sendo referência em gestão na indústria automotiva, a Honda faz planos futuros a fim de se aprofundar na cooperação e na integração das sete regiões em que atua, focando no uso mais eficiente de seus recursos e conhecimentos para alcançar resultados positivos e fortalecer a competitividade mundial.

“O esforço será baseado na perspectiva de contribuição para a matriz, em que cada região será responsável por buscar o desenvolvimento de produtos atraentes, que atendam às necessidades locais, mas também tenham potencial global, um resultado já visto no Brasil com o lançamento do WR-V, que está sendo produzido também na Índia.”

A empresa não revelou o investimento global feito para a descentra-

lização dos centros de pesquisa e desenvolvimento, mas no Brasil também houve investimento de R\$ 20 milhões no CDT, Centro de Desenvolvimento e Tecnologia, de motocicletas, em Manaus. Para o futuro, a Honda seguirá investindo: “Investiremos continuamente em estrutura de pesquisa e desenvolvimento, bem como em equipamentos e ferramentais com o intuito de tornar a linha mais flexível, ampliar a capacidade produtiva e aumentar a produtividade e eficiência dos processos”.

De acordo com Takeuchi o trabalho visa a desenvolver modelos que atendam cada vez melhor às necessidades específicas dos consumidores sul-americanos, com índices crescentes de componentes nacionais.

O primeiro Centro de P&D de automóveis da Honda na América do Sul foi fundado em 2001, com novas instalações e ampliações sendo feitas em 2014, empregando trezendo funcionários e estrutura global: “Temos laboratórios e equipamentos técnicos de última geração que possibilitam o desenvolvimento de componentes, além da realização de testes de durabilidade, medição de emissões e de consumo”.

Segundo Takeuchi os equipamentos para esses últimos testes já possuem tecnologia necessária para atender aos requisitos legais e ambientais que entrarão em vigor a partir de 2020. A unidade também representa um dos principais núcleos de inovação e desenvolvimento da Honda fora do eixo Japão-Estados Unidos. **AD**

Investiremos em P&D, bem como em equipamentos, para tornar a linha mais flexível e aumentar a eficiência dos processos

Um passo à frente

Primeiro caminhão autônomo brasileiro deu vitória à Volvo. Ao substituir condução humana, modelo aumenta produtividade na colheita.

Roberto Hunoff | redacao@autodata.com.br

Gilberto Vardânega



Christian Castanho e Carol Luz

O modelo VM Autônomo, desenvolvido para eliminar a perda de produtividade provocada pelo pisoteamento de soqueiras (brotos) pelo veículo durante a colheita da cana, garantiu o Prêmio AutoData 2017 na categoria Inovação Tecnológica para a Volvo. Trata-se do primeiro caminhão autônomo desenvolvido no Brasil.

Com uma solução desenvolvida pe-

los especialistas da empresa no país a partir de tecnologias já disponíveis globalmente no Grupo Volvo, o VM Autônomo elimina, sozinho, 4% das perdas de produtividade provocada pelo pisoteamento de soqueiras. “É um sistema extremamente avançado para aumentar a eficiência da operação de transbordo de cana”, declara Gilberto Ribas, vice-presidente de engenharia do Grupo Volvo América Latina.

Conduzido autonomamente, o caminhão roda ao longo das linhas da plantação, sem passar por cima das soqueiras. Com precisão de 2,5 centímetros, considerada bastante alta, reduz a queda da produtividade a valores mínimos. Dados disponíveis em pesquisas do setor sucroalcooleiro apontam que no Brasil o pisoteio das soqueiras diminui entre 5% e 10% a produtividade anual da cultura.

MWM VENCEDORA DO PRÊMIO AUTODATA 2017.

Foi você quem nos trouxe até aqui!

Reduza a velocidade, preserve a vida.



***Agradecemos aos parceiros, fornecedores, colaboradores
e, principalmente, aos clientes pela confiança.***

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



facebook.com/MWMmotores



@MWMmotores

MWM
A NAVISTAR COMPANY
mwm.com.br

O modelo VM autônomo aumenta a eficiência da operação de transbordo de cana

Gilberto Ribas,
vice-presidente de engenharia

A precisão no trajeto do caminhão na plantação é extremamente importante, porque as soqueiras resultantes da colheita se transformam novamente em pés adultos de cana-de-açúcar nas safras subsequentes. O replantio canavieiro é feito a cada cinco anos, com uma média de cinco safras por plantio. Como a colheita ocorre num período curto de tempo, o trabalho tem que ser feito 24 horas por dia, sete dias por semana.

HUMANAMENTE IMPOSSÍVEL — Pela severidade própria da operação, da pouca visibilidade noturna e da palha que cai sobre o solo, o motorista não consegue conduzir o veículo de forma precisa e evitar o pisoteamento dos brotos. “É uma tecnologia que resolve o problema de precisão, humanamente impossível de conseguir, inclusive nas manobras em marcha ré”, acrescenta Roberson Oliveira, gerente de projeto de engenharia avançada do Grupo Volvo América Latina.

Bernardo Fedalto, diretor de caminhões Volvo no Brasil, enfatiza que pela alta precisão no traçado do caminhão, o motorista somente acompanha a operação e utiliza o seu tempo para outras tarefas, como o transbordo, o descarregamento e outros controles administrativos da operação. “Nossa solução garante maior produtividade no campo e mais rentabilidade no negócio. Trouxemos para o Brasil o que há de mais avançado nesta área e também desenvolvemos tecnologia de ponta no país”, observa.

Depois do mapa digital do canavial

ser inserido no computador de bordo do caminhão, a solução da Volvo reconhece precisamente as linhas da plantação, evitando o pisoteamento. O papel do condutor é conduzir o veículo até o início da linha na lavoura, encontrando a rota a ser seguida, e depois retirá-lo da plantação para fazer o transbordo nos veículos de transporte que levarão a carga até a usina de açúcar. O VM Autônomo desenvolvido para a colheita da cana-de-açúcar mecanizada é um caminhão com tração 6x4, com pneus de alta flutuação, mas dotado de outros modernos equipamentos.

O sistema é composto por duas antenas GPS de alta precisão, parte do sistema VDS, Volvo Dynamic Steering, o sistema de esterçamento da marca, dois giroscópios de alta sensibilidade e um display posicionado no interior da cabine do caminhão, que funciona como interface homem-máquina. Ainda assimilou, por exemplo, o Co-Pilot da Volvo Construction Equipment, e também dispositivos da Volvo Penta e da Volvo Bus, respectivamente para o posicionamento do caminhão nos mapas e para a integração na arquitetura eletrônica do veículo.

O VM Autônomo utiliza a tecnologia RTK, Real Time Kinematics, para geolocalização. Usando unidades de medição de inércia, o sistema identifica a inclinação e o deslocamento do veículo, tanto da cabine como do chassi, bem como seu movimento relativo, inclusive a angulação do terreno. O controle lateral do caminhão é preciso, justamente para que os pneus não passem por cima das soqueiras. **AD**

PELA MESMA FAIXA DE PREÇO,
O QUE FALTA NA CONCORRÊNCIA
SOBRA NO FORD FUSION.



FORD FUSION, VENCEDOR
DO PRÊMIO AUTODATA 2017.
CONHEÇA O MELHOR VEÍCULO
IMPORTADO DO ANO.

- Motor 2.0 EcoBoost de 248 cv
- Tração inteligente integral – AWD
- Piloto automático adaptativo com Stop & Go
- 8 air bags + cintos de segurança laterais traseiros infláveis
- Sensor de fadiga
- Alerta de colisão com assistente autônomo de frenagem
- Sistema de monitoramento de ponto cego (BLIS®)
- Sistema de permanência em faixa
- Assistente autônomo de detecção de pedestres



Go Further

Pela vida. Escolha o trânsito seguro.

Comércio exterior como salvação

A Scania Latin America adaptou sua produção para explorar o mercado externo como alternativa às quedas no interno

Bruno de Oliveira | bruno@autodata.com.br

Marcelo Gallão



Desde 2014, quando o mercado brasileiro indicava desaceleração, a Scania anteviu nas exportações a possibilidade de evitar queda brusca nos indicadores de sua operação local. Por meio de sistema de produção global, no qual a fábrica de São Bernardo

do Campo, SP, é acionada para atender mercados de acordo com a planificação da matriz, conseguiu se adaptar rapidamente às exigências de outros mercados e se consolidar como uma plataforma exportadora — atualmente uma fatia de 60% de sua produção é voltada para

mercados externos, uma participação que era de 30% anos antes.

De acordo com seu vice-presidente de logística, Marcello Gallão, a padronização das linhas nos moldes de outras unidades da Scania na Europa permitiu levar os caminhões produzidos aqui

para África, América Latina e Oriente Médio: “Como temos um produto global e fábricas padronizadas em todo o mundo foi possível direcionar nosso volume para outros países”. O aumento dos pedidos na Europa também colaborou para que a empresa trouxesse novos clientes externos para incrementar a produção do ABC paulista.

Focar nas exportações ajudou a empresa a manter a capacidade produtiva em níveis maiores do que o da média das fabricantes de caminhões. Enquanto há montadoras de veículos comerciais com quase 80% de ociosidade, a Scania encerrou 2016 com 45% de ocupação na unidade, que tem potencial para fazer 30 mil caminhões por ano:

“Recentemente anunciamos o aporte de R\$ 2,6 bilhões na operação brasileira até 2020. Isso faz com que tenhamos uma linha global de produtos para exportar a todos os mercados onde a Scania está presente e mantém a fábrica produzindo acima do mercado”.

O cenário favorável proporcionado pelo perfil exportador da Scania possibilitou que a empresa realizasse contratações, situação inviável em outras montadoras, situação que só se tornou realidade por meio do plano de a empresa se organizar exatamente como plataforma exportadora. Segundo Galvão as contratações anunciadas em maio foram feitas, na sua maior parte, para o trabalho na fábrica: “Aumentaremos, também, os turnos de produção”.

A Scania registrou crescimento no volume de caminhões e ônibus vendidos no mundo todo, de janeiro a setembro, último período aferido pela companhia

em balanço, puxado pelo desempenho nos mercados atendidos pelo Brasil, como a América Latina: foram 63 mil 959 veículos, alta de 9% sobre as vendas registradas nos primeiros nove meses do ano passado. O desempenho comercial gerou faturamento 15% maior do que o registrado em 2016: 86 milhões 403 mil coroas suecas, coisa de € 8 bilhões 974 milhões. No terceiro trimestre as entregas totais de caminhões da Scania aumentaram 14%, chegando a 18 mil 282 unidades.

AGRONEGÓCIO E CHILE — Em termo de vendas no segmento de caminhões a América Latina cresceu devido à demanda do setor de negócios agrícolas no Brasil e aos pedidos oriundos do Chile. Foram entregues 6 mil 676 caminhões até setembro, 35% a mais do que no mesmo período ano passado. A expectativa da companhia para este ano é alcançar 5 mil unidades vendidas, o que representaria crescimento de 20% sobre o resultado do ano passado, 4 mil 425 unidades. No terceiro trimestre foram vendidos na região 2 mil 381 caminhões, 33% a mais do que no mesmo trimestre do ano anterior.

No segmento de ônibus, até setembro, os resultados no mercado da América Latina também foram positivos na comparação com o desempenho de vendas de 2016. A empresa entregou 1 mil 715 unidades, 7% a mais do que no ano passado. Apesar do crescimento o terceiro trimestre teve resultado negativo no volume de vendas na comparação com o mesmo trimestre no ano passado: 587 unidades ante 739.

AD

Investiremos R\$ 2,6 bi no Brasil até 2020. Temos uma linha de produtos para exportar a todos os mercados onde a Scania está presente.

”

Aposta no pós-venda

MAN tratou as áreas de serviços e reposição como trunfos para se sobressair diante das concorrentes

Bruno de Oliveira | bruno@autodata.com.br



Christian Castanho e Carol Luz

De 2011 para cá as quedas nas vendas de caminhões e ônibus no País foi de 70% e muitas fabricantes redimensionaram o seu tamanho para operar de forma mais competitiva, e apostaram nas vendas de componentes e nos serviços no

mercado de reposição como forma de atingir segmentos do mercado onde havia oportunidades de negócio. A fabricante de caminhões MAN trilhou este caminho e conseguiu resultados positivos em 2017.

Como o ano foi de alta nos negócios

de reposição a empresa tratou de desenvolver projetos para atrair clientes aos componentes da sua linha after-market no momento da manutenção. Em maio deu início ao plano que teve como meta manter em casa os 18 mil clientes com quem tem contrato de manutenção firmado no País atualmente. Para atingir a meta criou uma linha de peças para o mercado de reposição que pode ser até 50% mais barata do que as originais.

BUSCA DE ALTERNATIVAS — Segundo o vice-presidente de vendas Ricardo Alouche a expectativa da empresa com a iniciativa era aumentar em 20% a fatia de mercado no segmento de reposição este ano. O executivo, à época, não revelou a participação da fabricante nesse mercado, mas considerou a projeção acima da média dado o momento vivido pela indústria de caminhões: “Em períodos de crise buscamos um incremento de rentabilidade. Com a crise atual, que reduziu em 70% as vendas no País com relação ao mercado de 2011, buscamos alternativas para manter a rede aquecida”.

Para compor a linha Economy, como foi batizada a nova gama de peças que leva a marca MAN, a empresa recorreu às negociações com seus principais fornecedores em busca de redução de preço. Nem todos os parceiros do tier 2, contudo, conseguiram oferecer um custo alinhado com a expectativa da fabricante — que variava de 10% a 50% menos que o da linha original —, o que a levou a chamar à mesa novas empresas.

Na linha de
peças Economy
buscamos
fornecedores
alternativos para
chegar à faixa de
preço desejada

Algumas, segundo Alouche, não possuíam histórico de fornecimento para a divisão de caminhões e ônibus do Grupo Volkswagen no Brasil: “No desenvolvimento específico dessa linha tivemos de buscar fornecedores alternativos àqueles que nos abastecem tradicionalmente com peças originais. E fizemos isso para chegar à faixa de preço que é o atrativo dos produtos, redução que, em alguns casos, só foi possível no tier 4. São empresas que possuem um volume de produção que justifica a oferta mais barata de peças”.

Também na área de serviços a empresa criou uma plataforma de comunicação e serviços via WhatsApp para estreitar o relacionamento com o cliente. Por meio do aplicativo ele acessa atendimento técnico, consulta informações de produtos ou tira dúvidas. Em atendimentos de emergência, por exemplo, o motorista poderá enviar áudios, imagens e até vídeos de mensagens do painel via aplicativo, complementando o contato telefônico e facilitando o diagnóstico técnico e a solução do caso.

A empresa também inaugurou um centro de atendimento ao cliente em Resende, RJ, espaço onde estarão reunidos os centros técnicos de garantia, treinamento, entregas técnicas e uma oficina de assistência técnica: “O customer forum será um centro de convivência com clientes, semelhante ao truck forum da MAN na Alemanha. E também vimos a necessidade de aproximar algumas áreas voltadas ao atendimento do cliente”.

AD

ALGUNS RESULTADOS
NOS DEIXAM
DUPLAMENTE FELIZES.

BETC | HAVAS



Novo Citroën Grand C4 Picasso

Modelo de 7 lugares, vencedor do prêmio
Melhor Veículo Importado 2017.



0800 011 8088

Pela vida. Escolha o trânsito seguro.
Minha escolha faz a diferença no trânsito.



/ Carlos Gomes

Presidente Brasil e América Latina
do Groupe PSA, vencedor do prêmio
Personalidade do Ano 2017.



Creta quer ser líder

Em menos de um ano de vida, SUV da Hyundai foi o segundo mais vendido no Brasil. Carro é fundamental na estratégia da empresa no País.

Caio Bednarski | caio@autodata.com.br

Não precisou nem de um ano para o Hyundai Creta dizer a que veio. Com estilo moderno, acabamento de respeito, ótimo nível de equipamentos e uma dirigibilidade que impressionou quem o avaliou, o SUV produzido na fábrica de Piracicaba, SP, ganhou o Prêmio AutoData na categoria Veículo Automóvel. Na reta final, o Creta deixou para trás o Fiat Argo, o Renault Kwid e o Volkswagen up!.

Para iniciar a produção do veículo no País, a Hyundai Motor Brasil investiu US\$ 130 milhões. Desde sua chegada ao mercado, em dezembro do ano passado, mais de 32 mil unidades do SUV foram comercializadas. O número é superior às vendas de concorrentes de peso como o Jeep Renegade, o Nissan Kicks e o Ford EcoSport. O Creta ficou atrás apenas do Honda HR-V, cujas vendas alcançaram 39 mil 414 unidades no mesmo período.

Para Cássio Pagliarini, diretor de marketing da Hyundai Motor Brasil, a premiação é muito importante para a carreira do Creta no país: “As pessoas que votam no Prê-

mio AutoData são altamente gabaritadas. Elas sabem como o carro é construído e sabem a história por trás dele”.

BUSCA DA LIDERANÇA — Até o lançamento do Creta, a Hyundai contava com o ultrapassado Tucson para lutar no segmento dos SUVs compactos, segmento que mais cresce no Brasil. “Nosso objetivo é liderar o segmento em 2018. E, por que não, já em 2017.” O objetivo para o ano que vem pode ser viável à medida que o volume de emplacamentos

mensais do Creta tem sido próximo ao do HR-V. Em novembro, o Creta ultrapassou o HR-V. A empresa, no entanto, terá que rever os planos de produção de sua fábrica no Brasil.

Sabendo-se que a planta de Piracicaba está com sua capacidade de 180 mil unidades anuais plena, caberá a Hyundai aumentar essa capacidade — o que requer investimento — ou repensar o mix entre o Creta e o HB20, que, diga-se “corre o risco” de ter sua demanda elevada por causa do aquecimento do mercado. **AD**



Divulgação/Hyundai

Ainda é novidade

Com versão 4x4 e capacidade para 1 tonelada, Fiat Toro inaugurou segmento no Brasil e tem atributos que o fazem liderar o segmento

Caio Bednarski | caio@autodata.com.br

Desde seu nascimento, em fevereiro de 2016, a picape Toro mostrou ser um tiro certo da Fiat. Em seu primeiro ano cheio, 2017, foi a picape mais vendida do Brasil, desconsiderando as derivadas de carros de passeio — perdeu apenas para a pequena Strada, também da Fiat. De janeiro a outubro, foram emplacadas 42 mil 547 unidades da nova picape. Nova, no caso, porque a Toro inaugurou um novo segmento no País: o das picapes médias.



Divulgação/Fiat

RENOVAÇÃO DO PORTFÓLIO — É verdade que sua concorrente direta, a Renault Oroch chegou meses antes, mas se trata de um veículo derivado de um SUV, o Duster. A Toro é um projeto realmente novo. Representou o início da reformulação do portfólio da empresa no Brasil. Fabricado sobre a mesma plataforma do Jeep Renegade na fábrica de Goiana, PE, foi o primeiro automóvel Fiat no Brasil produzido fora de Betim, MG.

A Toro conseguiu conciliar espaço interno e conforto de SUV com robustez de uma picape com elevada

capacidade de carga. Conta com diversas versões. A mais voltada para o uso urbano, com motor 1.8 flex de 139 cavalos de potência, tem câmbio automático de seis marchas e tração 4x2. A versão com motor 2.0 diesel de 170 cavalos, tem câmbio manual ou automático, serve mais a quem precisa de uma picape mais voltada para o trabalho.

Esta versão, a diesel, leva uma tonelada de carga, 350 quilos a mais que a Oroch. Tem tração 4x4, enquanto a concorrente é apenas 4x2. É também a única picape do mercado

com porta da caçamba dupla, com abertura lateral.

Apesar de custar a partir de R\$ 90,9 mil foi o terceiro carro mais vendido pela Fiat no Brasil em 2017, com quase o mesmo desempenho dos dois primeiros colocados, o Mobi e a Strada, que custam muito menos. Essa relação faz da Toro um veículo fundamental para a lucratividade da Fiat no Brasil.

Para levar o Prêmio AutoData na categoria Veículo Comercial Leve, a Toro bateu um trio de peso: Chevrolet S10, a Ford Ranger e a Mercedes-Benz Sprinter.

AD

Um peso pesado

Veículo mais vendido na história da Scania no Brasil, R440 é eleito o caminhão do ano no Prêmio AutoData

Bruno de Oliveira | bruno@autodata.com.br

O caminhão pesado R440 da Scania entrou para a história como modelo mais vendido pela empresa no País. Desde que foi lançado, em janeiro de 2012, até outubro de 2017, foram vendidas 26 mil 921 unidades do veículo. Com este volume, superou as vendas do T113, ícone do transporte rodoviário de carga oferecido pela fabricante de 1991 e 1998, período no qual foram licenciadas 26 mil 731 unidades.

Em 2017, até outubro, a Scania vendeu 2 mil 196 unidades do R 440, o que o posiciona no mercado como o dono da maior fatia do mercado na categoria dos pesados: 15,1%. O modelo já garantiu diversos prêmios à Scania e é visto como um marco em termos de tecnologia, uma vez que foi um dos primeiros modelos da empresa a sair de fábrica com motor Euro 5, menos poluente. Inovou ainda ao oferecer sistemas que tornam o powertrain mais eficiente em termos de consumo e ao possibilitar a instalação de sistemas de conectividade. O R440 tem motor 13 litros de 440 cavalos e é oferecido nas configurações 4x2, 6x2, 6x4 e 8x2 para aplicações de longas distâncias.

O sucesso do veículo no mercado



Divulgação/Scania

nacional, dentre outros fatores, é atribuído à capilaridade da rede comercial da Scania no País. Segundo Roberto Barral, diretor-geral da companhia, a expectativa é a de que até 2020 dezessete lojas sejam adicionadas à rede, totalizando 140 revendedores: “Faz a diferença a estratégia de foco no varejo”.

A expansão projetada é uma forma de se aproximar das líderes do setor. O R440 é visto como um trunfo da companhia por causa de sua penetração no mercado. No fim do ano passado, a Scania fechou na quinta posição, com 4,2 mil caminhões vendidos e 8,44%

de participação. A queda de 18,74% em relação a 2015 foi a menor registrada pelas cinco primeiras colocadas, mas ainda a deixa distante das líderes Mercedes-Benz e MAN, com 30% e 27,2% de fatia de mercado, respectivamente.

A expectativa da Scania é crescer 15% em 2018 e se consolidar na quarta colocação, conquistada no primeiro trimestre de 2017 — com uma diferença de apenas 27 veículos para a Volvo. “O setor chegou ao fundo do poço e estamos nos recuperando. A retomada depende do crescimento do PIB e da queda dos juros”, finalizou Barral. **AD**

**BOSCH**

Tecnologia para a vida

Simply.
Connected.

A large, semi-transparent blue square with rounded corners is centered over the highway interchange. Inside the square, the text "Simply. Connected." is written in white. Above the text are three white curved lines, resembling a Wi-Fi signal icon.

Vamos ser simples. Vamos ser conectados.

A Bosch acredita que a conectividade é mais do que apenas tecnologia. É parte de nossas vidas. Melhora a mobilidade e molda as cidades do futuro, tornando as casas mais inteligentes, as indústrias mais sustentáveis e a saúde mais eficiente. Em todas as esferas, a Bosch está trabalhando para um mundo conectado. Um mundo que abre possibilidades que ninguém jamais poderia ter imaginado. Nós vamos além de criar dispositivos conectados. Vamos construir conexões com benefício real - em todo o mundo, por meio da web e na nuvem. Vamos vincular o virtual e o físico e deixar um legado duradouro em nosso mundo.

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Eis um híbrido

Entre outras benesses, ônibus da Volvo, já em operação em Curitiba e em Bogotá, emite 33 toneladas de gás carbônico a menos por ano

Roberto Hunoff | redacao@autodata.com.br

O Hibriplus, da Volvo Buses Latin America foi eleito o ônibus do ano Prêmio AutoData. A tecnologia híbrida reduz em até 35% o consumo de combustível e, por atuar combinada com motor com nível de emissões Euro 6, gera até 39% menos CO₂ e 50% menos material particulado e óxidos nocivos à saúde na comparação com os ônibus Euro 5 com motor diesel.

Somente em um ano de operação, o veículo pode deixar de emitir 33 toneladas de gás carbônico comparado aos veículos a diesel com a mesma capacidade de passageiros. Várias unidades com esta tecnologia híbrida, elétrica e a diesel, estão em uso em Curitiba, PR, e Bogotá, na Colômbia.

O modelo é equipado com dois motores, um elétrico e outro a diesel, que funcionam em paralelo ou de forma independente. Nas arrancadas e quando está parado nos semáforos ou pontos de embarque e desembarque, o motor diesel fica desligado e o veículo opera em modo 100% elétrico. Nesses momentos, não há emissão de poluentes e de ruído. A bateria é recarregada durante as frenagens. Cada vez que se acionam os freios, a energia de desacelera-

ção é utilizada para carregar a bateria.

Outro diferencial é uma funcionalidade que permite definir e limitar a velocidade em locais com alto fluxo de pedestres. Mesmo que o motorista acelere, o veículo não ultrapassa a velocidade definida, aprimorando a segurança para pedestres e passageiros, e diminuindo a possibilidade de acidentes. O Hibriplus é equipado com wi-fi e ar-condicionado, uma novidade no transporte urbano da cidade. A capacidade da versão articulada é de 154 passageiros.

De 2010, quando começou a produzir ônibus híbridos em escala comer-

cial, a Volvo já vendeu mais de duas mil unidades em 21 países. Cerca de 400 rodam na América Latina. Além de Curitiba e Bogotá, o veículo circula em cidades como Londres, Edimburgo, Viena, Estocolmo, Gotemburgo, Budapeste, Hamburgo e Sundsvall. André Trombini, diretor de desenvolvimento de negócios Volvo Buses Latin America, destaca que, na Europa, a empresa já oferece veículos ainda mais avançados, com tecnologia elétrico-híbrida e também totalmente elétrica. "É um caminho sem volta no segmento de transportes urbanos" diz Trombini.

AD



Divulgação/Volvo

Dois vencedores

Citroën Grand C4 Picasso e Ford Fusion jogaram bonito e foram eleitos, juntos, os melhores carros importados ao Brasil

Caio Bednarski | caio@autodata.com.br

Luxo e tecnologia. Citroën Grand C4 Picasso e Ford Fusion abusaram deste quesito e levaram o Prêmio AutoData na categoria Veículos Importados. Os dois venceram no embate final o BMW i3 e o JAC T5 CVT.

Falemos de um de cada vez. Trazido da França, o Grand C4 presenteia com um espaço interno que faz feliz uma família de até sete pessoas. Praticamente não tem rivais no mercado brasileiro em sua categoria e faixa de preço. Seu concorrente mais forte é o Kia Carnival. Custa a partir R\$ 120,9 mil e de janeiro a outubro foi para a garagem de 373 brasileiros. No mundo, a nova geração do modelo já vendeu mais de 500 mil unidades.

Com design externo e interno fora da curva e gigantesca área envidraçada, traz equipamentos de ponta que levam o conforto e a segurança a níveis superiores. Tem reconhecimento de placas para controle de velocidade, sistema de detecção de ponto cego nos retrovisores e alerta de mudança involuntária de faixa. Os bancos oferecem massageador e prolongamentos para as pernas. O assoalho é totalmente plano e os bancos podem ser descon-



Divulgação/PSA



Divulgação/Ford

didos para aumentar o espaço para transporte de carga. O porta-malas, sem a artimanha de camuflar os bancos, tem capacidade para generosos 645 litros. O sistema Connect Nav tem sistema de navegação 3D, oferece a possibilidade de aumentar a imagem com dois dedos e com conta com reconhecimento vocal.

O Ford Fusion não fica atrás. A nova geração do sedã grande da Ford, lançada em 2012, é uma referência em seu segmento e conta com o que a empresa tem de melhor com relação à tecnologia, tanto embarcada quanto

em motorização — o modelo é um dos poucos no Brasil que oferece motor híbrido em uma de suas versões. Produzido nos Estados Unidos e no México, tem itens de série que o colocam em um patamar elevado, como alerta de mudança involuntária de faixa e de colisão frontal, piloto automático adaptativo e kit multimídia SYNC 3. Custa a partir de R\$ 119,9 mil. Na versão Híbrido, o preço sobe para R\$ 160,9 mil. Até outubro deste ano foram emplacadas 3 mil 479 unidades, volume bem superior ao de concorrentes como Hyundai Azera e Honda Accord. **AD**

Prêmio de 25 anos

AutoData reuniu os vencedores deste ano e muitos convidados ilustres para comemorar também os 25 anos da editora. Ouve homenagens, a apresentação inspirada da Orquestra Sinfônica Heliópolis e uma festa para mais de trezentas pessoas. Confira nas próximas páginas um pouco do que foi este evento que ficará marcado em nossa história.

Os vencedores do Prêmio AutoData 2017

1. Maurício Jordão, Cássio Pagliarini, da Hyundai, e Márcio Stéfani
2. Alexandre Abage, da NEO Rodas
3. Márcio Stéfani e Besaliel Botelho, da Bosch
4. Carlos Ogliari, da Volvo
5. Márcio Stéfani e Ricardo Alouche, da MAN
6. Fernão Silveira e Bruno Venditti, da Ford
7. Francisco Gomes Neto, da Marcopolo
8. Roberto Leoncini, da Mercedes-Benz
9. Néelson Silveira e Carlos Zarlenga, da GM
10. Fabiana Testa, José Eduardo Luzzi, Thomas Püschel e Wesley de Oliveira, da MWM
11. Evelyn Lima, da Honda
12. Roberto Barral e Marcelo Gallão, da Scania
13. Adriano Resende, da FCA
14. Afrânio Chueire, da Volvo CE
15. Gilberto Vardânega, da Volvo
16. Rogério Franco e Paulo Solti, da Citroën, e Márcio Stéfani



Fotos: Christian Castanho e Carol Luz





Comemoração





Comemoração





Existe química entre a inovação e as pessoas

A Rhodia, empresa do Grupo Solvay, acredita que o segredo para a evolução da química é aproximar a ciência de cada um de nós.

Vivemos num ritmo intenso de transformações, de novas tendências de consumo, de escassez de recursos. São desafios que nos estimulam a inovar, a criar produtos que atendam às demandas da sociedade por uma melhor qualidade de vida.

Nossa inspiração é buscar sempre mais da química.

**ASKING MORE
FROM CHEMISTRY**

www.rhodia.com.br



RHODIA
SOLVAY GROUP



Feliz ano novo!

Marcos Rozen | redacao@autodata.com.br

Seis meses de crescimento nas vendas aos mercados interno e externo com consequente melhoria representativa no volume de produção de veículos foram suficientes para acabar com o humor resmungado que rondava os fornecedores do setor automotivo. Em especial aqueles de matérias-primas. O aumento dos pedidos trouxe a reboque a volta do desenvolvimento de novos projetos com perspectivas muito boas no horizonte, inclusive o de curto prazo.

Um bom exemplo vem da Basf. Gisela Pinheiro, vice-presidente de mate-

riais e soluções funcionais para América do Sul, revela que a expectativa da empresa é a de que 2018 represente crescimento acima de 10% nos negócios na comparação com 2017: "A reação de mercado no segundo semestre, com números positivos se apresentando de forma consecutiva, deixou o ambiente mais otimista".

A Basf atua com uma enormidade de produtos para o segmento automotivo, como plásticos de engenharia, espumas, revestimentos, tintas, catalisadores, lubrificantes, fluidos de arrefecimento e de freio. Em 2016 suas

Fornecedores de matérias-primas para o setor automotivo estão empolgados para 2018: todas as projeções indicam relevante melhora nos negócios.

vendas globais para o setor chegaram ao marco de € 10 bilhões, cerca de 17% do número total do grupo.

Gisela Pinheiro pondera que até então uma série de investimentos no setor estava sendo postergada “em nome da sobrevivência”. Ao que tudo indica este quadro ficou para trás.

“O mercado está aceitando bem novos lançamentos. Boa parte dos clientes está sinalizando retomada de aportes para os próximos cinco anos.”

Ela também observa que o setor automotivo passa por transformação, e que a empresa procura se adaptar aos novos tempos. No último Congresso SAE Brasil, em novembro, a Basf mostrou novas tecnologias que poderão representar bons negócios no ano que vem e nos próximos, tais como aplicações em poliuretano para volantes, forros de teto, bancos, painel de instrumentos, apoios de braços, encostos de cabeça, isolantes acústicos e até peças de suspensão, como batentes e isoladores de mola.

Na área de tintas automotivas a fornecedora divulgou em outubro estudo de tendências de cores que também pode ajudar a engordar números em 2018. A empresa aposta suas fichas no que batizou como Visual Arete, um verde metálico com tons azulados que “dança em meio ao brilho e ao mistério e proporciona sofisticação aliada ao equilíbrio”, segundo descrição da empresa. Para a executiva, em termos mais concretos, “o mercado está mais aberto a novas cores”.

Outra frente que deve impulsionar as vendas a partir do ano que vem são

as aquisições, indica Gisela Pinheiro. No fim do ano passado a Basf concluiu em termos globais a compra da Chemetall, que atua no mercado de tratamento para superfícies — seus produtos químicos protegem os metais da corrosão e permitem que as peças sejam preparadas da melhor forma para o processo de pintura, o que gera uma adesão adequada da tinta. O valor do negócio foi de US\$ 3,2 bilhões.

Em setembro a Basf anunciou acordo global para comprar a divisão de poliamidas da Solvay, dona da Rhodia, por € 1,6 bilhão. A transação, que depende da aprovação de sócios da vendedora e de órgãos reguladores, deve se completar no terceiro trimestre de 2018. As vendas dessa divisão da Solvay em 2016 alcançaram € 1,3 milhão.

Os dois negócios envolvem diretamente o Brasil —tanto a Chemetall quanto a divisão de poliamidas da Solvay possuem unidades produtivas aqui: “Essas aquisições terão grande impacto local e nos ajudarão na complementação de nossos processos,

fazendo da Basf um fornecedor ainda mais completo e presente para a indústria automotiva”.

TRANSFORMAÇÃO — Outra que igualmente se anima com os negócios em 2018 é a própria Solvay. Emy Yanagizawa, responsável pela área comercial e marketing de plásticos de engenharia e coordenadora do grupo interno voltado para o setor o automotivo, afirma que o acordo com a Basf “marca um ponto de virada na transformação profunda iniciada há quatro anos, reforçando nossa posição como produtores de química de especialidades, permitindo um crescimento maior e mais sustentável”.

No segundo semestre a empresa viu os negócios no setor automotivo crescerem em média 20%, ainda que, alerta a executiva, a base seja baixa. Para 2018 a expectativa é a de nova elevação de dois dígitos, na faixa de 10% ou até um pouco mais, sempre “acima do mercado”, espera Yanagizawa. Por intermédio da Rhodia, empresa



do grupo, a Solvay participou de dois importantes lançamentos este ano, o Fiat Argo e o Volkswagen Polo, e já há contratos fechados para fornecimento a novos projetos que chegarão às concessionárias a partir do ano que vem, o que justifica a projeção otimista.

Também por isso a Solvay prefere manter importantes investimentos mesmo em meio à seca das vendas de veículos vivida no mercado nacional. A empresa acaba de completar aporte de R\$ 30 milhões em sua unidade de Paulínia, SP, na área de solventes para tintas.

Outro importante segmento de atuação da empresa é o de sílica, insumo utilizado na produção de pneus. Para comemorar quarenta anos de sua produção no País, completados em 2017, a Rhodia nacionalizou a fabricação da HDS, ou sílica de alta dispersão, destinada principalmente à produção dos chamados pneus verdes. De acordo com análises da fabricante a aplicação do produto consegue representar redução de até 7% no consumo de combustível de um automóvel.

Há ainda clara aposta da Solvay em tecnologia para alavancar novos negócios. A companhia participou ativamente do desenvolvimento do Polimotor 2, motor quatro cilindros de duplo comando de válvulas construído totalmente em plástico. Substituindo peças normalmente construídas em metal, como engrenagem da correia dentada, duto eliminador do óleo e duto de admissão do

combustível, bomba de óleo, saída de água, anéis do bico injetor, galeria de combustível, tampa do comando de válvulas, câmara de admissão, o protótipo alcançou relevante redução de 40 quilos em seu peso total ante um motor tradicional.

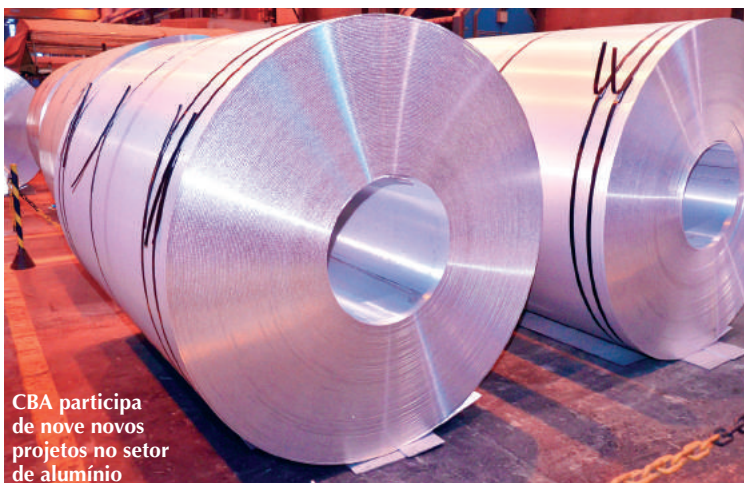
PNEUS — Igualmente otimista com o ano que entra está a Continental Pneus. Renato Sarzano, vice-presidente para o Mercosul, assegura que as encomendas das montadoras aumentarão em 2018. Para o mercado de pneus o executivo estima para o próximo exercício crescimento próximo ao do PIB, ou seja, algo como de 2,5% a 3%. As expectativas particulares da Continental, entretanto, são mais empolgantes devido ao lançamento de um pneu para veículos leves neste novembro: o PowerContact 2, em medidas de aro 13 a 16, produzido em Camaçari, BA.

Segundo cálculos da empresa o novo pneu tem durabilidade cerca de 20% maior que a dos concorrentes diretos e deve vender cerca de 10% a mais que a geração anterior. Sarzano assegura que a Continental está em “negociações adiantadas” para tornar o PowerContact 2 item original fornecido às linhas de montagem de diversas montadoras, o que deverá ajudar a engordar os índices de 2018.

AÇO — Nas siderúrgicas o panorama é semelhante. A Gerdau, por exemplo, anunciou no fim de novembro a reativação da aciaria — área que responde por uma das etapas do processo de

Pneus: Continental espera crescer acima do mercado.





CBA participa de nove novos projetos no setor de alumínio

Divulgação/CBA

produção do aço — em sua usina de Mogi das Cruzes, SP, desativada em 2016. Segundo a empresa, a iniciativa decorre por retomada de negócios na indústria automotiva.

Com a reativação serão gerados 110 postos de trabalho. Além desta unidade a Gerdau possui mais duas usinas produtoras de aços especiais, em Charqueadas, RS, e Pindamonhangaba, SP, formando capacidade instalada anual de 1,4 milhão de toneladas. Pelos cálculos da Gerdau, é volume suficiente para atender expansão da demanda da indústria automotiva até 2025.

Neste ano a empresa anunciou investimento de R\$ 1 milhão em série de parcerias com o IPT, Instituto de Pesquisas Tecnológicas, CBMM, Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração, e Instituto Senai de Inovação para o desenvolvimento de novas tecnologias na área de aços para o segmento automotivo. O objetivo é desenvolver no Brasil materiais mais leves, resistentes e de produção mais rápida para atender especialmente às

demandas das fabricantes de veículos e de motores.

No mesmo segmento a Usiminas vê no setor automotivo um de seus principais clientes — um terço do volume total de aço vendido pela empresa vai para as fabricantes de veículos e de autopeças. Em comunicado a companhia afirmou que “a recuperação da produção de automóveis, movida pelo aumento das vendas externas, reflete no mercado de aços planos. São os aços galvanizados, produto que tem no setor automotivo seu principal destino, que vêm sustentando o aumento de vendas”.

Recentemente a Usiminas nacionalizou o aço Dual Phase 980, até então fabricado no Japão e nos Estados Unidos. A novidade deve animar os negócios para 2018 e já recebeu homologação da Aisin. Deve estreitar como matéria prima de trilho de fixação dos bancos.

Mais lançamentos na área devem acontecer ainda este ano, revela a Usiminas, em especial para o mercado

de peças estruturais de reforço, como para-choques e barras de proteção das portas. Em nota a empresa diz que “os novos produtos possibilitarão que esses elementos sejam produzidos com espessuras menores, proporcionando redução no consumo de combustível e na emissão de poluentes”.

ALUMÍNIO — Pelos lados da CBA, Companhia Brasileira de Alumínio, as expectativas são igualmente entusiasmantes. Giuliano Fernandes, gerente de desenvolvimento de mercado e inovação, conta que a partir do segundo trimestre deste ano houve crescimento no volume de vendas para o setor automotivo, puxado pelo aumento da produção de veículos.

Bons negócios podem surgir já em 2018: a CBA participa hoje do desenvolvimento de nove novos projetos:

“As solicitações de desenvolvimentos e estudos de engenharia conjunta com uso de alumínio têm apresentado viés de crescimento no Brasil e na região do Nafta, onde a CBA também atua. Esse crescimento é gerado tanto pela demanda dos consumidores, que estão mais sensíveis a temas de segurança veicular, como pelas montadoras, por seus programas de redução de peso e melhoria da eficiência energética”.

A CBA estima encerrar 2017 destinando cerca de 20% de sua produção para o mercado automotivo, índice que deve crescer em 2018, acompanhando a evolução dos números de produção do setor.

AD

Colaborou Caio Bednarski



Divulgação/MAN

Pulo elétrico

O que está por trás (e adiante) da produção do e-Delivery, da MAN, primeiro caminhão brasileiro movido a bateria. Ele deve chegar em 2020 e quer ir para a Europa.

Henrique Skujis | henriqueskujis@autodata.com.br

A indústria automobilística brasileira parece não dar muita bola para o universo dos carros elétricos. Enquanto os grandes polos aceleram o desenvolvimento da tecnologia as fabricantes, aqui, ignoram o que os especialistas chamam de futuro do automóvel. Quando se fala de caminhões, no entanto, o cenário é diferente. A MAN, braço de veículos comerciais da

Volkswagen, promete para 2020 o início da produção nacional de uma versão elétrica de seu recém-lançado Delivery. Será o primeiro caminhão puramente elétrico desenvolvido no Brasil.

O modelo com motor diesel, lançado em outubro, já está em produção nas linhas da fábrica em Resende, RJ. Seu desenvolvimento consumiu quase R\$ 1 bilhão. Segundo a MAN a plataforma

modular do novo Delivery nasceu preparada para a eletrificação — e até para uma futura automatização. A matriz energética limpa do Brasil também sopra a favor dos planos da Volkswagen. Destinado a entregas urbanas, o e-Delivery percorrerá roteiros pré-estabelecidos de, conforme cálculos da empresa, 60 a 70 quilômetros. Com autonomia de 160 a 200 quilômetros, a bateria,

portanto, não precisará de recarga fora da garagem, onde poderá ser cheia de forma rápida, 30% em 15 minutos, ou lenta — 100% em três horas.

NOVO MODELO DE NEGÓCIOS — A despeito disso, de acordo com Roberto Cortes, presidente da MAN, será necessário criar uma nova rede de abastecimento, pois o veículo elétrico demanda um novo modelo de negócios. “Estudamos se será melhor incentivar o cliente a ter ponto de recargas ou se nós ou nossos parceiros deveremos fazer a gestão de baterias carregadas que possam substituir as usadas.” A bateria deve durar, em média, cinco anos.

A proposta da empresa ao desenvolver o e-Delivery é ousada. Um modelo de custo baixo e que atenda exigências de mercados desenvolvidos em termos de emissões e eficiência energética, como é visto o e-Delivery, o credencia a ser oferecido não apenas à América Latina, mas também à Europa.

Leandro Siqueira, diretor de desenvolvimento de produtos da MAN, assegura que o projeto está em fase adiantada: “Há até uma pressão interna para adiantarmos o lançamento”. Sem revelar nomes ele diz que diversas empresas já manifestaram interesse em fechar negócio. Duas unidades do e-Delivery estão em testes — uma na Alemanha, outra no Brasil. No primeiro trimestre de 2018 uma delas seguirá para avaliação na frota de entregas da Ambev.

“Vendemos 405 caminhões para a Ambev recentemente e a empresa demonstrou interesse em veículos não poluentes, com menor nível de ruído”,

conta Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas. “Oferecemos o nosso protótipo do caminhão elétrico para ser testado na sua frota, a partir de março.” No ano que vem mais oito caminhões serão produzidos, também para avaliação em empresas de entrega. A unidade que ficará com a Ambev terá motor de 80 kW, ou 109 cv, torque de 49,8 kgfm e câmbio automático.

BATERIA CHINESA — O e-Delivery impõe à MAN o desafio de criar um mercado praticamente do zero, Cortes reconhece: “Afora as melhorias que podem incidir no produto durante o período de testes na Ambev, teremos de trabalhar no desenvolvimento de toda a cadeia que cerca a operação de um veículo como este”. A empresa precisará buscar parceiros para ajudá-la a massificar seu caminhão elétrico, e não apenas para a nacionalização de componentes importantes — como as baterias, feitas pela Winston na China — mas também em áreas como manutenção do powertrain elétrico e pontos de recarga.

De acordo com Leandro Siqueira a China investiu muito em baterias: “Eles estão em um estágio muito avançado, mas há empresas brasileiras também interessadas em entrar nesse mercado”. Vale dizer que o Brasil tem 8% da reserva de lítio do planeta. O e-Delivery será mais caro do que sua versão a diesel, principalmente devido ao custo da bateria. “Mas sua manutenção tende a ser bem mais em conta. O motor elétrico tem menos partes móveis que o motor a combustão, requer menos reparos”,

pondera Siqueira. Sem falar que não há gasto com combustível.

FORÇA BRASILEIRA — Se a bateria, por ora, não será nacional, há duas empresas brasileiras com grande responsabilidade no desenvolvimento do Delivery: a Weg, com sede em Jaraguá do Sul, SC, e a Eletra, de São Bernardo do Campo, SP. A cargo da primeira está o motor elétrico e o inversor de frequência. A segunda tem a missão de fazer a integração elétrica dos sistemas para a tração do veículo. Segundo Siqueira a escolha por empresas nacionais deu-se por critérios técnicos, mas também para tornar o projeto comercialmente viável.

Fundada em 1961 a WEG já produz trações elétricas para locomotivas desde os anos 2000. Em 2003 participou da reforma de 23 locomotivas usadas pela Vale para transportar minério de ferro. Internamente, para desenvolver tecnologia, já transformou uma picape Saveiro a combustão em um veículo elétrico. A tecnologia empregada nos trólebus que circulam em São Paulo também tem tecnologia Weg, assim como o propulsor de 120 barcos cargueiros de grande porte para apoio em plataformas de petróleo na costa brasileira.

Trata-se, portanto, de uma empresa com conhecimento no assunto, constata Manfred Peter Johann, diretor da Weg: “A expertise já estava em casa. Agora estamos colocando em prática”. Ele acredita que o Brasil pode se tornar exportador de caminhões e ônibus elétricos: “A cadeia já existe. É preciso que o mercado cresça para aumentar a escala de produção”. **AD**

Revolução kicksniana

A produção do Kicks exigiu grandes mudanças na fábrica da Nissan, em Resende, e pode dar origem até a um terceiro turno

Marcos Rozen | redacao@autodata.com.br



A fábrica da Nissan em Resende, RJ, é uma das mais novas e modernas do País — acaba de completar três anos e meio de vida. Para uma unidade fabril automotiva, equivale praticamente a um bebê que descobre ser possível ficar em pé apoiando-se nas laterais do berço. Esse noviciado, ao menos em tese, seria ideal para adaptação com certa rapidez e facilidade à chegada de novos produtos, sem a ocorrência de maiores mudanças ou surpresas.

Mas não foi exatamente isso que aconteceu ali: a decisão de nacionalizar

o SUV compacto Kicks, portador de sistemas e processos mais complexos do que os de March e Versa, já fabricados na unidade, mexeu com as estruturas resendenses. Os valores deixam claro do que se tratou esse processo: sozinho o Kicks demandou R\$ 750 milhões para ser fabricado no País, ou pouco menos de um terço do total que custou a própria fábrica, R\$ 2,6 bilhões.

O Kicks foi ainda responsável por abrir um novo turno de trabalho em Resende, o segundo, e assim criar novos seiscentos empregos, puxando o

total da fábrica para 2,4 mil funcionários. Além do SUV e de March e Versa, a planta produz os motores 1.0 12V de 3 cilindros e 1.6 16V de 4 cilindros.

METADE DA PRODUÇÃO — A prova de sua importância para a Nissan reside no fato de, em apenas seis meses, o Kicks já responder por metade da produção total, deixando 35% do volume para Versa e 15% para March. O utilitário pode até representar a chegada de um inédito terceiro turno à fábrica, a depender das resoluções de novo plano

Nacionalização do SUV demandou investimento de R\$ 750 milhões



Divulgação/Nissan

de negócios da Nissan para a América Latina, Brasil incluído, a ser divulgado em janeiro.

“A adoção de um terceiro turno de trabalho com certeza está nos nossos planos”, confirma Wesley Custódio, diretor de produção do complexo industrial. “Já estamos nos preparando para isso. É um tema presente em nossas discussões e pautas futuras.”

Com o terceiro turno ativo, a unidade fluminense chegaria à sua capacidade máxima nominal, 200 mil veículos ao ano. O que confirma ainda mais a cha-

coalhada que o Kicks representou para uma fábrica que, desde a inauguração, em abril de 2014, produziu 150 mil unidades — marco celebrado em setembro.

A revolução kicksniana em Resende veio não apenas por questões de volume e mercado, ainda que estas também pesem bastante na conta, mas particularmente pelos atributos tecnológicos do modelo. O SUV compacto Nissan é equipado, por exemplo, com sistema de câmara 360° com imagem integrada ao display do rádio, detector de objetos em movimento, controle dinâmico do

chassi, controle dinâmico em curvas, estabilizador ativo de carroceria e controle dinâmico de freio motor. Nada disso existe nos outros nacionais da empresa, o March e no Versa.

Para complicar um pouco mais a tarefa, havia a própria questão de tamanho, já que o Kicks é fisicamente maior do que os modelos hatch e sedã já made in Resende. O SUV ainda conta com a opção de pintura em dois tons, com o teto em cores bem diferentes do restante da carroceria: uma bela dificuldade a mais.

TREINAMENTO — O ponto de partida foi o treinamento de setecentos funcionários, iniciado antes mesmo do início da comercialização da versão mexicana, que respondeu pelo primeiro ano de vendas do Kicks no Brasil. Sérgio Casillas, diretor de operações de manufatura da fábrica, conta que “operadores, especialistas e engenheiros que lideram o processo de montagem dos veículos foram enviados para a fábrica de Aguascalientes, no México, e para o Global Pilot Line, centro piloto de linhas de produção da Nissan, na planta de Oppama, em Yokosuka, no Japão, onde os processos de fabricação são definidos e simulados antes de os projetos virarem realidade”.

Hitoshi Mano, vice-presidente de operações de manufatura da Nissan para a América Latina, argumenta que este processo foi fundamental “para que esses profissionais pudessem absorver todo o know-how na montagem e nos processos de manufatura e, assim, executar com perfeição as atividades



De abril de 2014 a setembro 150 mil unidades saíram da planta brasileira

em Resende”. Além disso especialistas japoneses vieram ao Brasil para dar suporte à equipe brasileira. Cerca de duzentos ciclos de montagem foram realizados nessa etapa do treinamento.

Ao todo o Kicks exige quase novecentas operações de montagem ao longo da linha final de produção, volume cerca de 20% maior do que passos necessários para a fabricação de March e Versa, com os quais divide a linha — que pode, ao todo, montar até cinco modelos. Segundo Marcelo Soares, gerente de montagem final, o maior volume de operações decorre principalmente pela diversidade de tecnologia embarcada, com “alguns itens únicos no segmento de SUVs compactos no Brasil”.

CÂMERA NAS ALTURAS — Um bom exemplo de exclusividade é a calibração das câmeras de 360 graus, sistema batizado pomposamente de Around View Monitor, que trabalha aliado a um detector de objetos em movimento. A tecnologia oferece ao motorista uma vi-

são de cima do veículo e de tudo aquilo que está ao seu redor, em imagem gerada pela integração eletrônica de quatro câmeras e sensores.

Apenas para acertar a posição correta dos equipamentos que compõem o sistema foi criado um posto específico e inédito ao fim da linha de montagem, que sozinho consumiu R\$ 2 milhões.

Bem antes desta etapa, no início da nova área da produção, criada exclusivamente para o Kicks, mais novidades. Márcio Falcão, coordenador de produção, conta que “devido ao seu tamanho a tampa do porta-malas é a única peça produzida em Resende que necessita de dois operadores para ser instalada. Foi um processo novo para nós e por isso o treinamento foi realizado com muita antecipação”.

Novos processos foram desenvolvidos não só nessa fase, mas em toda a área de montagem das laterais da carroceria do SUV: surgiram quatro estações de trabalho para cada lateral do modelo. Quinze operadores entraram no

Área de pintura: cor do teto pode ser diferente da cor da carroceria.



PUBLICIDADE NA DIREÇÃO CERTA.



to+Plus
{we make solutions}

Pensou em Marketing? Pensou toPlus!



Argentina, Paraguai e Uruguai já começaram a receber Nissan Kicks brasileiro

processo e trabalham em conjunto com 57 robôs na linha de solda, que ganhou quarenta novas pinças. Ao todo a produção do Kicks demandou 150 novos equipamentos em Resende.

Na área de pintura deu-se um dos maiores desafios. No melhor estilo Fashion Week, o SUV pode receber cor de teto bem distinta daquela da carroceria, em nada menos do que cinco combinações disponíveis: cinza com teto laranja, prata com teto preto, branco com teto preto, cinza com teto preto e preto com teto grafite.

“Essa técnica requer um processo extremamente bem controlado e habilidades especiais para pintar as duas cores na mesma carroceria”, revela o gerente de manufatura Fernando Bitencourt. “Sem esquecer do reforço no mascaramento do veículo, que recebe a cor aplicada por dez robôs e operadores especialistas ao longo do processo.”

Para isso foram criados dois novos

processos de mascaramento, o que por sua vez levou à criação de dez novos postos de trabalho na pintura. Funciona assim: a carroceria do Kicks, após passar pelas etapas iniciais, chega à área onde é realizada a etapa de aplicação de cor. Os robôs pintam apenas o teto, a carroceria é mascarada nessa região e então retorna à fase anterior, onde é feita a aplicação da outra cor no restante do veículo. Este processo não só nunca havia sido usado na Nissan do Brasil como também jamais foi realizado na grande maioria das montadoras no País — para Wesley Custódio “é algo muito delicado e extremamente visível para o consumidor, e por isso precisa ser efetuado com extrema precisão”.

AGORA, OS VIZINHOS — Finda e maturada toda essa etapa de adaptação e aprendizado para a produção local, chegou o momento do Kicks brasileiro começar a ganhar outros terrenos

via exportação. A Nissan já começou a preparar os primeiros embarques para a Argentina. Paraguai e Uruguai serão os próximos destinos. Estão no radar Bolívia, Chile, Costa Rica, Panamá e Peru, que já recebem March e Versa.

O Kicks for Export é basicamente o mesmo do mercado brasileiro, com outra calibração de motor para adaptar-se ao combustível vendido nesses países e alguns pormenores estéticos para agradar aos consumidores regionais, cada qual com sua preferência. Para a Argentina, por exemplo, o interior conta com bancos em couro na cor caramelo, opção que no Brasil recai no preto.

A Argentina, aliás, responde por 44% das vendas externas a partir de Resende. O Versa é o modelo mais exportado, com 57%. Em meados de novembro a fábrica bateu marco de 20 mil veículos exportados, avançando rapidamente: os embarques começaram apenas em março de 2016 e chegaram à casa das 10 mil unidades em abril.

Segundo Custódio, a possibilidade de o modelo tomar o posto de Nissan brasileiro mais exportado é para muito breve, até pelo fato de representar novidade, apelo que já não se encaixa mais no hatch e no sedã.

Finalmente, esse movimento todo gerado pelo modelo, é claro, começa a surtir efeito também na cadeia produtiva. O índice de nacionalização kicksniana é ainda relativamente baixo, 52%. A Nissan pretende inicialmente puxá-lo para 70% e, depois, de 75% para 80%. Wesley Custódio justifica: “É a condição ideal para fugirmos das variações de moedas estrangeiras”.

AD



Group
STRATEGIC
COMMUNICATION



UMA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO EXPERT EM SOLUÇÕES ESTRATÉGICAS PARA A INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.

**CRIAÇÃO E EXECUÇÃO DE EVENTOS
CORPORATIVOS**

**CRIAÇÃO E GESTÃO DE CAMPANHAS DE
RELACIONAMENTO E NETWORKING
NA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.**

contato@izzogroup.com.br
www.izzogroup.com.br





Fornecedores em alta

GM premia 69 fornecedores de Argentina e Brasil

Caio Bednarski | caio@autodata.com.br

A General Motors realizou em novembro a quinta edição do prêmio Supplier Quality Excellence Award, especialmente criado para os fornecedores da Região Mercosul, que é a nova divisão da empresa na América definida no começo do ano. Foram premiadas 69 empresas da Argentina e do Brasil.

Dos vencedores 27 ganharam pela primeira vez, 38 pela segunda, terceira e quarta vez e dois pela quinta vez, sendo que a GM utiliza doze critérios que precisam ser respeitados ao longo do ano-calendário da premiação e todos os fornecedores ativos podem participar e são potenciais candidatos.

A GM não revelou em qual categoria cada fornecedor foi premiado.

A premiação começou em 2012, com 37 empresas sendo reconhecidas pela GM. Cinco anos depois o número quase dobrou. Manoel Rego, diretor de qualidade e desenvolvimento dos fornecedores da GM America do Sul, exalta as razões de relevância do evento:

“O Supplier Quality Excellence Award é muito importante para a GeêMe pois fortalece, perante nossa base de fornecedores, a nossa visão de colocar o cliente no centro de tudo que fazemos. Premiado fornecedores confirmamos nosso compromisso

pela qualidade e demonstramos aos premiados que valorizamos aquilo que fizeram ao longo do ano pela qualidade dos produtos GM, da marca Chevrolet”.

O executivo também fala sobre o trabalho que a empresa faz junto aos seus fornecedores ao longo do ano: “Estamos trabalhando cada dia mais próximos da nossa base de fornecedores e buscamos desenvolver qualidade de forma colaborativa”.

Rego conta que nos últimos dois anos, a empresa promoveu diversos encontros da liderança da empresa com os fornecedores, alocou recursos dedicados para trabalhar com os



Divulgação/GM

forneecedores e liderou um projeto colaborativo da companhia com 25 fornecedores. “Resultou em excelentes resultados para a qualidade.”

DESTAQUES – Duas empresas foram premiadas desde a primeira edição, a argentina Dayco e a NGK do Brasil, conquistando o prêmio pela quinta vez. O fornecedor argentino tem desempenho global na pesquisa, desenho, fabrico e distribuição de produtos essenciais para motores, sistemas de transmissão e serviços para automóveis, caminhões, construção, agricultura e indústria. Alguns itens produzidos pela Dayco são correia dentada, cabos de ignição, tensores e polias e rodas livres para o alternador.

A NGK do Brasil é referência na produção de velas de ignição. Chegou ao Brasil em 1959 e instalou sua primeira fábrica fora do Japão em Mogi das Cruzes, SP e tem 1,3 mil funcionários. A produção local é focada em velas, cabos de ignição e terminais supressivos.

AD

Os 69 eleitos pela GM

Cerâmica e velas de ignição NGK do Brasil	Sulfix
Dayco Argentina	TE Connectivity
3M	Testori
Aisin Automotive	Valeo PWT Thermal System Brazil
Baterias Moura	Wapmolas-Tibor
Casco	A Raymond
Cobra	Benteler
Condumax	Brembo
Continental Automotive	Ciser Nedschroef
Delphi Automotive Systems	Continental Produtos Auto
FIAMM	Denso
Gates	Flexitech
Lipos	Freudenberg
Guidi Saci	Inylbra
Interclima	ITW Delfast
lochpe-Maxion	JL Peças Técnicas
Irmãos Parasmo	Lugux
Johnson Controls	Mahle Metal Leve
Jotaeme Fitafer	Mahle Metal Leve
L'Equipe Monteur	Metalac SPS
Litens Automotive	Suefa
Magneti Marelli Cofap	SDS
Mahle	Sogefi Filtration
Maxion Wheels Guarulhos	Hutchinson
Mitsuba Autoparts	Sonavox
MTA	Taranto
Mubea	Stamp Spumas
Musashi	Pilkington
Neumayer Tekfor	TI
Produflex	Cibie
Progeral	TRW
RCN	TRW
Sabó	Umicore
SKF Argentina	ZF
SKF do Brasil	

Assumpção

Alarico Assumpção Júnior foi reeleito presidente da Fenabreve, entidade dos distribuidores de veículos. A nova gestão compreenderá o triênio 2018, 2019 e 2020. Empresário e concessionário das marcas Volvo, Hyundai, Honda e Land Rover, Assumpção Júnior é o presidente da entidade desde 2015.

Bonini

Gustavo Bonini sucederá a Rogério Rezende na diretoria de assuntos governamentais da Scania para a América Latina. O executivo iniciou sua carreira na área de comércio exterior em 1997. Atuou na área de desenvolvimento de projetos no Brasil e na Suécia. Até 2016, foi coordenador da comissão de logística da Anfavea.

Campos

A Case IH apresentou Silvio Campos como responsável pelo marketing de produto na América Latina. Campos está na CNH Industrial há dez anos. Formado em Engenharia Mecânica, fez mestrado em Economia Industrial e Gestão Internacional, em Nancy, França. Tem experiência de mais de uma década no setor automotivo e máquinas agrícolas.

Barion

Ricardo Barion, diretor de marketing da Iveco para a América Latina, assumiu também a área de vendas para a rede. Há três anos na empresa, o executivo trabalha há mais de vinte anos no segmento de caminhões e ônibus. É formado em engenharia e tem especialização em gestão de negócios pela Universidade de Oxford

O que será do Rota 2030?

O Ministério da Fazenda questiona as diretrizes da proposta criada pelas empresas do setor automobilístico e pelo MDIC, o ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Os dois ministérios travam nos bastidores batalha que pode alterar o conteúdo do documento desenhado pela indústria. Interlocutores de Brasília afirmam que a negociação será mais dura — a área financeira do governo contesta critérios, cita similaridades com o programa atual e está relutante em aprovar desonerações que poderiam diminuir a arrecadação fiscal. O que se espera é que setores do governo e empresas do setor unam forças para pressionar a aprovação do documento na Fazenda. O programa foi anunciado em abril e tinha agosto como prazo de aprovação, o que não ocorreu. O novo prazo, então, foi novembro — novamente não cumprido.



CAOA compra a Chery por R\$ 208,9 mi

A CAOA montadora assumiu o controle da operação brasileira da Chery após oferecer R\$ 208,9 milhões pela fatia de 50,07% colocada à venda em outubro. Da nova estrutura societária, nasceu a CAOA-Chery, empresa que aportará US\$ 2 bilhões nos próximos cinco anos.

Trata-se de uma cartada importante da Chery que não decolou no Brasil, mesmo com fábrica instalada no País desde 2014. A produção de veículos será compartilhada nas fábricas de Anápolis, GO, e Jacareí, SP. Em 2016 a Chery teve prejuízo de US\$ 256,9 milhões no Brasil. De janeiro a outubro, vendeu apenas 3 mil 76 veículos, uma fatia de 0,2% do mercado.

Você faz o **ESSENCIAL**.
Nós levamos o **DIFERENCIAL**.



ENTRETENIMENTO E GLAMOUR PARA FESTAS E EVENTOS

O **Casino Experience** oferece uma excelente opção de entretenimento, proporcionando muita diversão, glamour e sofisticação.



11 2507-6711 | 11 3774-4002
contato@casinoexperience.com.br



Tiros n'água. E no alvo

Há dez anos um especialista pensava em como seriam os veículos em 2022

Na edição especial de 15 anos de **AutoData**, em outubro de 2007, o então repórter Marcos Rozen entrevistou o engenheiro alemão Ferdinand Panik, à época a maior autoridade em pesquisa e desenvolvimento do universo automobilístico. O foco da reportagem era pensar como seriam os veículos dali a 15 anos — em 2022, portanto.

Ao responder sobre os desafios de curto prazo, Panik lançou mão do termo mobilidade sustentável, conceito até então distante do debate nacional. Ele enumerou as seguintes prioridades: reduzir as emissões, baixar o nível de ruído, aumentar a segurança veicular,

aprimorar o trem-de-força e investir na eficiência dos combustíveis renováveis. Bem ou mal, evoluímos nos quesitos citados por Panik, mas seguimos longe da tal mobilidade sustentável.

Ao ser questionado sobre veículos movidos a hidrogênio, o engenheiro elétrico, que de 1989 a 1997 trabalhou na divisão de pesados da Mercedes-Benz no Brasil, projetou que caminhões e ônibus poderiam estar rodando com a tecnologia em 2015. Tiro n'água. Para os automóveis, a data prevista foi 2022. Nada indica que chegaremos lá.

A certa altura da entrevista, Panik rende-se aos elétricos. “A alta eficiência e o bom torque dos motores, a possi-

bilidade de gerar energia por meio da frenagem, a emissão zero, a ótima dirigibilidade e o baixo nível de ruído são benefícios de fundamental importância para o consumidor”, disse. “O século 21 marcará o início da era dos veículos elétricos”, cravou, nesse caso, com boa pontaria.

À época, condução autônoma era um tema árido. Panik contou que “projetos de direção ativa eletrônica para eliminação e acidentes já existem em diversas formas”. A conversa, no entanto, não foi muito além de um sistema eletrônico de frenagem, deixando claro que, no quesito, evoluímos muito do que imaginava o especialista.

AD

A GENTE SABE QUE A PARCERIA DEU CERTO QUANDO O RECONHECIMENTO VEM EM DOBRO.



A Scania é vencedora do Prêmio AutoData 2017 em duas categorias: **Exportador** e **Veículo Caminhão**, com o modelo R440. Essa vitória em dose dupla prova que nossa parceria de 60 anos no Brasil se fortalece a cada dia, com o desenvolvimento de soluções mais inteligentes, conectadas e sustentáveis. Tudo para que você, parceiro e amigo Scania, tenha sempre o melhor a favor de sua operação.



Respeite os limites de velocidade.

maize.



www.scania.com.br



facebook.com/ScaniaBrasil

SCANIA



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Vale pelo custo de manutenção que dá fôlego para o capital de giro.

Vale pela tecnologia alemã que não deixa você na mão.

Vale pela suspensão reforçada e capacidade de carga.

Vale pela segurança dos 3 anos de garantia total.

Vale pelo conforto interno.

Vale porque é um bom negócio na compra, no uso e na revenda.

E em todos os dias do ano para o seu cliente.

Faça as contas que

#vale



Profissional
com CNPJ compra
Amarok Trendline

com
descontos
de até **15%**

no valor
de tabela.



Volkswagen

VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES

FINANCIAMENTOS. CONSÓRCIO. SEGUROS. MOBILIDADE.

Quer saber mais? Acesse: vendascorporativas.vw.com.br

FleetCenter

Ofertas válidas até 30/11/2017 ou enquanto durarem os estoques nas Concessionárias Autorizadas Volkswagen, para o modelo Amarok Trendline, pintura sólida, ano/modelo 2017/2017 (cód. S7BB3A básico), à vista a partir de R\$ 134.566,25 já com a condição especial para cliente Microempresário, sendo imprescindível, para tanto, o porte de documentos que comprovem essa condição e que estejam devidamente regularizados. Condição exclusiva para aquisição de veículos por meio do canal de Vendas Corporativas. Esta condição não é cumulativa com outras ações vigentes. Fotos meramente ilustrativas. Consulte as regras do programa para venda a clientes Microempresário junto a uma Concessionária Autorizada Volkswagen. Garantia de 3 anos para todo o veículo, sem limite de quilometragem. A garantia está condicionada à realização de manutenção em uma Concessionária Volkswagen. Central de Relacionamento ao Cliente (CRC): 0800-0195775.