

AUTODATA



Thomas e Maurício,
os brasileiros
da Audi alemã

SUPPLIER EXCELLENCE
GM MERCOSUL

Fornecedores avisados
que nível de exigência
vai subir

TECNOLOGIA
PARA PESADOS
FPT apresenta
conceito de motor
três-em-um

**PERSONALIDADE
DO ANO**
Carlos Zarlenga

**EMPRESA
DO ANO**
Volkswagen





 Imagens meramente ilustrativas.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.





A Volkswagen está cheia
de novidades, mas uma coisa
não muda: continuamos
ganhando prêmios.

Volkswagen. Vencedora de 45 prêmios
e 59 comparativos em 2018.

FAZER PARTE DA NOVA
volkswagen
#vale

vw.com.br



Volkswagen

**PRÊMIO AUTODATA 2018
OS VENCEDORES**
22

Volkswagen é a Empresa do Ano do Prêmio AutoData 2018 graças à nova estratégia de exportações de carros e peças

24

Montadora de automóveis e veículos comerciais

28

Montadora de veículos comerciais

30

Montadora de máquinas agrícolas e de construção

34

Sistemista

36

Fornecedor de peças, partes e componentes + Qualidade e parceria

40

Powertrain (motores, eixos e transmissões)

42

Produtor de carrocerias e implementos (caminhões e ônibus)

46

Gestão

48

Desenvolvimento tecnológico

50

Marketing, comunicação e propaganda

54

Veículo automóvel

56

Veículo comercial leve

58

Veículo caminhão

60

Veículo ônibus

62

Veículo importado

64

Galeria da festa de premiação

RECONHECIMENTO FORNECEDORES
70

General Motors do Brasil reconhece seus melhores parceiros de 2017. E avisa que vai subir a régua da exigência.

CARREIRA BRASILEIROS NO EXTERIOR
72

A interessante história de dois importantes executivos da Audi alemã que nasceram aqui no Brasil

TECNOLOGIA MOTORES
76

A futurística proposta de motor três-em-um da FPT: movido a eletricidade pura, gás e célula de hidrogênio.

**82 DANA**

Sistemista está pronta para o crescimento da demanda por eletrificação no Brasil e no mundo

86 GENTE E NEGÓCIOS

As movimentações de executivos e as novidades das empresas que atuam no setor automotivo

8
LENTE

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

12
FROM THE TOP

Carlos Zarlenga, presidente da GM Mercosul, eleito Personalidade do Ano do Prêmio AutoData 2018

68
AD PERGUNTA

Elegemos mensalmente um tema e convidamos um especialista para responder

90
FIM DE PAPO

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

Um ano muito esquisito

Marcos Rozen, editor

Chegamos ao fim de 2018 e nada mais normal do que aquele velho mas ao mesmo tempo sempre atual balanço de ano. Uma conclusão parece superar qualquer outra: foi um ano muito esquisito para o setor automotivo. Repleto de paradoxos.

Este período será lembrado por todas as desgastantes negociações envolvendo o Rota 2030: primeiro a batalha MDIC com Fazenda e depois a lamentável velhacaria para aprovação da MP no Congresso Nacional, que resultou em sérias distorções do texto original e acréscimo de itens que absolutamente não foram discutidos no escopo do programa. Noveis fora o ano todo passou e vivemos sem um regime industrial para o setor, dado o fim do Inovar-Auto em 31 de dezembro de 2017.

Mesmo assim nosso mercado encerrará o ano em alta de dois dígitos, mas as exportações deram um susto tamanho que a produção apenas passará raspando as 3 milhões de unidades, ainda que isto também represente crescimento na casa de 10%. E ainda entraremos em 2019 sob a expectativa de um novo governo do qual ninguém tem coragem de cravar exatamente o que se pode esperar.

A principal estranheza de 2018, porém, se refere às baixas na personificação do nosso setor, nas nossas referências. Perdemos, ainda que de formas bem distintas, dois executivos globais que davam rosto e liderança à indústria: primeiro Sergio Marchionne morreu de supetão e depois Carlos Ghosn, também de repente, foi reconhecido como legítimo brasileiro arrastado por furacão de denúncias engendradas nos corredores da própria empresa que salvou. Independente da conclusão dessa história jamais permitirão que ele volte a representar o executivo que reconhecemos até agora.

E no nosso universo particular perdemos absurdamente em um mesmo ano Sérgio Duarte e José Roberto Nasser, jornalistas que espelhavam tão bem nosso setor quanto suas próprias unicidades. Dizer que farão falta é ínfimo: o vazio que deixaram tem significância de cratera lunar para a profissão que gera as páginas da revista que você lê exatamente agora.

E nós, como nos sentimos? Esquisitos. Muito esquisitos.



www.autodata.com.br



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora

AUTODATA

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

A cidade
não foi feita
para caminhões.
Por isso, fizemos
caminhões
para a cidade.



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

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

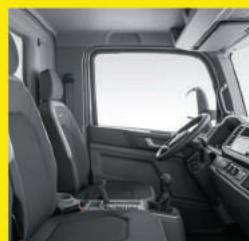
Acesse: NovoDelivery.com.br



Uma marca da MAN Latin America.
www.vwco.com.br

Totalmente renovado

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




Caminhões
Ônibus

LENTE VÊ MAGNA CUM LAUDE

As novas diretorias do complexo Anfavea/Sinfavea tomam posse em abril. De lá tenho ouvido coisas que me remetem às gestões de André Beer, presidente de 1983 a 1989. Vejam só: o que ouço de diretorias contemporâneas é que têm sido compostas por profissionais não tão comprometidos com o negócio veículos como se via anos atrás. E que as empresas associadas teriam se habituado a designar profissionais, para a entidade, mais como uma obrigação do que numa atitude de representação consciente. E que esses noveis vice-presidentes nem sempre dispõem da plena compreensão do papel associativo da Anfavea, de sua história e de suas tradições instituidas.

LES UNS ET LES AUTRES

No mundo dos uns e dos outros os dois rapazes da foto abaixo são daqueles que fazem muita falta para a atividade automotiva: Mauri Missaglia e Mark Hogan defendiam interesses profundamente diferentes naqueles anos 90 do século 20 mas tornaram-se amigos – até hoje. Mauri era o presidente da Abrac, entidade que reúne os concessionários Chevrolet, e Mark o presidente da então muito poderosa General Motors. Sob eles os interesses de les uns e de les autres confluíram: foram anos quase de paz e de prosperidade. Durante o Salão do Automóvel, no estande da Lexus, os dois passaram o passado em revista.



Acervo pessoal

LENTE VÊ MAGNA CUM LAUDE 2

De volta a André Beer: ele chegou à presidência pretendendo, para si, as mentes daqueles cavalheiros com os quais dividia a mesa de reuniões da diretoria. Mesa complicada, pois já havia a Fiat querendo entrar no rodízio e a Mercedes-Benz fazendo o papel de tampão. Havia desconfianças no ar. Que fez André para garantir a lealdade da rapaziada?: governou para todas as associadas e, propositadamente, abriu mão de alguns interesses, secundários, da sua empresa, a General Motors – para deixar claro que se interessava pelos pleitos de todos. Algo, quem sabe, inspirado na literatura do conde de Lampedusa. Foram várias as suas atitudes de aparente desapego, que lhe valeram a qualificação de "mestre de todos nós", pespugada por um admirador e sucessor.

LENTE VÊ MAGNA CUM LAUDE 3

Quero dizer, com isto tudo, que o cargo de presidente de entidades como a Anfavea não guarda semelhança ao de seu igual num grêmio estudantil. O sujeito é indicado por sua empresa e começa a ter a grande oportunidade de demonstrar duas coisas diante dos seus confrades, que o tempo todo o têm em processo de avaliação: firmeza na defesa dos interesses da empresa e disposição de trabalho conjunto na defesa dos interesses comuns da indústria. Ou seja: o sujeito começa servindo na infantaria sem muita intendência à disposição – com o tempo, e à custa de bons serviços, colhe suas dragonas. O que parece acontecer na Anfavea, hoje em dia, a se observar a disposição de alguns vice-presidentes, é a atitude de magna cum laude ainda no jardim da infância.

CONHECIMENTO QUE VAI EMBORA

Não fomos desses amigos de cinquenta anos. Mas participamos juntos de muitas alegres caravanas mundo afora. Trocamos muito conhecimento, nos divertimos juntos. Mas José Roberto Nasser nunca foi uma unanimidade, virtude que não perseguia. Dono de opiniões fortes num mundo cinzento de ideias, quando existiam, não se cansou de causar problemas. Roberto Luiz Bógus, como diretor de vendas da Fiat, foi uma de suas vítimas quase prediletas. E é clássica sua intervenção durante a convenção de lançamento do Verona, híbrido com logo Ford da época Autolatina: "Pra mim Verona é nome de sapatão!".



Divulgação/Renault

CONHECIMENTO QUE VAI EMBORA 2

Mas nem sempre era assim, pé na porta. Em novembro de 2002 fomos a Wolfsburg conhecer a novíssima Autostadt, na companhia de Boris Feldman e de Fernando Calmon sob a liderança do saudoso menino Serginho Ayarroio. Recebidos pelo diretor de relações públicas da fábrica durante bons 15 minutos ficamos eletrizados: Zé voltou a história para 1945 e para os resultados de Bretton Woods na reconstrução de uma Alemanha arrasada para, digamos, ver a nossa presença ali naquele momento.

CONHECIMENTO QUE VAI EMBORA 3

Foi na volta de Wolfsburg para Frankfurt que percebi o início da decadência física do Zé Roberto, com os olhos lhe pregando peças e o esqueleto não respondendo como antigamente. Varou as dificuldades com a obstinação e a disciplina de velhos levantinos. A foto acima: homenagem da Renault, no Salão do Automóvel.

Lembrança

Tem muita gente boa partindo para sempre, disse o veterano.

Melhor que isso pare. Não temos mais reservas, disse Jack o Marujo [uma criação poética de Nei Duclós].

Acervo MIAU Museu da Imprensa Automotiva



Por Vicente Alessi, filho
Sugestões, críticas, comentários,
ofensas e assemelhados
para esta coluna podem ser
dirigidos para o e-mail
vi@autodata.com.br

ALIANÇA ENTERRADA

Nestes últimos dias de novembro, e sobre a denúncia contra Carlos Ghosn, de fraude fiscal e usufruto pessoal de dinheiro da Nissan, o panorama visto da ponte mostra o cenário do gaijin que foi tolerado até que a companhia apresentasse melhores resultados anuais até do que os de sua sócia mais antiga, a Renault, e que já poderia ser descartado. É sabido

que Ghosn entronizou o revival da Nissan,

tirou-a do lodo da falência. Agradeceram muito e até o elevaram à condição de herói de mangás. Mas simplesmente não gostam dele, acreditam fontes do setor automotivo – a Nissan, depois de dezenove anos surfando ondas mais do que satisfatórias, teria tomado a decisão de se livrar do sócio incômodo. É verdade que há duas acusações fortes contra Ghosn, algo que certamente será compreendido mais adiante quando o processo se desenvolver. Mas chamou a atenção dos observadores o fato de que o presidente Hiroto Saikawa, seu sucessor na direção da companhia, nem cogitou conceder-lhe a indulgência da dúvida: aceitou sem discutir a conclusão da promotoria que trancafiou Ghosn. Ou seja: jogou-o aos tubarões – circunstância em que a atitude da Renault foi infinitamente mais sóbria.

ALIANÇA ENTERRADA 2

É um paradoxo pois Saikawa era considerado, no mundo interno Renault Nissan Mitsubishi, contam fontes, o delfim de Ghosn, o seu sucessor, num processo de fusão das empresas previsto para estar azeitado até dezembro de 2020. Talvez, presume outra fonte, o mundo interno Nissan tivesse outros planos. Outro paradoxo que une opiniões unâmimes das fontes é sobre as razões de Ghosn para, supõem, ludibriar leis do Japão e as melhores práticas empresariais.

ALIANÇA ENTERRADA 3

Muitas dessas respostas provavelmente poderão ser encontradas nos mais baixos desvãos do fator H, de humano, alega uma das fontes, bastante próxima dos fatos. Carlos Ghosn seria o espelho da vergonha para o orgulho da companhia, e já era a hora de se livrar do sócio indesejável, a Renault. Pois, para fontes mais próximas de Paris, a atitude da companheira de Aliança “beira a uma autêntica rasteira a bordo de atitudes precipitadas” – que simplesmente não dispõem caminho de volta. Ou seja: a ideia da Aliança estaria definitivamente enterrada.



COMPRE UM JEEP E CONCORRA A UMA EXPERIÊNCIA
ÚNICA PARA EXPLORAR A ILHA DE PÁSCOA.

VOCÊ É UM ACOMPANHANTE EXPLORANDO O LUGAR MAIS
ISOLADO DO MUNDO DURANTE O FESTIVAL TAPATI 2019.



SAIBA MAIS EM WWW.EXPLOREALILHADEPASCOA.JEEP.COM.BR



**NOVO JEEP RENEGADE
SPORT AUTOMÁTICO**
A PARTIR DE R\$ 83.990,00
+ BÔNUS DE R\$ 4 MIL NO SEMINOVOS



JEEP COMPASS 2019
A PARTIR DE R\$ 111.990,00
+ BÔNUS DE ATÉ R\$ 8 MIL NO SEMINOVOS

Período de participação: 20/11/2018 a 30/12/2018. Consulte as concessionárias participantes, o regulamento completo e o Certificado de Autorização Caixa no site www.explorealilhadepascoa.jeep.com.br. Imagens meramente ilustrativas.

Jeep Renegade Sport 1.8 Flex automático, ano/modelo 2018/2019, à vista por R\$ 83.990,00. Jeep Compass Sport 2.0 Flex automático, ano/modelo 2018/2019, à vista por R\$ 111.990,00. Os valores e as promoções são válidos até 30/12/2018 ou enquanto durar o estoque, prevalecendo o que ocorrer primeiro. Frete incluso para todas as versões do Jeep Renegade e do Jeep Compass. Por meio da "Ação Promocional de Trade In", a FCA confere ao beneficiário – pessoa física proprietária de um veículo de qualquer marca e modelo – que comprar diretamente de uma concessionária Jeep ou CJDR, um bônus de R\$ 4.000,00 [quatro mil reais], na troca por um veículo Jeep Renegade, ano/modelo 2018/2019, 0 km, nas versões Sport automático e Sport manual, ou um bônus de R\$ 8.000,00 [oitro mil reais], na troca por um veículo Jeep Compass, ano/modelo 2018/2019, em qualquer versão, exceto a versão Sport. Para ser elegível ao bônus, o veículo usado deve possuir valor superior a R\$ 20.000,00 [vinte mil reais]. A presente oferta não é cumulativa com outras ofertas e revoga os termos de toda e qualquer oferta veiculada anteriormente para o modelo do veículo. Confira o valor do desconto e as condições de participação diretamente em uma concessionária Jeep ou CJDR participante. Condições não válidas para a troca de veículos usados provenientes de venda direta, por exemplo, frotas, táxis, locadoras, leilões, seguradoras e veículos recuperados de seguradoras. Promoção válida até 30/12/2018 ou enquanto durar os estoques, prevalecendo o que ocorrer primeiro. Período de participação na promoção "Explore a Ilha de Páscoa com a Jeep": 20/11/2018 a 30/12/2018. Consulte as concessionárias Jeep participantes, o regulamento completo e o Certificado de Autorização Caixa no site www.explorealilhadepascoa.jeep.com.br. Imagens meramente ilustrativas. Consulte os demais termos e condições na rede das concessionárias Jeep participantes. Central de Relacionamento: 0800 7037 150.

2 em 18, 11 em 19

Esta é a segunda vez que Carlos Zarlenga ocupa as páginas deste From the Top este ano – a primeira foi em março. A razão para ele estar aqui novamente é plenamente justificável: o presidente da GM Mercosul foi eleito Personalidade do Ano do

Prêmio AutoData 2018, escolhido o preferido dos votantes à frente de outros três nomes de peso da indústria automotiva.

Uma provável razão para o resultado é sua visão ampla, acrescida de observações diretas e sinceras sobre os temas mais fundamen-

tais da nossa indústria automotiva, como ficou mais uma vez evidente nesta entrevista. O executivo da GM falou abertamente sobre a questão dos cortes da empresa nos Estados Unidos, Rota 2030, liderança de mercado, onze lançamentos que a GM fará em 2019 e muito mais.

Estamos terminando 2018. Quais pontos o senhor destacaria para a GM no ano?

Terminaremos o ano como líderes pela terceira vez, e com participação de mercado maior do que no ano passado. E isso mesmo ficando com São Caetano e Gravataí fechadas por oito semanas no primeiro trimestre, como parte de processo de preparação para investimento em novos produtos nessas fábricas. Nesta época chegamos a ficar sem carro para vender, mas conseguimos equilibrar depois. O relevante é que nosso crescimento é orgânico, não estamos fazendo nenhum esforço adicional, até chegarmos a aumentar os preços mais do que os outros.

E como isso foi possível, à medida que os concorrentes não costumam perder oportunidades como essas?

Não chegamos até aqui só com produto. Temos uma equipe, aqui na GM, hoje, completamente diferente da que tivemos no passado, registramos engajamento recorde. Eliminamos muita burocracia interna, reduzimos os níveis hierárquicos, agora tudo flui mais rápido. Há ainda a nossa rede, que é simplesmente sensa-

cional, eles são parceiros, ajudam a gente a entender o mercado, fazemos uma combinação muito forte. No portfólio de produtos, especificamente, aprendemos muito bem a lição em 2011, quando tudo ficou velho. Relançamos a empresa e a partir daí foi produto, produto, produto e produto e não vamos parar por aqui, no ano que vem teremos onze lançamentos, é fundamental. Além disso temos uma forte e constante busca por redução de custos em tudo o que fazemos.

Quais serão estes onze lançamentos do ano que vem?

Já anunciamos seis: Equinox Midnight, Bolt, Camaro, Camaro conversível e novos Cruze hatch e sedã. Faltam cinco para anunciar, e garanto que o mercado ficará surpreso. Estamos investindo em produto e marca para continuarmos a vender no ritmo que estamos vendendo, e haverá mais um pouco adiante: em 2020 teremos ainda mais lançamentos, bem mais.

Pode-se entender que seu objetivo principal é manter a liderança de mercado?

Se você observar bem, nossa participação de mercado é quase sempre a



mesma, há uma regularidade, não oscila muito mês a mês, não temos 97% em um mês e 2% no outro. Nossa processo é sustentável, constante. Mas quero deixar claro que não estamos buscando liderança de mercado como objetivo. Queremos uma empresa relevante, especialmente para o cliente, lucrativa, sustentável e que cresça com uma rede forte e empolgada. Quando isso tudo acontece junto normalmente você automaticamente estará na condição de líder ou muito perto dela. Uma empresa é feita de muitas coisas, e se você só vai atrás de uma coisa específica, 'ah quero ser a número 1', você desbalanceia o resto. Tem muita gente falando que o mais importante é ser líder. Eu diria que o mais importante é o cliente, e não sei se faz muita diferença para ele você ser a número 1.

"Tem muita gente falando que o mais importante é ser líder. Eu diria que o mais importante é o cliente, e não sei se faz muita diferença para ele você ser a número 1."

O anúncio da matriz de que a GM fechará fábricas e cortará empregos pode respingar no Brasil?

Não. Vamos anunciar um novo pacote de investimentos aqui no ano que vem. Mas é preciso entender que somos uma empresa só, nossa região não está descolada do resto do mundo. A GM não está em uma situação financeira difícil hoje. Os cortes que a GM anunciou nos Estados Unidos não têm nada a ver com isso: se você olhar nossos resultados lá verá que são alguns dos mais fortes da história. O ponto é outro. Temos que ser responsáveis e entender como manter a sustentabilidade no futuro. A indústria hoje nos Estados Unidos está em um pa-

tamar muito mais alto do que o esperado, e sabemos que o negócio automotivo é cíclico, em algum momento haverá uma baixa. Recentemente perguntaram à nossa CEO se ela acreditava que uma crise poderia ocorrer e quando, e ela respondeu que não sabia dizer exatamente quando, mas que a cada dia estamos mais perto. Isso é verdade. Não se pode prever com exatidão, mas temos que estar de olhos abertos. Há um segmento de veículos nos Estados Unidos que está apresentando melhor rentabilidade do que antes, há a mudança para a eletrificação, há um investimento fortíssimo para os autônomos... o que a GM está fazendo é alocar investimento nos melhores lugares onde se pode ganhar.

E aqui é um destes lugares?

Sim. Somos a número 1 na sexta economia do mundo, o Brasil, e número 1 no Mercosul, um dos maiores mercados automotivos do mundo. Aqui claramente é um lugar onde podemos ganhar e por isso vamos investir aqui.

Dai veio também a venda da Opel?

A Opel... ela estava com uma participação de mercado pequena na Europa, menos de 4%, precisava de investimentos muito fortes para atender as regras de emissão locais e não tinha grande capacidade para crescer globalmente. Foi uma decisão estratégica, para focar em autônomos e elétricos, e estamos liderando em ambos. Quando anunciamos que teríamos um modelo autônomo comercialmente viável em 2019 foi um choque para a indústria, até para a própria empresa. A GM tem sido muito disciplinada para decidir onde aplicar seu capital. Também saímos da Rússia, da Índia, da África do Sul, porque achamos que não estávamos ganhando nestes mercados como deveríamos ganhar. Os investidores da GM acham que esta é uma boa ideia.

E como fica a Argentina neste cenário?

Os onze lançamentos que anunciamos para 2019 são no Mercosul, não só no



A MICHELIN agradece aos nossos clientes e parceiros pelo reconhecimento e confiança. O nosso compromisso é desenvolver produtos e serviços de qualidade a serviço de nossos clientes.

MICHELIN, nº 1 em segurança, durabilidade e economia.



20th Annual World
Excellence Award



HONDA
Excellence Award
Quality & Delivery



Supplier Quality
Excellence Award



“A GM global não está em uma situação financeira difícil. Os cortes que a empresa anunciou nos Estados Unidos não têm nada a ver com isso.”

Brasil. O mercado argentino fechará 2018 na casa de 800 mil unidades, o que é um volume historicamente bom, não é recorde mas é bom. O caso é que este volume será alcançado com uma segunda metade do ano bem difícil, em especial no quarto trimestre. Um problema é que na Argentina o consórcio é muito importante, tanto quanto as vendas diretas aqui no Brasil, e este canal está com muitas dificuldades, por aumento de preço, desvalorização da moeda. Acho que a primeira metade do ano que vem na Argentina será difícil e a segunda metade poderá ser melhor. Vamos dizer que seja 650 mil unidades ali no ano que vem, quem sabe até um pouco mais, 700 mil.

Voltando ao nosso mercado: como o senhor vê o avanço das vendas diretas?

O crescimento das vendas diretas, como canal, não é inorgânico, é verdadeiro, não é uma bolha. Mas a taxa de crescimento do varejo deve ser mais forte no ano que vem, então o índice das vendas diretas vai cair. Outro ponto importante nesta questão: se você observar o resultado financeiro de locadoras de veículos, e não só no Brasil, uma parte do lucro vem da revenda, e isso, em termos econômicos, precisará de ajuste um dia. O ativo deveria ser parte do custo e não do lucro. Por isso estão sendo dados descontos que não são sustentáveis, foram concedidos para não fechar fábricas, mas quando o volume voltar isso vai se normalizar.

Qual a sua opinião a respeito da redação final do Rota 2030?

Quanto à eficiência energética considero que já estamos hoje em um nível tecnológico no qual conseguiremos atingir as metas de forma confortável. Mas meu ponto de vista é outro. Eu acho que o Rota deveria ser realmente uma política industrial automotiva, que fosse relevante, e o programa virou basicamente um cronograma de emissões e de itens de segurança. Mas o que passou passou, agora temos uma oportunidade de olhar para a frente, para uma indústria que tem,

MAIS DO QUE MÁQUINAS,
**SOMOS
CRESCIMENTO.**

*Tratores de Esteira 700J-II, 750J-II e 850J-II.
Agora, fabricados no Brasil.*

Maior agilidade para as demandas do mercado brasileiro, com alto desempenho em qualquer operação.

- Sistema hidrostático de última geração
- Reservatórios hidráulico e hidrostático individuais
- Exclusivo material rodante "Extended Life"
- Certificação ROPS/FOPS



OXI COMUNICAÇÃO



JOHN DEERE

JohnDeere.com.br/Construcao

considerando o Mercosul, 4 milhões de unidades de capacidade produtiva, uma das maiores do mundo. Temos escala, que é o mais difícil, e mesmo assim não conseguimos ser competitivos para exportar. Como é possível que no Uruguai, um mercado totalmente aberto, seja mais barato trazer um carro da Coreia ou do México do que da Argentina e do Brasil?

Devolvendo a pergunta: como é possível?

Isso acontece por uma ineficiência em toda a cadeia, somada a uma das maiores pressões tributárias do mundo e também por grupos de interesse que se beneficiam da ineficiência. Criam-se privilégios para poucos que tiram oportunidade de gerar benefícios para muitos. Várias vezes o ponto é colocado em cima das montadoras, dizendo que aqui o carro é o mais caro do mundo então o lucro é o mais alto do mundo. Isso é fácil de desmistificar: há vários balanços disponíveis por aí, é só olhar e ver que não temos o maior lucro do mundo – aliás ele é bem baixo. O preço é alto porque a participação de impostos é absurda. Como a indústria pode crescer com uma carga tributária dessas? Vamos pegar, como exemplo, um semicondutor. Só para transformar areia em uma tela no painel do carro, considerando apenas os custos trabalhistas deste processo, pagamos 130% de custo adicional frente ao que o trabalhador leva para casa. Depois pegue a logística: aqui temos os maiores custos do mundo em uma modalidade só, a rodoviária.

Faltou então, em sua opinião, uma visão de mais longo prazo, digamos até... 2030?

A discussão de mais ou menos incentivos foi uma perda de tempo, a discussão fundamental deveria ter sido o longo prazo da indústria, ainda que as negociações levassem mais tempo do que levaram. O mundo está virando elétrico, e o que o Rota fala o que sobre isso? Não há no programa nem uma base para criar uma cadeia de suprimentos para isso. Este é um quadro que vai acontecer exatamente dentro do prazo do Rota.

No começo da entrevista o senhor elogiou a rede Chevrolet. Outras montadoras anunciaram recentemente criação de lojas digitais. Em que pé a GM está neste processo?

Já temos isso há quase dois anos. Uma coisa é falar 'eu tenho digital de não sei o quê', outra coisa é fazer a transação de forma digital, junto com seu parceiro. Eu não estou procurando um grande anúncio da empresa, estou procurando a eficiência do negócio.

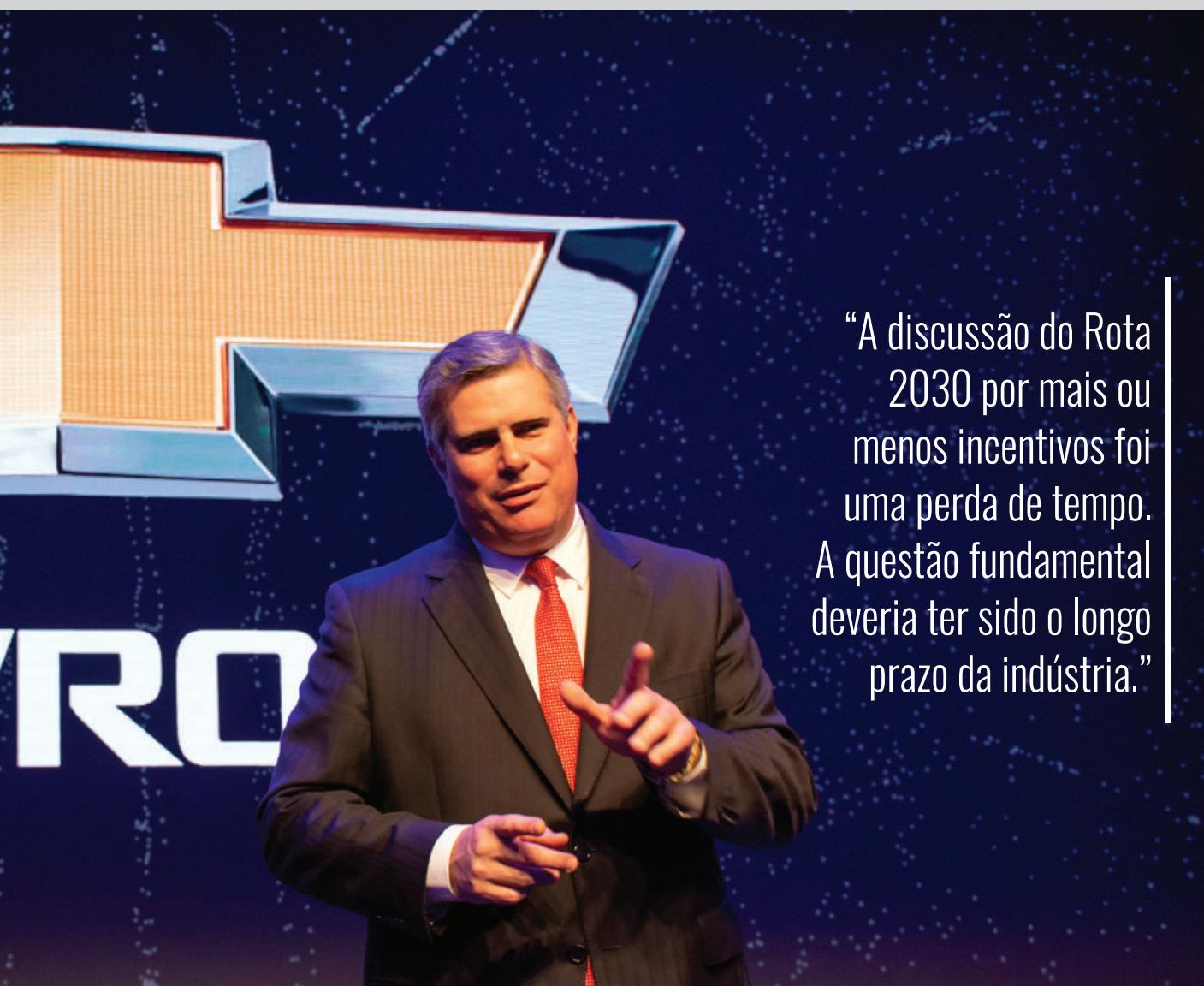
O senhor não acredita neste formato?

Vou dar um exemplo para mostrar o que penso sobre o processo digital. Um ano



atrás tínhamos uma taxa de conversão de leads [potenciais consumidores que demonstraram algum interesse em produtos da marca] que era o mais alto do mercado, de 10%. E estava todo mundo dizendo 'nossa, somos os melhores, temos 10%, sensacional'. Então eu disse: 'É sério que vocês estão contentes com isso? De cada cem ligações que fazemos para clientes noventa vão para o lixo, ou seja, 90% do tempo de trabalho de uma pessoa é desperdiçado'. Então propus ligarmos para alguém só quando tivéssemos certeza que a pessoa vai comprar. Todo mundo deixa uma pegada digital grande, e dá para entender, com

algoritmos, em qual momento do ciclo de compra o consumidor está. E quando fazemos isso trabalhamos realmente com quem devemos trabalhar. Com isso quero levar nossa taxa de conversão para 90%. Não chegamos lá ainda porque há um processo, mas já estamos em 40% e vamos chegar nos 90%. Investimos muito nisso, o time digital é o que mais cresce na GM. Além disso não sei até que ponto é bom fechar uma transação completa sem a concessionária. Eu poderia até fazer isso hoje, tecnologicamente falando, mas quando a pessoa compra na concessionária cria-se uma lealdade de marca e de serviço enormes.



"A discussão do Rota 2030 por mais ou menos incentivos foi uma perda de tempo. A questão fundamental deveria ter sido o longo prazo da indústria."



CHEVROLET CRUZE. O CARRO COMO TODOS DEVERIAM SER.



Imagine um carro com a performance de um motor turbo de 153 cavalos e nota A em eficiência pelo Inmetro. Um carro com o mais completo pacote de tecnologias de segurança ativa da categoria, como alerta de colisão frontal e de ponto cego, assistente de permanência na faixa e de estacionamento Easy Park, além da exclusiva tecnologia OnStar. Imaginou?

CHEVROLET CRUZE

3 ANOS
DE GARANTIA

chevrolet.com.br



Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

Os serviços OnStar dependem da disponibilidade da rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade do sinal de GPS. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar a área de cobertura e para obter informações sobre as versões, configurações disponíveis e condições de garantia. Procure o seu consultor de vendas para conhecer todos os acessórios disponíveis. Os veículos Chevrolet estão



FIND NEW ROADS™

CHEVROLET



demais limitações dos serviços OnStar. Alguns recursos e funções disponíveis podem depender de compatibilidade com o dispositivo smartphone. Consulte uma Concessionária Chevrolet ou o site www.chevrolet.com.br em conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. Faça revisões em seu veículo regularmente. CAC: 0800 702 4200 - Ouvidoria GMAC: 0800 722 6022.



Christian Castanho

Reconhecida aqui e no Exterior

Forte trabalho nas exportações rende à Volkswagen um dos principais
reconhecimentos do Prêmio AutoData 2018, o de Empresa do Ano

No ano passado o Brasil bateu seu recorde de exportações: foram 766 mil os veículos montados com carimbo Made in Brazil a seguir para o Exterior, forte crescimento de 47% ante 2016. O melhor marco até então pertencia a 2005, com 724 mil.

Este foi o cenário geral da indústria, mas uma empresa se destacou em particular: a Volkswagen, que elevou suas próprias exportações, no mesmo comparativo, em 52%, para 163 mil unidades ante 107 mil em 2016.

Pablo Di Si, presidente e CEO VW América do Sul e Brasil, afirma que "o prêmio é um orgulho para a Volkswagen da América Latina. O trabalho foi feito pelo time e o reconhecimento é compatível com nosso esforço e talento. A Volkswagen tem alma exportadora e este ano encontramos mais um negócio com motores e componentes. Até ano passado importávamos virabrequins da Alemanha e hoje exportamos a mesma peça para lá".

As vendas ao Exterior contribuíram com R\$ 5,5 bilhões da receita total de R\$ 16,6 bilhões da Volkswagen do Brasil em 2017. Esse valor foi incrementado pelos embarques de motores da família EA211 para fábricas VW na Argentina e no México e de blocos, cabeçotes e virabrequins usinados para unidades da Europa. Todos são produzidos na unidade de São Carlos, no Interior Paulista.

Em março a Volkswagen anunciou a conquista de um novo contrato para a exportação de componentes: 5 mil virabrequins para a fábrica de Chemnitz, Alemanha, na versão 1.0 TSI. A mesma unidade receberá ao todo, ainda, 90 mil blocos do motor 1.0 para equipar os modelos Polo e Up! europeus.

Mas o grande destaque mesmo é o embarque de motores 1.4 TSI completos para a fábrica de Puebla, México, para equipar os modelos Jetta, Golf e Golf Variant. O contrato vai até 2020 e já foi elevado de 250 mil unidades para 300 mil. Em outubro a VW comemorou a produção dos primeiros 100 mil motores deste contrato em São Carlos.

Esses predicados asseguraram à fabricante a vitória na categoria Exportador do Prêmio AutoData 2018. A nomeação garantiu à VW participação na disputa da Empresa do Ano, ao qual concorrem todas as vencedoras das categorias institucionais do reconhecimento, decidida por um conselho de notáveis do setor automotivo. E aí não deu outra: nova conquista e mais um troféu para a galeria. ■

"O prêmio é um orgulho para a Volkswagen da América Latina. O trabalho foi feito pelo time e o reconhecimento é compatível com nosso esforço e talento."

Pablo Di Si, presidente e CEO VW América do Sul

Márcio Stéfani, publisher de AutoData, e Pablo Di Si



R\$ 4,5 BILHÕES GARANTEM O TROFÉU

Novo plano de investimento para modernização de produtos e fábricas garante vitória à General Motors



Christian Castanho



OBRIGADO!

A NGK do Brasil conquista o primeiro lugar
do Ranking no Prêmio AutoData 2018.



A NGK se destaca no principal reconhecimento empresarial
do setor automotivo brasileiro como vencedora das categorias:

Qualidade e Parceria, e
Fornecedor de Peças, Partes e Componentes.



Da esq. para dir., Carlos Zarlenga, Henry Soares, Isabel Faria, Beatriz Matarazzo e Nelson Silveira

Um agressivo plano de modernização de fábricas e de produtos da General Motors foi irresistível para os eleitores do Prêmio AutoData 2018: a empresa levou o troféu da categoria Montadora de Automóveis e Comerciais Leves.

A conquista veio a partir de uma conjunção de fatores. No ano passado a GM revelou a destinação de R\$ 4,5 bilhões de seu plano total de investimento de R\$ 13 bilhões de 2014 a 2020: R\$ 1,9 bilhão para a unidade de Joinville, SC, onde são fabricados motores e cabeçotes, R\$ 1,4 bilhão para Gravataí, RS, lar da família Onix, e R\$ 1,2 bilhão para a fábrica de São Caetano do Sul, SP, a mais antiga em atividade da empresa no País.

No começo deste ano a empresa realizou durante oito semanas obras nestas três fábricas para prepará-las para o processo de modernização, o que obrigou à redução no ritmo de produção neste período. Além de conceitos de Manufatura 4.0 as fábricas verão a renovação de vários processos produtivos e de equipamentos, como no sistema de montagem de motor e transmissão, na funilaria, nos transportadores de veículos na linha de montagem, prensas, solda a laser e injetoras plásticas.

Em maio foi a vez da fabricante avisar que lançará nada menos do que vinte novos produtos Chevrolet no Mercosul até 2022, que se somarão a mais dez novidades em versões e séries especiais.

Desde 2015 a GM lidera o ranking dos modelos mais vendidos do País com o Onix, vitória que já está assegurada também neste 2018, com quase o dobro do segundo colocado até outubro, segundo a Fenabrade.

Além disso a General Motors foi a primeira fabricante de veículos a unificar completamente suas operações no Brasil e na Argentina. Assim deixaram de existir a General Motors do Brasil e a General Motors Argentina: agora há apenas e tão somente a General Motors Mercosul, o que reduziu a complexidade e a burocacia interna das empresas e provocou até mesmo uma mudança no histórico pórtico da entrada principal da fábrica de São Caetano do Sul.

De acordo com Carlos Zarlenga, presidente da GM Mercosul e eleito o Personalidade do Ano 2018 (veja *From the Top*, página 12), "o Prêmio AutoData é muito bem reconhecido pela indústria automotiva brasileira e para nós é um orgulho receber esta distinção. Sentimo-nos muito honrados e felizes".

“O Prêmio AutoData é muito bem reconhecido pela indústria automotiva brasileira e para nós é um orgulho receber esta distinção. Sentimo-nos muito honrados e felizes.”

Carlos Zarlenga, presidente da General Motors Mercosul



Financiamento de Veículos Itaú. O seu negócio é vender, o nosso é acelerar junto.

O Itaú oferece diversos benefícios para ajudar você a rentabilizar o seu negócio: precificação por cliente, Troca Certa e financiamento de serviços e acessórios. São soluções para ajudar você a vender mais e aumentar a satisfação dos seus clientes.

Para saber mais, fale com um
representante Itaú na sua região.

Nosso negócio é viabilizar o seu.

Sujeito à análise de crédito.



Delivery entrega até prêmio



Rafael Cusato

Nova linha de 3,5 a 13 toneladas deu à Volkswagen Caminhões e Ônibus o reconhecimento como Montadora de Veículos Comerciais do ano

Afamília Delivery, lançada na última Fenatran, foi a maior responsável pela eleição da Volkswagen Caminhões e Ônibus como a Montadora de Veículos Comerciais do Prêmio AutoData 2018.

Totalmente desenvolvida no Brasil a linha consumiu cinco anos de labuta e investimento de mais de R\$ 1 bilhão. Com ela a fabricante passou a oferecer modelo no segmento de leves, o Delivery Express, e assim agora pode competir em todos os segmentos do mercado de caminhões no Brasil.

Produzida em Resende, RJ, e exportada para vários países da América Latina, a linha vai de 3,5 a 13 toneladas. As vendas começaram pelas versões de 6, 9 e 11 toneladas, que em três meses superaram marco de 1 mil unidades comercializadas.

A VWCO adotou conceitos de veículos de passeio para a linha Delivery no que diz respeito a dirigibilidade, conforto e espaço interno da cabine. E, assim como ocorre em automóveis, todos os modelos têm três níveis de acabamento: City, de entrada, Trend, intermediária, e Prime, topo de linha.

A família foi projetada, desenvolvida e testada em toda a América Latina, seguindo padrões mundiais de certificação e de qualidade, o que ajudou em muito a carimbar seu passaporte para quase todos os países que já recebiam os caminhões Volkswagen nacionais. A projeção da empresa é que em 2020 as exportações totais de seus veículos alcancem 15 mil unidades, sendo um terço só da linha Delivery.

Os novos caminhões exigiram modernização na fábrica fluminense: a linha de produção de cabinas foi ampliada e agora conta com 37 robôs, o que elevou seu índice de automação para 60%. Os Delivery também representaram trezentos novos postos de trabalho ali, sendo duzentos na linha de montagem.

Marco Saltini, diretor de relações governamentais e institucionais da VWCO, entende que "a própria tradição do Prêmio AutoData e sua importância para o setor automotivo nacional já transformam nossa premiação em uma grande honraria, que nos enche de orgulho. É um pouco do reconhecimento pelo esforço de oferecermos aos clientes produtos de qualidade e, mais do que veículos, soluções de transporte, que é a nossa essência, e assim podemos contribuir com a sociedade em termos de mobilidade. É fantástico para nós".

"A própria tradição do Prêmio AutoData e sua importância para o setor automotivo nacional já transformam nossa premiação em uma grande honraria, que nos enche de orgulho."

Marco Saltini, diretor da VWCO

Da esq. para dir., Jorge Carrer, Viviane Biondo e Marco Saltini



Christian Castanho

VISÃO DE LONGO PRAZO



Rafael Cusai

John Deere leva a taça por nacionalizar linha de produção de tratores de esteira em plena crise do setor de infraestrutura

UMA MÁQUINA PERFEITA PARA AS PISTAS. E PARA GANHAR PRÊMIOS.

O FORD MUSTANG PROVA QUE É O VERDADEIRO INDOMÁVEL POR INSTINTO E CONTINUA SURPREENDENDO. DESSA VEZ, ELE FOI O **GANHADOR DO PRÊMIO DA REVISTA AUTODATA**, NA CATEGORIA VEÍCULO IMPORTADO. VIDA LONGA AO ÍCONE DOS ESPORTIVOS, E QUE VENHAM MAIS RECONHECIMENTOS.



No trânsito, a vida vem primeiro.

0800-703 FORD
3673



Go Further



Divulgação/John Deere

Trator 850J, um dos modelos nacionalizados pela John Deere

Em junho de 2016 a John Deere anunciou que investiria R\$ 80 milhões para produzir no Brasil três modelos de tratores de esteira que, importados, já eram vendidos no País. Ali a previsão era nacionalizar os produtos em 2018, mas diante do cenário sombrio que viveu o setor de infraestrutura durante este período seria muito mais do que razoável imaginar um perfeitamente compreensível adiamento do projeto.

A empresa, porém, não se abalou e manteve o cronograma intocado. Em março deste ano a fábrica de Indaiatuba, SP, viu cerimônia que festejava o início de produção dos modelos 700J, 750J e 850J, que ainda representaram uma expansão de 3 mil m² da unidade, inaugurada em 2014 graças a investimento de US\$ 180 milhões.

A iniciativa foi reconhecida pelos eleitores do Prêmio AutoData e rendeu à empresa o título de Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção do ano.

Importante salientar, igualmente: é a primeira vez que estas máquinas são produzidas fora dos Estados Unidos. Os modelos são destinados ao mercado interno e também a exportações para países do Leste Europeu e do Sudeste Asiático.

A nacionalização dos tratores de esteira também representou ação estratégica por permitir a entrada destes produtos nas linhas de financiamento de equipamentos oferecidas no Brasil, principalmente por bancos e instituições governamentais, o que é vetado aos produtos importados.

Indaiatuba produz hoje, além dos três novos tratores, oito tipos de pás-carregadeiras, nove escavadeiras – sendo cinco John Deere e quatro Hitachi, parceira na unidade –, e uma retroescavadeira. No mês passado a empresa anunciou novo projeto de nacionalização de equipamentos, desta vez para três modelos de motoniveladoras a partir de 2021. Para isso ampliará a fábrica em mais 12 mil m².

Para Roberto Marques, diretor de vendas de equipamentos de construção, "este reconhecimento a nós, que mantivemos os investimentos mesmo durante um período difícil para o segmento de infraestrutura e construção, mostra que estamos trabalhando no Brasil com uma visão de longo prazo, em todos os cenários e não apenas nas fases boas. A vitória no Prêmio AutoData 2018 nos deixa certamente muito orgulhosos".

“Este reconhecimento mostra que estamos trabalhando no Brasil com uma visão de longo prazo. A vitória no Prêmio AutoData 2018 nos deixa certamente muito orgulhosos.”

Roberto Marques, diretor de vendas de equipamentos de construção da John Deere

**ABRA
CAMINHO
PARA
O NOVO.**



PRIUS

SEU PRIMEIRO HÍBRIDO



10 MILHÕES
de veículos híbridos
vendidos no mundo.*



GARANTIA
3 ANOS
TOYOTA



Serviço Toyota

Seu Toyota em boas mãos



TOYOTA

Pensando mais longe

QUER SABER MAIS SOBRE A TECNOLOGIA HÍBRIDA DA TOYOTA?
Acesse: www.toyota.com.br/prius

/ToyotaDoBrasil

@toyotadobrasil

/toyotabrasil

+toyotabrasil

/toyota-do-brasil



Minha escolha faz a diferença no trânsito.

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

Uma comemoração que levou a outra



Rafael Cusato

A Bosch foi eleita na categoria Sistemista por retomar o crescimento na América Latina após dois anos seguidos de retração

A Bosch tem dois fortes motivos para comemorar 2018: primeiro, em maio, consolidou os resultados de 2017, que apontaram retorno ao crescimento após dois anos em queda. Essa celebração levou à seguinte, em novembro: vitória no Prêmio AutoData 2018 na categoria Sistemista.

Para Besaliel Botelho, presidente e CEO da Robert Bosch Latin America, "é uma grande satisfação, uma grande honra, nos traz um orgulho muito grande. Em nome de toda equipe agradeço. Estou levando o troféu para dividir com nosso pessoal. A importância é grande e ainda mais em um ano como este. A Bosch continua investindo e acreditando muito no Brasil: recentemente participamos de maneira forte do Salão do Automóvel, mostrando as tecnologias do amanhã na área da mobilidade. O reconhecimento significa que estamos no caminho certo na América Latina. Agradecemos a AutoData e reconhecemos também o grande trabalho que a Editora tem feito".

A Bosch fechou o ano passado em alta de 7% na sua receita referente à América Latina, que somou R\$ 6,1 bilhões. O Brasil, responsável por 80% dos negócios latino-americanos, registrou R\$ 4,9 bilhões em vendas. A área de mobilidade, na qual se inserem os negócios automotivos, é a mais relevante dentro do Grupo Bosch, que também atua na área de bens de consumo, tecnologia industrial, energia e tecnologia predial.

Como representa 65% das vendas na região, a evolução da indústria automotiva no Brasil no ano passado foi fundamental para essa retomada no crescimento da sistemista. No primeiro quadrimestre de 2018 o resultado também foi positivo, em índice próximo a 20%.

O processo, entretanto, não foi fácil: as fábricas passaram por muitos ajustes e a força de trabalho foi reduzida em 1,6 mil pessoas – hoje, a empresa emprega 8,3 mil funcionários aqui. Houve esforços em aumento de produtividade, mudança de portfólio e busca por negócios em outros segmentos, como o agronegócio.

Em 2017 a Bosch investiu R\$ 127 milhões, valor maior do que a média anual de R\$ 100 milhões, em modernização de linhas e estrutura, desenvolvimento do portfólio e Indústria 4.0.

E mais R\$ 162 milhões foram para pesquisa e desenvolvimento: são 360 profissionais dedicados.

"Esta premiação significa que estamos no caminho certo na América Latina. Agradecemos a AutoData e reconhecemos também o grande trabalho que a Editora tem feito."

Besaliel Botelho, presidente e CEO da Robert Bosch Latin America

Na página anterior, Emy Yanagizawa, da Rhodia, entrega o troféu a Besaliel Botelho



DESENHE JEITO VAI FALTAR ESTANTE



Rafael Cusato

NGK fatura dois troféus do Prêmio AutoData 2018, que se somam à sua já grande galeria de reconhecimentos por montadoras



Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

Prazer, Indústria 4.0.

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

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

Mercedes-Benz
A marca que todo mundo confia.





Na página 36, Marcos Mosso (esq.)
e Célio Riuiti Takata

“O Prêmio AutoData vem brindar nossa filosofia de trabalho, que objetiva sempre a qualidade do produto e do atendimento, para que possamos representar uma referência como fornecedor de autopeças.”

Célio Riuiti Takata, diretor de vendas automotivas e logística da NGK

ANGK deixou o evento do Prêmio AutoData com dois troféus: o da categoria Fornecedor de Peças, Partes e Componentes e o de Qualidade e Parceria. Foi, assim, uma das grandes vencedoras da noite.

O primeiro veio por meio de investimento de R\$ 210 milhões em sua fábrica de Mogi das Cruzes, SP, até 2020, com recursos próprios. O anúncio ocorreu em março e mais da metade do valor será investido até o fim deste ano.

R\$ 87 milhões serão destinados à produção de isoladores, o que ampliará a capacidade produtiva da NGK em 30%. Também as velas especiais, feitas com materiais mais nobres e de maior durabilidade, hoje importadas do Japão, serão nacionalizadas. O projeto contempla construção de novos prédios, aquisição de equipamentos e verbas para treinamento e RH.

A área construída da fábrica ganhará mais 3,8 mil m² e a unidade, a primeira da empresa construída fora do Japão, passará a também exportar para países das Américas, Europa e África do Sul.

A iniciativa deverá gerar ao todo duzentos empregos, somando-se os postos diretos e indiretos. Atualmente são 1,3 mil funcionários e a unidade opera, em alguns setores, 24 horas por dia. Ali são fabricados velas e cabos de ignição – a empresa lembra que é líder do mercado de reposição nacional. Na área automotiva a NGK comercializa também bobinas de ignição para o mercado de reposição e sensores de oxigênio e de detonação, da marca NTK, tanto para reparação quanto para o mercado original.

O segundo reconhecimento surgiu da categoria Qualidade e Parceria, ranking elaborado anualmente por AutoData indicando as empresas fornecedoras que mais recebem prêmios de montadoras. Neste ano a NGK foi a segunda colocada da lista com 48 pontos, gerados por diversas nomeações como fornecedor de destaque por General Motors e Honda no triênio 2015-2017.

Célio Riuiti Takata, diretor de vendas automotivas e logística, considera que “o Prêmio AutoData vem brindar nossa filosofia de trabalho, que objetiva sempre a qualidade do produto e do atendimento, para que possamos representar uma referência como fornecedor de autopeças. Trabalhamos para isso e fomos premiados. Quando se busca algo e se é reconhecido por isso a satisfação é imensa”.



Prêmio
AUTODATA
2018
Melhores
do setor
automotivo

**PARA EVOLUIR É PRECISO LIDERAR
AS MUDANÇAS E RECEBER O
RECONHECIMENTO DO MERCADO.**

Marcopolo, pela 17^a vez eleita pelo Prêmio
AutoData como a melhor na categoria
“Produtor de Carroçarias e Implementos”.



Cinto de segurança salva vidas.

Imagens meramente ilustrativas. Consulte o representante de sua região para saber mais sobre os modelos e suas configurações.
www.marcopolo.com.br - nas redes sociais: OnibusMarcopolo

Marcopolo

Mais uma celebração



Rafael Cusato

MWM fatura categoria Powertrain do Prêmio AutoData coroando ano de marcos produtivos e históricos

AMWM Motores Diesel ganhou mais uma razão para comemorar 2018: a eleição na categoria Powertrain (Motores, Eixos e Transmissões) do Prêmio AutoData, que corou um ano de diversas celebrações.

Primeiro, em março, alcançou marco representativo de 4,3 milhões de motores produzidos, considerando todas as aplicações – veicular, agrícola, construção, geração de energia, industrial e marítimo.

Depois, em abril, um importante aniversário: a empresa festejou os primeiros 65 anos de sua fundação.

E finalmente em maio novo marco produtivo, este de 100 mil blocos de motor Big Bore usinados na fábrica instalada no bairro de Santo Amaro, na Zona Sul da Capital paulista – a linha foi inaugurada em 2007. Os blocos, em ferro grafite compactado, são para motores de 11 e 13 litros e seguem para a fábrica de motores da Navistar em Huntsville, Alabama, Estados Unidos, onde é feita a sua montagem.

Os motores MWM vão de 2,8 a 7,2 litros e são desenvolvidos pela engenharia brasileira, além de testados e validados no centro tecnológico, também localizado em Santo Amaro. Além do mercado interno os produtos seguem para 45 países como África do Sul, Argentina, Coreia do Sul, Egito, Espanha e México, onde são entregues para mais de duzentos clientes. O portfólio de peças de reposição abrange mais de 18 mil itens divididos por suas três linhas de peças de reposição: peças genuínas, master parts e opcionais. A rede de distribuição tem mais de oitocentos pontos no Brasil e no mundo.

Este ano a empresa ainda desenvolveu embalagem sustentável para suas peças de reposição, iniciativa que deverá evitar a derrubada de 22 mil árvores/ano e gerar economia de R\$ 920 mil ao ano graças ao aumento do ciclo de vida destas embalagens via reutilização.

José Eduardo Luzzi, presidente da Navistar Mercosul, atesta: "Para nós o Prêmio AutoData é extremamente importante não só por refletir o reconhecimento do nosso mercado, dos nossos clientes, fornecedores e parceiros ao nosso trabalho mas, também, por vir de uma Editora com alta credibilidade. Isso nos dá um cartão de visitas importantíssimo. AutoData é extremamente confiável e referência no setor, já há décadas, o que transfere essa credibilidade à MWM".

"Para nós o Prêmio AutoData é extremamente importante não só por refletir o reconhecimento do nosso mercado, dos nossos clientes, fornecedores e parceiros ao nosso trabalho mas, também, por vir de uma Editora com alta credibilidade."

José Eduardo Luzzi, presidente da Navistar Mercosul

Da esq. para dir., Renato Arroyo Barbeiro, Thomas Püschel, Fabiana Testa, Michael Andreas Ketterer, José Eduardo Luzzi e Wesley Fernandes



Christian Castanho

DEZESSETE EM DEZOITO!



Rafael Cusato

Marcopolo não perdoa: em todas as edições do Prêmio AutoData a fabricante de carrocerias de ônibus só não ganhou troféu em uma.

Crie e produza o futuro da indústria automobilística agora

Electro-friendly e halogen free. Tecnhyll® engloba resinas de alto grau de pureza para aumentar a eficiência do sistema de célula de combustível e a segurança nas aplicações elétricas.

Produza seus componentes atendendo aos mais exigentes requisitos do setor, conte com a nossa linha Technyl® livre de halogênios e siga os caminhos do futuro.

**Criar, desenvolver, simular e testar.
Tudo é possível com as nossas soluções.**

TECHNYL®

www.technyl.com
marketing.pepol@solvay.com



RHODIA
SOLVAY GROUP



Rodrigo Otávio Pikussa, que na página 42 divide a entrega do troféu com o CEO Francisco Gomes Neto

A Marcopolo ganhou a categoria Produtor de Carrocerias e Implementos Rodoviários do Prêmio AutoData 2018. E assim provavelmente precisará abrir mais espaço na galeria de troféus: foi o décimo-sétimo em dezoito edições da premiação.

Francisco Gomes Neto, CEO, afirma que "é uma satisfação enorme para nós da Marcopolo, para todos os colaboradores. Ganhamos o Prêmio AutoData pela décima-sétima vez em dezoito edições. Este foi um ano intenso, de muito trabalho e crescimento, e por isso ficamos muito felizes com este novo reconhecimento do público. É algo fantástico e para nós é sempre um prazer participar."

Essa enorme lista de vitórias não vem à toa: algo que a Marcopolo faz é jamais deitar em seus louros. Prova disso foi a entrada em operação, em março, de 25 novos ônibus biarticulados em Curitiba, PR: os veículos são de última geração e carregam alto nível de conectividade. Ao todo a cidade deverá encomendar quase quinhentos veículos até 2020.

No que diz respeito aos resultados a Marcopolo também parece imbatível. Fechou os primeiros nove meses do ano com receita operacional líquida de quase R\$ 3 bilhões, avanço de 45,5% ante mesmo período de 2017. O lucro líquido no mesmo intervalo de tempo foi de R\$ 119 milhões, alta expressiva de 165%, com margem líquida de 4%, quase o dobro do apurado no ano passado. As receitas internas somaram R\$ 1,4 bilhão, elevação de 82% no comparativo anual.

As exportações diretas do Brasil totalizaram R\$ 888 milhões, em alta de 34%, enquanto as receitas provenientes das unidades localizadas no Exterior chegaram a R\$ 657 milhões, avanço de 10%. No acumulado de 2018 até setembro a empresa comercializou, ao todo, 11,5 mil ônibus, 50% além do registrado no mesmo período de 2017. O mercado brasileiro recebeu 7,5 mil deles, 88% acima, enquanto 2,7 mil foram para o Exterior, alta de 22%, e as operações do Exterior – África do Sul, Austrália, China e México – responderam pelos 1,3 mil restantes.

Em junho anunciou abertura de filial em São Paulo, maior mercado de ônibus do País, para se aproximar mais dos operadores de transporte do Estado. A unidade, localizada no bairro do Ipiranga, na Capital, dispõe de ampla área construída, estacionamento, oficinas, área de treinamento técnico e sala de espera para motoristas.

"Este foi um ano intenso, de muito trabalho e crescimento, e por isso ficamos muito felizes com este novo reconhecimento do público. É algo fantástico para nós."

Francisco Gomes Neto,
CEO da Marcopolo

PERFORMANCE, CONFIANÇA E SEGURANÇA



A Magneti Marelli Cofap é a marca de amortecedores escolhida pelas principais montadoras brasileiras. Além das soluções que garantem o conforto e a segurança dos consumidores, elas compram também a confiança de uma marca fiel à excelência de seus produtos.

MAGNETI
ARELLI

cofap

Respeite a sinalização de trânsito.

Caçadores do recall perdido



Christian Castanho

Ação inédita de procura por clientes dá bicampeonato na categoria Gestão do Prêmio AutoData à Honda Automóveis

Algumas categorias do Prêmio AutoData, por sua própria natureza, são mais abrangentes em termos de concorrentes. Uma delas é a de Gestão, por abranger iniciativas de empresas de toda a cadeia automotiva e de todos os segmentos da indústria de veículos.

Apesar disso a Honda Automóveis conseguiu não só ser indicada nesta categoria por dois anos seguidos, nas edições 2017 e 2018, como ser a preferida na escolha dos eleitores em ambos. É um feito notável.

No ano passado foi por inaugurar centro de pesquisa e desenvolvimento tecnológico específico para as operações locais em Sumaré, SP, de onde nasceu o WR-V. E neste ano por promover verdadeira caça ao recall perdido.

Em uma iniciativa pioneira a empresa correu atrás de proprietários de seus veículos que não atenderam convocação para substituir airbags defeituosos, ainda que campanha publicitária tenha sido amplamente divulgada por emissoras de rádio e de televisão, revistas e jornais – o recall envolve modelos produzidos há até dezessete anos.

A fabricante extrapolou sua responsabilidade legal e desenvolveu formas de encontrar esses veículos e convencer seus proprietários da importância do conserto. Em Minas Gerais, por exemplo, equipes da empresa foram literalmente às ruas de Belo Horizonte e de Contagem em busca de locais de grande circulação de veículos como shopping centers, centros comerciais e postos de combustível, para tentar localizar unidades possivelmente envolvidas no chamado a partir da placa e, assim, do número do chassi. Já em São Paulo firmou parcerias com Detran, seguradoras e empresas de cobrança automática de pedágio. Estas iniciativas, juntas, encontraram nada menos do que 163 mil clientes.

Para Roberto Akiyama, vice-presidente comercial, a vitória “é importantíssima por não representar simplesmente um prêmio. AutoData é um meio extremamente reconhecido e de alta credibilidade, cujo trabalho repercute em todo o segmento automotivo. Essa vitória coroa nosso esforço de muitos anos, em ver o negócio de automóveis considerando a cadeia inteira, desde os fornecedores até os clientes, passando pelos concessionários e, naturalmente, pelo nosso processo de criar e produzir veículos. Estamos muito felizes e acreditamos que com isso as outras empresas verão na Honda uma referência”.

“Essa vitória coroa nosso esforço de muitos anos, em ver o negócio de automóveis considerando a cadeia inteira. Estamos muito felizes e acreditamos que com isso as outras empresas verão na Honda uma referência.”

Roberto Akiyama, vice-presidente comercial da Honda Automóveis

Da esq. para dir., Rodnei Bernardino de Souza, do Itaú, Sérgio Bessa e Roberto Akiyama, da Honda, e Emi Yanagizawa, da Rhodia



Christian Castanho



Rafael Cusato

O PRIMEIRO HÍBRIDO FLEX... DO MUNDO

Desenvolvimento nacional da tecnologia flex fuel combinada com híbrida dá à Toyota o Prêmio AutoData

Quando o primeiro Toyota híbrido flex fuel do mundo chegar às concessionárias brasileiras, o que não deverá demorar, seu porta-malas já trará um item: o troféu do Prêmio AutoData 2018 de Desenvolvimento Tecnológico.

A 'mula' do projeto, um Prius, foi apresentada oficialmente em março na sede do Investe SP. Mas os testes começaram há quase três anos em parceria com a Escola Politécnica da Universidade de São Paulo

Como parte do desenvolvimento neste 2018 o modelo percorreu o trajeto São Paulo-Brasília, aproximadamente 1 mil quilômetros. À época a Toyota considerou que a tecnologia representava um "casamento perfeito" ao unir os benefícios do motor elétrico aos do combustível vegetal.

O projeto é conjunto da engenharia brasileira com a japonesa. A matriz vê o produto como importante ferramenta para o alcance de agressivas metas de eficiência energética que estabeleceu para si até 2050 no seu Desafio Ambiental.

O desenvolvimento ocorre em um Prius, mas a tecnologia deverá chegar às lojas sob o capô de modelo com volumes mais encorpados de comercialização, como possivelmente o novo Corolla, em gestação na fábrica de Indaiatuba, SP. O plano Toyota, inclusive, é contar com ao menos uma versão híbrida de todos os modelos que vende no País, ainda que não tenha estabelecido prazo para isto.

Estudos realizados pela companhia apontaram que o híbrido flex possui um dos mais altos potenciais de compensação e reabsorção na emissão de gás carbônico gerado desde o início do ciclo de uso do etanol extraído da cana-de-açúcar, passando pela oferta nas bombas de abastecimento e queima no processo de combustão do veículo. Quando o modelo foi abastecido apenas com etanol, ou E100, os resultados se mostraram ainda mais promissores.

Anderson Suzuki, gerente geral de comunicação e relações públicas, considera que "este é o reconhecimento a tudo que temos feito de maneira consistente nos últimos anos. O Prius flex é um trabalho duro e queremos que ele se concretize em um futuro próximo. É uma tecnologia muito relacionada com a matriz energética brasileira e associa o desenvolvimento global, no caso do híbrido, com o local, para o etanol".



Divulgação/Toyota

Na página anterior, Viviane Mansi e Anderson Suzuki: premiados e aniversariantes. Nesta, acima, o Prius híbrido flex em testes

"Este é o reconhecimento a tudo que temos feito de maneira consistente nos últimos anos. O Prius flex é um trabalho duro e queremos que ele se concretize em um futuro próximo."

Anderson Suzuki, gerente geral de comunicação e relações públicas

É gol da Hyundai

Ação para o HB20 ligada à Copa do Mundo de futebol da Rússia rende bola na rede para a fabricante no Prêmio AutoData



Divulgação/Agência Brasil

MWM. VENCEDORA DO PRÊMIO AUTODATA 2018.

Categoria

✓ POWERTRAIN



Foi você quem nos trouxe até aqui.

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

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

facebook.com/MWMmotores

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

MWM
A NAVISTAR COMPANY
mwm.com.br

Reduz a velocidade, preserve a vida.

“Acima de tudo este é um reconhecimento compartilhado por todos os colegas das demais montadoras, algo que o engrandece ainda mais e gera maior responsabilidade para nós, além de ajudar a melhorar o nível geral da indústria. O Prêmio AutoData é um estímulo para todos os elencados, não só os premiados mas também os finalistas.”

Jan Telecki, gerente geral de marketing da Hyundai Motor Brasil

Na pág. 50, da esq. para dir., Jan Telecki, Angel Martinez e Maurício Jordão. Abaixo o HB20 Copa do Mundo



Divulgação/Hyundai

Tem a verdadeira significância de uma taça Jules Rimet o troféu do Prêmio AutoData 2018 recebido pela Hyundai na categoria Estratégia de Marketing: a iniciativa no segmento preferida pelos eleitores foi o aproveitamento de patrocínio oficial da Copa do Mundo de futebol da Rússia, realizada neste ano, para lançar uma versão comemorativa do modelo HB20.

O modelo foi comercializado a partir da segunda quinzena de abril em série limitada a 4.2 mil unidades.

Batizado oficialmente HB20 Copa do Mundo FIFA 2018, foi oferecido em quatro versões: carrocerias hatch ou sedã, motor 1.0 com câmbio manual ou 1.6 com câmbio automático, baseadas no modelo Comfort Plus e dotadas de diferenciações exclusivas externa e internamente.

Uma delas era central multimídia com TV Digital e tela de boas-vindas com logotipos da Hyundai e da Copa do Mundo, bancos de couro e tecido na cor preta com costura em branco e logotipo da Copa bordado nos apoios dianteiros de cabeça e tapetes, além de rodas de liga leve 15 polegadas na tonalidade grafite.

As cores disponíveis para a série especial foram Branco Polar, sólida, e Prata Sand e Prata Metal, metálicas.

As mudanças estéticas incluíram grade em formato hexagonal com borda e aletas na cor Cinza Titanium e faróis com máscara negra. Na traseira destaque para lanternas Clear Type, que equipam as versões topo de gama do modelo.

Nas laterais foi aplicado emblema alusivo à competição.

Jan Telecki, gerente geral de marketing da Hyundai Motor Brasil, considerou que “acima de tudo este é um reconhecimento compartilhado por todos os colegas das demais montadoras, algo que o engrandece ainda mais e gera maior responsabilidade para nós, além de ajudar a melhorar o nível geral da indústria. O Prêmio AutoData é um estímulo para todos os elencados, não só os premiados mas também os finalistas. Sendo uma premiação relacionada a uma das principais ações de comunicação da Hyundai em todo o mundo, a Copa do Mundo, nos dá a certeza de que este investimento, iniciado em 2002, gera frutos a cada edição do campeonato”.



OBRIGADO!

A NGK do Brasil
foi premiada pela

6^a vez

consecutiva pela
GENERAL MOTORS

no Prêmio
**Supplier Quality
Excellence Award**



O prêmio de excelência em qualidade de fornecedor GM, exige excelência em 13 rigorosos critérios, e nós ficamos muito orgulhosos por receber este reconhecimento.

2017 Supplier Quality Excellence Award



CAÇULA DO MEIO É PREDESTINADO

Toyota Yaris, meio de caminho de Etios e Corolla,
leva o Prêmio AutoData de Veículo Automóvel de 2018



Divulgação/Toyota

Pela primeira vez em sua longa trajetória no Brasil – 60 anos celebrados neste 2018 – a Toyota passou a disputar um segmento intermediário dos compactos aos médios: o Yaris foi lançado em junho nas opções de carroceria hatch e sedã. Este cenário foi fundamental para a eleição do modelo como o Veículo Automóvel do ano no Prêmio AutoData 2018.

Fabricado em Sorocaba, SP, o caçula do meio exigiu um complexo planejamento comercial que incluiu o fim das versões mais equipadas do Etios e as de entrada do Corolla. No lançamento os preços variavam de R\$ 59,6 mil para o hatch XL 1.3 manual até R\$ 80 mil para o sedã XLS com motor 1.5 e transmissão CVT.

Nas contas da Toyota os modelos de plataforma A e B representam 62% das vendas do mercado brasileiro, sendo que a faixa em que o Yaris compete responde por 44% dos emplacamentos totais.

A meta da companhia, ali, era comercializar 6 mil unidades por mês, sendo a versão mais vendida do mix a XL Plus Tech, R\$ 69,6 mil hatch e R\$ 74 mil sedã: de série central multimídia com entrada USB, bluetooth e o Toyota Play, sistema que espelha aplicativos do smartphone na tela sensível ao toque, além de itens que já estão presentes desde a versão de entrada como controle de estabilidade e assistente de partida em rampa.

O cálculo de produção aponta 78,6 mil unidades/ano – 46,2 mil hatch e 32,4 mil sedã, incluindo volume destinado à exportação. Dos 72 fornecedores do Yaris 63 estão em São Paulo, próximos à fábrica de Sorocaba. De 70% a 80% do volume de peças sai dali – há ainda cinco empresas de Minas Gerais e quatro da Região Sul. O modelo chegou ao mercado com conteúdo nacional próximo a 75%.

De acordo com dados da Fenabrade até outubro o Yaris já vendeu ao todo 21 mil unidades, sendo 13,3 mil em carroceria hatch e mais 7,7 mil na sedã.

Anderson Suzuki, gerente geral de comunicação e relações públicas, considera que “o Yaris foi o grande lançamento da Toyota em 2018, casando com nossa comemoração de 60 anos no Brasil. Com ele passamos a oferecer uma nova opção para o mercado, em um segmento inédito para nós. O Yaris está registrando resultados de vendas muito bons, o que, junto com este reconhecimento de AutoData, coroa todo o trabalho de preparação de lançamento que foi realizado e muito nos honra”.



Na página anterior o Yaris hatch e, acima, o sedã

“O Yaris está registrando resultados de vendas muito bons, o que, junto com este reconhecimento de AutoData, coroa todo o trabalho de preparação de lançamento que foi realizado e muito nos honra.”

Anderson Suzuki, gerente geral de comunicação e relações públicas



Divulgação/Fiat

Mais um prêmio na caçamba

Picape Fiat Toro repete feito e conquista o terceiro Prêmio AutoData em sua categoria

Osucceso mercadológico da picape Fiat Toro é inegável. Até outubro, de acordo com números da Fenabrade, acumula só neste ano 49 mil unidades comercializadas, o que a coloca como o terceiro modelo da marca mais vendido do País, atrás de Strada, com 56 mil, e Argo, 53 mil, e como segundo comercial leve mais vendido, também perdendo somente para a Strada.

Cabe aqui a lembrança de que, antes da chegada da Toro, a companhia jamais tivera uma picape média em seu portfólio: até fevereiro de 2016, quando foi lançada, a única picape com emblema Fiat era justamente a Strada, derivada da família Palio.

Portanto nem a rede de concessionárias nem o consumidor estavam acostumados com tal proposta – o que nem de longe impediu seu sucesso.

Em março deste ano o modelo quebrou a barreira de 100 mil unidades vendidas desde o lançamento.

Totalmente desenvolvida no FCA Design Center Latam, em Betim, MG, e fabricada em Goiana, PE, a Toro recebeu vários prêmios de design, como o iF Design Award, Prêmio Objeto Brasil e Red Dot Award.

E em agosto a picape ganhou uma nova versão de topo de gama, a Ranch Diesel 2.0 Turbodiesel 4x4 AT9, com itens de série exclusivos como bancos em couro marrom, rodas da liga leve 18 polegadas, retrovisores, estribos laterais, gancho de reboque removível e o santantônio cromados.

Diante dos fatos os eleitores não tiveram dúvida em colocar mais um troféu do Prêmio AutoData em sua caçamba, repetindo o feito de 2016 e 2017, dando assim à picape da Fiat um tricampeonato.

Para Fernão Silveira, diretor de comunicação corporativa e sustentabilidade para América Latina, "AutoData é uma referência para nossa indústria e não é de hoje, com uma equipe formada por alguns dos jornalistas mais respeitados e de maior experiência na história da nossa imprensa automotiva. Receber esse reconhecimento pela qualidade da Fiat Toro referenda o seu sucesso e ser eleito pelos próprios profissionais do setor automotivo mostra que estamos no caminho certo, com um produto inovador. Ganhar este prêmio por três anos seguidos realmente é um feito enorme e que nos traz muito orgulho".

"Ser eleito pelos próprios profissionais do setor automotivo mostra que estamos no caminho certo, com um produto inovador. Ganhar este prêmio por três anos seguidos realmente é um feito que nos traz muito orgulho."

Fernão Silveira, diretor de comunicação corporativa e sustentabilidade para América Latina da FCA

Fernão Silveira com o troféu da Toro



Rafael Cusato

ESSE É O FAMOSO 91 TONELADAS



Divulgação/Agência Brasil

Configuração inédita dá ao Scania Super Rodotrem R620 o Prêmio AutoData 2018 como Veículo Caminhão

Estrela dos estandes da Scania na Fenatran, em outubro de 2017, e na Agrishow, em abril, o Super Rodotrem R 520 6x4 V8 angariou os corações dos eleitores do Prêmio AutoData na categoria Veículo Caminhão.

Em configuração inédita o caminhão atende necessidades específicas para atividades dos setores canavieiro, de grãos, insumos agrícolas e de produção rural. O conjunto tem onze eixos e capacidade de carga para até 91 toneladas.

A primeira venda, de doze unidades, saiu logo de cara, para a Usina São Martinho.

A configuração deste Scania é tão diferenciada que exigiu negociações com o Contran, Conselho Nacional de Trânsito, que autorizou sua circulação para testes em 2016 e publicou resolução em 2017 que alterou as regras para concessão da AET, Autorização Especial de Trânsito, para CVCs, Combinações de Veículos de Carga, para veículos com PBTC, Peso Bruto Total Combinado, superior a 74 toneladas e inferior ou igual a 91 toneladas. Por isso o Super Rodotrem pode ser utilizado na operação completa, desde o carregamento da cana na lavoura, passando pelas estradas de terra de acesso até a rodovia, e no trajeto de asfalto até a usina para o descarregamento. A legislação, entretanto, não permite percurso além de 100 quilômetros.

A potência do motor V8 é de 620 cv, o que torna o caminhão o mais potente fabricado no Brasil. E seu controle de tração é mais avançado, para evitar que as rodas patinem. O sistema de filtragem de ar do motor é exclusivo, instalado na traseira da cabine, e os freios também são diferenciados, com terceira linha de ar para permitir frenagem simultânea em toda a composição – caminhão, semirreboque e reboque – quando o freio de estacionamento for acionado. Há ainda, como opcional, bafômetro integrado ao painel.

Patrícia Acioli, gerente executiva de relações corporativas, entende que “ganhar o Prêmio AutoData para a Scania é sempre muito importante, um reconhecimento que traz ainda mais prestígio aos nossos negócios. Receber o troféu pelo Super Rodotrem nos deixa muito satisfeitos porque fomos os pioneiros a oferecer no Brasil esta solução de onze eixos para tracionar 91 toneladas. A Scania participou das primeiras conversas com entidades do setor canavieiro e Contran, e se orgulha de conseguir atender à necessidade de muitos de seus clientes.”



Patrícia Acioli com o troféu do Super Rodotrem

Rafael Cusato

“Receber o troféu nos deixa muito satisfeitos porque fomos pioneiros no Brasil para esta solução de onze eixos para tracionar 91 toneladas. A Scania participou das primeiras conversas com entidades do setor canavieiro e do Contran, e se orgulha de conseguir atender à necessidade de muitos clientes.”

Patrícia Acioli, gerente executiva de relações corporativas

Voto coletivo na segurança

Mercedes-Benz equipa seus ônibus O 500 com piloto automático adaptativo e fatura Prêmio AutoData da categoria



Divulgação/MBB

Em julho o mercado brasileiro de ônibus viu o lançamento do primeiro modelo dotado de tecnologia semiautônoma da Mercedes-Benz, o O 500. O avanço tecnológico foi determinante para a sua eleição como o Veículo Ônibus do Prêmio AutoData 2018.

Ele é equipado com piloto automático adaptativo, ou ACC, que reduz o risco de acidentes, trazendo assim mais segurança para passageiros, motoristas e outros veículos da via. Graças à atuação de sensores o sistema identifica os veículos à frente a até 200 metros, inclusive sob neblina. Se o motorista não reagir o sistema entra em ação freando automaticamente o veículo para evitar um possível impacto.

O ACC também acelera o veículo automaticamente e se desabilita a uma velocidade menor do que 15 km/h. Além do ACC os ônibus O 500 trazem mais treze itens de segurança, como AEBS, sistema de frenagem de emergência, LDWS, sistema de aviso de mudança de faixa, TPMS, monitoramento da pressão e temperatura dos pneus, anti-tombamento e controle de tração.

Os veículos também se destacam por sistemas que promovem economia de combustível. Há o RKM, que aproveita reserva de capacidade de energia elétrica produzida pelos alternadores do veículo, principalmente nos momentos de desaceleração, e a armazena em supercapacitores, que atuam de modo autônomo. A energia elétrica armazenada é utilizada como fonte adicional durante os momentos de aceleração do ônibus. Em testes o sistema conseguiu economia média próxima a 2%.

Também existe o EIS, de Engine Idle Shutdown: se o ônibus está parado, porém com motor ligado, câmbio no ponto morto e freio de mão acionado, e a situação perdurar por um período além de 4 minutos, o sistema entra em ação e automaticamente desliga o motor. É uma situação bastante comum em garagens, estações rodoviárias, terminais urbanos e pontos de parada.

Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing ônibus da Mercedes-Benz do Brasil, enaltece: "Essa premiação nos orgulha e nos motiva a seguir em busca de tecnologias que elevem os níveis de desempenho, conforto, segurança, economia e compatibilidade ambiental dos ônibus da marca. Isso também é um prêmio aos passageiros que utilizam diariamente os nossos ônibus por esse imenso País e que contam com veículos cada vez mais seguros e confortáveis para ir e vir com total tranquilidade e bem-estar a bordo".

"Essa premiação nos orgulha e nos motiva a seguir em busca de tecnologias que elevem o nível de desempenho, conforto, segurança, economia e compatibilidade ambiental dos nossos ônibus. É também um prêmio aos passageiros que utilizam diariamente os nossos veículos."

Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing ônibus

Da esq. para dir., Erodes Berbetz, Walter Barbosa, Luiz Carlos Moraes e Curt Axthelm



Rafael Cusato



Divulgação/Ford

CAVALO PREMIADO

No páreo dos importados do Prêmio AutoData o Ford Mustang acelerou fundo e cruzou em primeiro a faixa final da categoria

Ébem verdade que o Ford Mustang demorou bastante para chegar ao Brasil: a primeira geração foi lançada nos Estados Unidos em 1964 – e neste 2018, aliás, o modelo atingiu o marco histórico de 10 milhões de unidades produzidas, sempre nos Estados Unidos.

Mas pelo menos quando o esportivo chegou por aqui não perdeu tempo e empolgou os eleitores do Prêmio AutoData 2018: justificando plenamente seu veloz desempenho, acelerou forte na eleição para levar o troféu.

O Mustang começou a ser vendido no Brasil em março e três meses depois já acumulava quinhentas unidades emplacadas. O desempenho não parou aí: mais quatro meses e o número subiu para novecentas.

O modelo comercializado aqui é o de sexta geração, oferecido na versão única GT Premium, a topo de linha: motor V8 5 litros de 466 cv e transmissão automática de dez velocidades. Acelera de 0 a 100 km/h em 4,3 segundos.

Como tecnologias de assistência o Mustang traz piloto automático adaptativo, alerta de colisão com assistente de frenagem de emergência, detecção de pedestres e sistema de permanência em faixa com detecção de fadiga. O esportivo tem ainda oito airbags, controle eletrônico de estabilidade e tração AdvanceTrac, assistente de partida em rampa, câmera de ré e monitoramento individual de pressão dos pneus.

O painel é digital, totalmente configurável, de 12 polegadas. A suspensão é adaptativa, há freios Brembo, sete modos de condução pré-programados, controle ativo de escapamento, registro de dados de desempenho e sistema eletrônico de preaquecimento dos pneus traseiros para arrancadas.

Rogelio Galfarb, vice-presidente de assuntos corporativos, comunicação e estratégia para América do Sul, avalia que “a magnitude deste reconhecimento é proporcional à história e à importância de AutoData para o setor automotivo nacional. Quando iniciei minha carreira neste setor AutoData já estava presente, sempre como uma referência de análise de qualidade e de excelência jornalística. Para a Ford receber esse reconhecimento da AutoData é muito relevante, ainda mais para o Mustang, um carro que soube inovar sem perder a essência de seu legado, reforçando os atributos que o tornaram um ícone de desempenho e liberdade”.



Rogelio Galfarb com o troféu do Mustang

“A magnitude deste reconhecimento é proporcional à história e à importância de AutoData para o setor automotivo nacional, ainda mais para o Mustang, um carro que soube inovar sem perder a essência de seu legado.”

Rogelio Galfarb, vice-presidente de assuntos corporativos, comunicação e estratégia para América do Sul

A photograph capturing a lively social gathering on a rooftop at night. The scene is filled with people in semi-formal attire, some holding glasses of what appears to be champagne or juice. The setting is a modern, well-lit space with large windows overlooking a city skyline. In the foreground, a woman with long dark hair and a white top is smiling towards the camera. The background is a blur of other guests and the warm glow of interior lights.

NOITE DE FESTA E INAUGURAÇÃO

Cerimônia de entrega do Prêmio AutoData 2018 ocorreu em ambiente moderno e clima descontraído, cercado de amigos. O evento marcou a abertura do Rooftop Berrini, no Hotel Transamérica Berrini, na Zona Sul de São Paulo



Da esq. para dir., Juliana Sih, da Textofinal, Marcelo Cosentino, da Cummins, Giselli Cardoso, da PSA, Nicolas Borges, da Jeep, e Déborah Encarnato, da Caoa



Alexandre Carvalho, da Nissan, e Carlos Henrique Ferreira, da Renault



Orgulho estampado na selfie com o troféu da MWM, por Fabiana Testa e Wesley Fernandes



Thelma Melkunas e Vanessa Vianna, de AutoData



1 Rogelio Golfarb, da Ford (esq.) e Vicente Alessi Filho, de AutoData



2 Carlos Zarlenga, da GM (esq.) recebe o troféu das mãos de Márcio Stéfani, de AutoData



3 Christian Harder, da BBP (esq.) e Érika Coleta, de AutoData

4 Beatriz Matarazzo (esq.) e Isabel Faria, da General Motors

5 A cantora Mariana Gomes encanta o público em pocket show

6 Da esq. para dir., Fred Carvalho, da Anfavea, Ricardo Bastos, da Toyota, e Luiz Carlos Secco, o mestre

7 Os mais cobiçados da noite

8 Ricardo Bacellar, da KPMG

9 Priscilla Cortezze, da Volkswagen

10 Show de stand up divertiu os convidados





Jean-Philippe Imparato, CEO global da marca Peugeot



Divulgação/PSA

Chegou ao Grupo PSA em 1989.

Passou por diversos postos de chefia e gerência até ser indicado diretor regional para a marca Peugeot na América Latina. Depois foi nomeado diretor de qualidade da operação chinesa e em 2006 diretor de qualidade de compras.

Em 2008 passou a CEO da PSA Itália, em 2010 diretor de operações internacionais e no ano seguinte vice-presidente de vendas e desenvolvimento de rede para Europa. Em 2013 tornou-se VP da PSA Retail, rede de concessionárias próprias da fabricante, e em setembro de 2016 foi apontado para ocupar o posto de CEO global para a marca Peugeot.

1

Por que a Peugeot ficou de fora do Salão do Automóvel de São Paulo?

O mundo está mudando rapidamente e os eventos também. Pegue por exemplo a Las Vegas CES e o Mobile World Congress de Barcelona, onde a indústria automotiva está apresentando novos produtos. Dissemos às subsidiárias do mundo todo: caso entendam que o retorno de investimento em mostras e feiras não estiver em um nível que desejem, podem optar por não participar. Então foi uma decisão da operação brasileira não participar do Salão do Automóvel de São Paulo neste ano. Mas podemos participar do próximo.

2

Não há então uma diretiva global em deixar de participar de salões?

Os salões são muito dispendiosos, e é preciso avaliar a cada valor investido qual será o retorno. Por exemplo: este ano não estivemos no Salão de Frankfurt mas participamos do de Paris, porque queríamos lançar um carro e mandar uma mensagem para os consumidores. Em resumo, precisamos considerar que os eventos estão mudando e que podemos escolher participar de alguns e de outros não.

3

Quais ações a Peugeot está tomando para melhorar sua imagem de pós-venda no País?

Há uma mensagem única e simples para o cliente: se não estiver totalmente satisfeito com nossos serviços, não pagará por eles. Este é um ponto-chave de nossa comunicação, treinamento e remuneração dos concessionários. Não é só uma filosofia, há uma questão financeira por trás.

4

A Peugeot está trabalhando mais fortemente no Brasil em cima de veículos importados como o 3008 e 5008. Quando teremos ação mais aguda para o lançamento de um produto nacional?

Temos uma estratégia desenhada para a produção em Porto Real. Nossa objetivo é ter um lançamento efetivamente novo por ano com produção local em todas as regiões que atuamos, e esse compromisso será respeitado também no Brasil.

Novo Renault ZOE.

O ELÉTRICO MAIS VENDIDO NA EUROPA CHEGOU. E SEM PARAR PARA ABASTECER.

- 100% elétrico.
- Mais de 300 km de autonomia.
- Agora vendido no Brasil.

DPE&T



Reserve o Renault ZOE:
eletricos.renault.com.br
#TheElectricLife

A régua segue para cima

GM reconheceu seus melhores fornecedores regionais: nenhum deles registrou falha no último ano. O prazo de referência, porém, deve cair pela metade.



Divulgação/GM

SALÃO DE FESTA

A General Motors realizou a cerimônia de premiação aos seus melhores fornecedores do Mercosul durante o Salão do Automóvel de São Paulo, em novembro

A General Motors premiou, em novembro, 65 fornecedores da Região Mercosul, considerados os melhores em 2017 via Supplier Quality Excellence Award, reconhecimento regional realizado desde 2012.

Segundo Manoel Rego, diretor de engenharia de qualidade e desenvolvimento de fornecedores para América do Sul, a régua para medir o desempenho está cada vez mais alta:

"Avaliamos treze critérios. Os vencedores contam com ferramentas de controle de qualidade no processo produtivo e não registraram nenhum tipo de falha. A nossa expectativa é a de que na próxima edição a lista dos ganhadores seja ainda maior".

O número de fornecedores premiados foi quase o mesmo da última edição, mas a empresa reduziu sua base de fornecedores de 430 em 2016 para aproximadamente 350 em 2017. Rego justifica que a GM está concentrando seus negócios em um grupo menor de fornecedores, buscando empresas mais globalizadas para ganhos de escala e produtividade.

Como métrica a GM não utiliza mais o PPM há alguns anos. Em seu lugar é adotado o PRR - do inglês Problem Reporting and Resolution -, que não é um índice como o PPM mas sim um registro de questionamento de qualquer uma das fábricas com relação à qualidade de um componente entregue pelo fornecedor. Para ser

premiado o parceiro não pode registrar nenhum PRR ao longo do ano avaliado: "Os premiados foram os mais exemplares, mas trabalhamos para que todos não apresentem nenhum PRR no período de seis meses. Atualmente 90% da base de fornecedores já atende essa demanda".

No caso dos 10% que não conseguem cumprir seis meses sem registrar nenhuma

ocorrência a fabricante coloca em prática o recurso do trabalho conjunto: "Temos um projeto, executado durante um ano, que estabelece metas de melhoria. Levamos estes fornecedores para visitar os que já atendem às nossas demandas, de forma a buscar referências. O nível de qualidade exigido já existe: não é preciso inventar novos métodos, basta se adequar". ■

Os premiados do Supplier Quality Excellence GM Mercosul 2018

 3M do Brasil	 Mastropor AS
 A Raymond do Brasil	 Mitsuba Autoparts Brasil
 Aisin Automotive	 MTA Brasil
 Android Montagens Automotivas do Brasil	 Mubea do Brasil
 Autoneum Brasil Têxtil Acústicos	 Neumayer Tekfor Automotive
 Bleistahl Brasil Metalúrgica	 Nidec GPM do Brasil Automotiva
 Borgwarner Brasil	 Nut Argentina ICSA
 Brembo do Brasil	 Omron Componentes Automotivos
 Casco do Brasil	 Progeral Indústria de Artefatos Plásticos
 Cerâmica e Velas de Ignição NGK do Brasil	 Revestcar Indústria e Comércio de Confecções
 Ciser Fixadores Automotivos	 Rudolph Usinados
 Condumax-Eletro Metalúrgica Ciafundi	 Sabó Indústria e Comércio de Autopeças
 Continental Parafusos	 SAV Automotive
 Cooper Standard Automotive Brasil	 SKF Argentina SA
 Cooper Standard Auto Brasil Sealing	 SOC Michelin de Partic
 Copam Autopeças	 Sodecia Minas Gerais
 Coplac do Brasil	 Sovanox Indústria e Comércio de Alto Falantes
 Fiamm Latin América Componentes	 Stabilus
 Flexitech do Brasil	 Stamp Spumas Indústria e Comércio
 Freudenberg Componentes Brasil	 Suefa
 Gates do Brasil Indústria e Comércio	 Sulfix Indústria e Comércio
 Grupo Antolin Brasil	 TE Connectivity Brasil Indústria de Eletrônicos
 Ikro Componentes Automotivos	 Tenneco Automotive Brazil Ltda
 Ilpea do Brasil	 Divisão Elastômeros
 Indústria Metalúrgica Fanadri	 Testori SRL
 Indústria Metalúrgica Lipos	 Thyssenkrupp Brasil
 Industrias Guidi Saci	 Tiberina Automotive Argentina
 Indústrias PGG	 Valeo Sistemas Automotivos
 Inylbra Indústria e Comércio	 Powetrain Thermal System Brazil
 Irmãos Parasmo Indústria Mecânica	 Wapmetal Indústria e Comércio de Molas e Estampados
 Johnson Electric - Gate do Brasil	 ZF do Brasil
 Kathrein Automotive do Brasil	 ZF-TRW Automotive
 Luguez Indústria Comércio de Espuma	
 Mahle Compressores do Brasil	
 Mando Corp do Brasil	

The Brazilian boys from Audi

Dois executivos brasileiros ocupam postos de destaque na matriz da Audi, na Alemanha – e ambos trilharam caminhos bem diferentes do tradicional para chegar lá

Thomas Mueller é vice-presidente de desenvolvimento de chassis e de condução autônoma da Audi. Seu colega de empresa, Maurício Monteiro, é coordenador de equipes e projetos de arquitetura e design de interiores. Ambos são brasileiros, trabalham na matriz, na Alemanha, e aproveitaram compromissos profissionais no Salão do Automóvel de São Paulo para matar saudades da terrinha.

O fato de executivos brasileiros ocuparem postos de destaque em uma matriz global de montadora não exatamente representa uma grande novidade, ainda que sejam poucos os que efetivamente chegam lá. Mas Thomas e Maurício percorreram trajetória incomum, que aponta um novo caminho para quem almeja carreira semelhante: eles não são



Thomas Mueller tinha no VW Santana Executivo sua referência de carro mais moderno. Hoje coordena a equipe que faz os Audi se dirigirem sozinhos



**OLHA, MÃE,
SEM AS MÃOS**
Thomas em
demonstração da
tecnologia autônoma na
Alemanha: ele sabe que
por aqui não vai rolar.

expatriados, ou seja, não foram alçados da unidade brasileira da Audi para a Alemanha. Em lugar disso foram morar no País europeu e, uma vez lá, conseguiram uma colocação na empresa.

CULPA DE SENNA

Meados dos anos 90: um jovem Thomas Mueller, acompanhado do pai, industrial alemão, vai a um restaurante em São Paulo. Na porta está parado um Audi 100, novidade equivalente naquela época em exata medida a um disco voador com direito a tripulação de incas venusianos. Ainda embasbacado em sua fantasia juvenil o adolescente Thomas identifica o proprietário em uma mesa distante: é Ayrton Senna, fazendo sua refeição alegremente acompanhado de Adriane Galisteu.

"Até então o modelo dos meus sonhos era o VW Santana Executivo. Aquele Audi mudou minha referência sobre carros e naquele mesmo instante decidi que era naquela empresa que gostaria de trabalhar."

Desde os 13 anos ele estudava em escola alemã e frequentava o berço da indústria automotiva nacional, São Bernardo do Campo, no ABCD paulista, pois a indústria de maquinário do pai ficava em Riacho Grande. Mas isso não foi suficiente para atraí-lo à região: no início da maturidade escolheu morar na Alemanha, onde cursou faculdade de engenharia mecânica. Em 2000 trabalhou na Mercedes-Benz e no ano seguinte cumpriu sua determinação de juventude ao ingressar na Audi.

Conheceu sua esposa, brasileira de Vitória, ES, em Munique. Hoje tem dois filhos, nascidos na Alemanha, de 7 e 10 anos. Thomas vem ao Brasil duas vezes ao ano e por isso conhece bem a infraestrutura de nossas cidades e estradas.

Exatamente por isso ele acredita que será "bem difícil" a aplicação de carros autônomos por aqui: "Talvez os de segunda geração, que chegarão ao mercado a partir da segunda metade da próxima década".

Divulgação/Audi

A equipe que ele dirige iniciou os estudos sobre veículos autônomos na Audi há dez anos e hoje se dedica a temas bem mais aprofundados do que a tecnologia em si. Por exemplo: os técnicos agora tentam descobrir formas de acabar com os enjôos que muitos passageiros sentem ao ler qualquer coisa em carros em movimento. Afinal de que adianta um carro que se dirige sozinho, dando o direito aos ocupantes de fazer o que bem quiserem durante o deslocamento, se tontura e desconforto pegarem carona no passeio?

BÊNÇAO DO PASTOR

Formado em desenho industrial pela Universidade Mackenzie, contrariando os desejos do pai advogado, Mauricio Monteiro não enxergava muitas oportunidades profissionais no mercado brasileiro. Começou a olhar para fora: pesquisou Estados Unidos, mas o custo tornava a missão inviável.

Partiu então com a esposa, também brasileira, para Essen, Alemanha, equipados na bagagem com nada além de "a cara e a coragem: sem emprego e sem dinheiro".

À noite Maurício dormia escondido no alojamento da faculdade da companheira, que conseguiu um visto de estudante. Durante o dia ela trabalhava em uma loja de roupas e ele se protegia do frio em uma igreja luterana. Não tardou para o pastor notar aquele, em tese, fiel devoto.

"Me comunicava com o religioso em 'portunhol', pois ele já estivera na América do Sul como missionário. Com o passar do tempo acertamos que eu ajudaria em alguns serviços na igreja e em troca ele me ensinaria alemão."

Um ano e meio depois o pseudo-beato entrava em curso de pós-graduação em design na universidade local. Passado algum tempo a Volkswagen promoveu concurso de projetos com os alunos e, para se diferenciar dos demais, em vez de desenhar o exterior de um carro Maurício optou por um esboço de interior.

"Por coincidência um dos jurados era o chefe de design de interiores, que ficou



A BORDO DA CRIAÇÃO

Mauricio no Salão do Automóvel de São Paulo, em novembro: nada mal para quem dormia de favor e escondido em um alojamento.

surpreso com minha escolha. E surprendentemente propôs apresentar meu projeto à matriz, em Wolfsburg."

Ele foi um dos vencedores do concurso, que dava direito a estágio na companhia, e ali ficou por onze anos. Passou ainda por Italdesign e Mercedes-Benz até chegar ao posto atual na Audi. Seu trabalho mais recente foi o interior do Q8, maior destaque no estande da empresa no Salão do Automóvel paulistano.

O jovem brasileiro que não falava uma



Mauricio Monteiro trocou aulas de alemão por trabalho em uma igreja de Essen. Agora projeta o interior de modelos como o Q8, maior destaque da Audi no Salão de SP

palavra de alemão hoje cheia um dos estúdios de design de interiores de uma das principais fabricantes alemãs e, assim, globais. O atual período da indústria o entusiasma: "É um privilégio trabalhar nesta fase de transição para elétricos e autônomos".

Para Maurício o interior dos veículos passará em breve a representar papel de sala de estar. E, por isto, a criatividade dos designers de interiores poderá voar bem mais longe do que hoje.

ADEUS, TALENTOS

As histórias de Thomas e Mauricio são sem dúvida interessantes sob o ponto de vista da aventura, determinação e superação, mas também não deixam de exemplificar uma tendência que se nota já há algum tempo: a fuga dos talentos nacionais para outros países – e, nestes dois casos, comprovadamente dois grandes talentos de nossa indústria automotiva.

Essa situação tende a se tornar ainda mais aguda daqui por diante, vez que hoje não são poucas as fabricantes de veículos aqui a reduzir seus quadros de engenharia, design e assemelhados em nome de desenvolvimentos globais mais rápidos e baratos – que quase nunca têm o Brasil como sede. A única porta entre-aberta agora parece ser a da pesquisa e desenvolvimento via Rota 2030.

O caso dos 'Brazilian boys' da Audi dá margem, no mínimo, a questionarmos o quão mais evoluída nossa indústria poderia ser hoje, global e tecnologicamente falando, se tantos Thomas e Maurícios não estivessem aplicando seus esforços em outros países, mercados e regiões.

Ainda que, reconhece-se, é bem plausível acreditar que caso tivessem optado por permanecer no Brasil possivelmente Thomas e Maurício fossem agora profissionais de áreas totalmente distintas da indústria automotiva – muitos engenheiros optaram pelo mercado financeiro nos últimos tempos. Ou até, como aconteceu com outros, estariam hoje trabalhando como motoristas de Uber, vendendo modelos Audi apenas pela janela. ■



Elétrico, mas longe da tomada

Eleticidade tende a se consolidar como propulsão para veículos, mas as fontes de energia não necessariamente serão originadas da forma tradicional

Na mobilidade que se está construindo para o futuro as primeiras ações das empresas concentram-se no desenvolvimento de novos modelos de propulsão. Eles serão responsáveis por atingir objetivos ambiciosos tanto na utilização ou no abandono da matriz fóssil

quanto na necessária redução das emissões de CO₂. Portanto, não à toa, grandes investimentos têm sido feitos nos laboratórios das fabricantes de motores para encontrar a solução mais eficiente, limpa e adequada a partir da próxima década.

Muitas empresas concentram seus de-



senvolvimentos em projetos que usam a matriz elétrica, por enquanto a fonte mais eficiente em termos de oferta e capacidade de atingir zero emissões. Esta é a visão de boa parte da indústria automotiva.

Invertendo a lógica do foco no produto, neste caso motores, para o meio ambiente onde os veículos são utilizados, em particular os dedicados a trabalhos pesados, surge a possibilidade de soluções mais versáteis. São conceitos capazes de utilizar outras fontes de energia cuja oferta em determinados lugares seja capaz de apresentar uma equação de custo viável para os operadores.

Aqui gás natural e célula de hidrogênio

concorrente dos projetos que utilizam a corrente das redes elétricas como matriz energética. A tecnologia evolui bastante desde as primeiras aplicações da célula de combustível a partir da molécula H₂, tanto do ponto de vista de segurança quanto na facilidade de obtenção desse recurso. O hidrogênio assim poderá ser o primeiro combustível da chamada economia circular, por ser obtido localmente e não criar impacto ao ambiente no seu ciclo de utilização – pode ser produzido a partir de recursos renováveis como biometano ou de usinas eólicas e solares, inclusive para aplicação em motores de grande potência e torque.



despontam como candidatos a ocupar posições de destaque. O primeiro, logo de cara, pode reduzir as emissões de CO₂ em 10%. É uma matriz relativamente abundante em diversas regiões e não requer grandes investimentos para ampliar sua rede de distribuição, inclusive em localidades remotas, como fazendas e zonas de exploração de minério: deve fazer parte das tecnologias de transição para cenário de carbono zero.

Já o hidrogênio surge como maior

Mas se estivesse já disponível no mercado o motor movido a célula de combustível a hidrogênio, que é transformada em energia elétrica para movimentar os veículos, seria inviável em termos de custos na comparação com os tradicionais motores diesel: a conta seria 400% maior.

Porém nos próximos anos o preço para gerar energia elétrica a partir da molécula de hidrogênio cairá pela metade, segundo estudos realizados pelos órgãos reguladores da União Europeia. As legislações



“Não acreditamos em solução única. Imagino misturar fontes diferentes ao mesmo tempo para dar ao mercado opções de acordo com as necessidades, disponibilidade de fontes e aplicações.”

Annalisa Stupenengo, presidente mundial da FPT

de emissões vão pressionar fortemente as operações que utilizam motores diesel, enquanto a durabilidade das unidades a hidrogênio trará os gastos com manutenção aos atuais níveis dos propulsores a combustão interna. Ou seja: está próximo o momento do diesel encarar um forte competidor.

TRÊS EM UM

A concorrência ficará ainda mais dura quando uma única unidade motriz for capaz de gerar tração e torque a partir de matrizes variadas de energia. Esse foi o maior destaque do FPT Tech Day, evento dedicado a olhar para o futuro da mobilidade e que teve a Indústria 4.0 como foco das suas apresentações. A fabricante revelou o conceito Cursor X, motor capaz de reunir propulsão a gás, célula de hidrogênio e eletricidade.

“Pensar em apenas uma solução seria utópico”, contou Annalisa Stupenengo, presidente mundial da FPT. O desafio para criar um produto multi matriz energética surgiu justamente da necessidade de utilizar recursos que estejam disponíveis nas localidades onde trabalharão os tratores, máquinas agrícolas, caminhões e ônibus.

“Somos pioneiros na produção de soluções com conceitos de sustentabilidade e estamos conectados com nossos principais clientes. Assim temos a oportunidade de avaliar as melhores soluções para cada aplicação.”

O Cursor X é resultado do trabalho conjunto da área de desenvolvimento de produto e do centro de design da CNH Industrial. O motor-conceito foi apresentado, em tamanho real, por engenheiros e designers sem, no entanto, estar em funcionamento. A empresa garante que a combinação das três tecnologias já foi validada em bancadas de testes e que a versão final do motor poderá estar disponível no mercado a partir de 2027.

Além da versatilidade na utilização de combustível o Cursor X também poderá ser configurado na potência necessária a cada aplicação. A FPT diz que a combinação de gás natural com uma opção

60

anos. ZF do Brasil



nucleotcm

A segurança começa com inteligência

A ZF oferece soluções inovadoras para a mobilidade de hoje e amanhã. Desenvolvemos as mais avançadas tecnologias para permitir que veículos possam ver, pensar e agir, capacidades até então humanas. **VER** com os sensores, câmeras e radares. **PENSAR** através da solução de inteligência artificial do supercomputador ZF ProAI. **AGIR** por meio de sistemas mecânicos inteligentes.

Visite zf.com e conheça nossos produtos que fazem a diferença!

de modo elétrico poderia ser utilizada no transporte de passageiros em centros urbanos e deslocamentos regionais com redução de 30% das emissões de CO₂. O modo elétrico seria a opção lógica nas entregas urbanas, já que na próxima década caminhões leves deverão convergir suas emissões para algo próximo do zero. O Cursor X, segundo a fabricante, entregará autonomia de até 200 quilômetros nesta configuração.

H2 PURO

Para aplicações de transporte pesado de longas distâncias a FPT Industrial apresentou um protótipo de chassi de caminhão com sistema de célula de combustível a hidrogênio. Com potência máxima de 400 kW, o equivalente a aproximadamente 544 cv, o veículo tem autonomia estimada em até 800 quilômetros.

"A partir de 2020 o mercado poderá

contar com esse conceito de propulsão a hidrogênio. Precisamos da demanda para tornar viável o projeto em termos de custo, mas o desenvolvimento já está em nível avançado."

O desempenho é semelhante ao de um conjunto motriz a combustão, mas o peso total é 70% menor se comparado a um caminhão de 44 toneladas puramente elétrico equipado com baterias. Há outras vantagens, como o tempo de abastecimento: 20 minutos ante 2 horas do elétrico - seis vezes mais rápido, portanto.

A executiva mostrou confiança nos rápidos avanços para a mobilidade do futuro sem emissões, uma obsessão para os órgãos reguladores e os próprios industriais na União Europeia. E depositou sua expectativa no sucesso do protótipo a célula de hidrogênio: "Em pouco mais de dois anos esperamos oferecer uma versão definitiva dessa tecnologia para o mercado". ■

Multi motor de baixo carbono

O conceito Cursor X leva a outro patamar as tecnologias de motores híbridos já disponíveis no mercado. Trata-se de um motor que poderá ser configurado com o tipo de propulsão mais adequado para determinadas aplicações. Tudo isso dentro de uma peça só, desenhada para combinar propulsão a GNV com célula de combustível, híbrido em paralelo ou serial com sistema elétrico puro.

David Wilkie, diretor do centro de design da CNH Industrial, rabiscou durante sua apresentação no FPT Tech Day as primeiras ideias que geraram o conceito. Afirmou que a concepção da forma respeitou conceito plug and play, para



ser facilmente acoplado nos veículos sem a necessidade de desenvolvimento específico de chassis para acomodá-lo. Wilkie é conhecido no Brasil por ter sido o responsável pelo design interior do VW Logus, em meados da década de 90. A lembrança o deixa muito orgulhoso, mas lamenta: "É uma pena que nunca tenha visto um Logus de perto" – ele deixou a Autolatina antes

do começo da produção do modelo, exclusivo do Brasil. Outra novidade do Conceito Cursor X é sua capacidade de auto aprendizado. Ele será equipado com processadores e sensores capazes de reconhecer anomalias, analisar desgaste de componentes e prever o momento correto de manutenção. Tudo isso será possível graças à inteligência artificial, que gerará grande quantidade de informações, interagindo com uma central de controle do cliente e da própria fabricante com o intuito de melhorar o seu próprio funcionamento e, até mesmo, criar novos softwares ainda mais eficientes para sua longevidade.

AUTODATA

Empresarial

82

A Dana é o único fornecedor capaz de produzir todos os componentes principais para eletrificação veicular.



A NOVA ERA DA MOBILIDADE

Dana, um dos maiores sistemistas do mundo, trabalha há mais de 20 anos para oferecer soluções tecnológicas de alta eficiência às montadoras que estão investindo em veículos híbridos e elétricos.

A Dana é conhecida globalmente no setor automotivo como uma empresa inovadora. Com mais de um século de atividade (foi fundada em 1904) a companhia atingiu no ano passado a marca de 10 mil patentes registradas. Além de ser um número impressionante para uma única empresa, comprova, também, claramente, seu elevado grau de inovação.

Nos últimos 20 anos o foco da engenharia da empresa vem sendo dirigido para desenvolver soluções voltados à eletromobilidade. "A Dana se antecipou em mais de uma década à tendência de eletrificação veicular, e por isso, está na vanguarda tecnológica neste setor",

destaca Raul Germany, Country Leader da Dana para o Brasil.

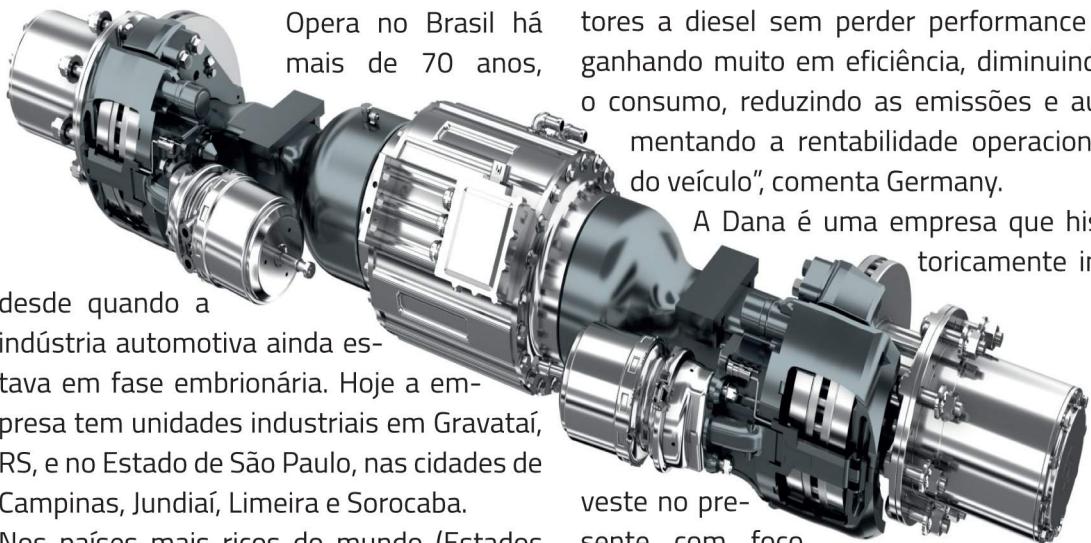
E para oferecer soluções completas em eletrificação veicular (de carros de passeios até veículos comerciais) a empresa fez as compras e acelerou este processo ao adquirir companhias como a Brevini (incorporada em fevereiro de 2017), a TM4 (em junho deste ano) e a Oerlikon (em julho deste ano), que avançaram globalmente no desenvolvimento de soluções para a mobilidade eletrificada. A Dana estava presente em setembro deste ano, no maior evento do mundo para veículos comerciais, o "IAA Commercial Vehicles", que acontece todo ano par em Hannover, na Alemanha. Jim Kamsickas, CEO e presidente mundial da empresa, resumiu bem a nova fase: "As pessoas não fazem ideia das mudanças na Dana nos últimos 18 meses após a aquisição da Brevini e da TM4. Hoje, podemos dizer com orgulho que somos o único fornecedor com a capacidade de fornecer transmissões eletrificadas e e-eixos totalmente integrados, completos com sistemas de gestão térmica, em todos os mercados mundiais".

Raul Germany, Country Leader da
Dana para o Brasil



Divulgação/Agência Brasil

Kamsickas sabe bem o que significa essa extraordinária capilaridade que a Dana adquiriu com as recentes aquisições. A empresa está presente em 33 países nos seis continentes do planeta. Com a aquisição da Brevini, a Dana ampliou em mais de 50% sua base de clientes em todo o mundo. São 100 instalação de engenharia, fabricação e distribuição. Aqui na América do Sul, a empresa tem plantas na Argentina, Brasil, Colômbia e Equador, empregando mais de cinco mil colaboradores.



eS13XR

desde quando a indústria automotiva ainda estava em fase embrionária. Hoje a empresa tem unidades industriais em Gravataí, RS, e no Estado de São Paulo, nas cidades de Campinas, Jundiaí, Limeira e Sorocaba.

Nos países mais ricos do mundo (Estados Unidos, Canadá, todos da Europa Ocidental, além de China, Japão e Coreia do Sul), os veículos elétricos ampliam seu protagonismo, particularmente nas grandes cidades em que legislações cada vez mais severas quando não proíbem completamente, restringem a circulação de veículos comerciais movidos a combustíveis fósseis, movimentos que se ampliam para um número cada vez maior de cidades ao redor do mundo.

Estudos apontam que até 2030 cerca de 50% dos veículos comerciais comercializados no mundo serão movidos a eletricidade. "Aqui no Brasil não será diferente. Por ora, a eletrificação vem se mostrando viável em nichos como o transporte urbano feito por vans, micro-ônibus e caminhões leves", destaca

Raul Germany. "Temos produtos de ponta para eletrificação nos eixos e, também, para veículos movidos com motor elétrico central", comenta Germany.

Sistêmistas e montadoras entendem que, para mobilidade urbana, a eletrificação é o caminho e, para deslocamentos em longas distâncias, a solução mais viável no médio prazo são os veículos híbridos. "Com a eletrificação do terceiro eixo, por exemplo, é perfeitamente possível reduzir significativamente o tamanho e a potência dos motores a diesel sem perder performance e ganhando muito em eficiência, diminuindo o consumo, reduzindo as emissões e aumentando a rentabilidade operacional do veículo", comenta Germany.

A Dana é uma empresa que historicamente in-

veste no presente com foco nas tendências de um futuro muito próximo. A empresa, que passou os últimos 20 anos desenvolvendo soluções tecnológicas para antecipar e assim se capacitar para atender as demandas das montadoras em eletromobilidade, colhe agora os frutos de seu processo de "engenharia contínua". Germany, que vislumbra que tudo isso já vem sendo introduzido no mercado brasileiro, revela que a Dana desenvolveu soluções para uma van e um caminhão 100% movidos por seus eixos elétricos que estão em avaliação na Europa e que, na China, onde a empresa já atua com a TM4 em produtos que estão em produção, trabalha em dois lançamentos para aplicações em ônibus.

**EM MARÇO O MUNDO DE
DA AMÉRICA LAT**

**CONGRE
LATINO-AMERICA
INDÚSTRIA AUTO**

25 E 26 DE MARÇO | CENFORPE SÃO BERNAR

Informações em www.autodata.com.br

Realização

AutoData
Seminários



PREFEITURA DE
SÃO BERNARDO
DOCAMPO
CIDADE DO TRABALHO

SCOBRIRÁ O POTENCIAL INA AUTOMOTIVA

SSO
NO DA
MOTIVA

DO DO CAMPO/SP



Patrocínio

EATON
Powering Business Worldwide

**MAGNETI
ARELLI**



Organização

IZZO GROUP

FRAS-LE EM XANGAI

A Fras-le participou da Automechanika Xangai, na China, maior feira de peças, acessórios, equipamentos e serviços automotivos da Ásia. A empresa tem fábrica naquele país desde 2009, em Pinghu, na província de Zhejiang. A unidade recebeu no ano passado R\$ 9 milhões em investimentos para expansão: hoje pode produzir quinze milhões de peças/ano, sendo dez milhões de lonas e cinco milhões de pastilhas para a linha pesada.



Por Marcos Rozen

Sugestões de pauta para esta seção podem ser dirigidas para o e-mail

rozen@autodata.com.br



Divulgação/Land Rover

“COMPLETA DE ÁLCOOL, AMIGO!”

Pela primeira vez em sua história a Land Rover passa a contar com tecnologia flex fuel em seu portfólio: motor Ingenium 2 litros flex já equipa os Discovery Sport e Range Rover Evoque nacionais. 240 cv de potência e 34,6 kgfm de torque, desenvolvido por engenheiros brasileiros com apoio da matriz. Motores, entretanto, continuam a ser produzidos na Inglaterra.

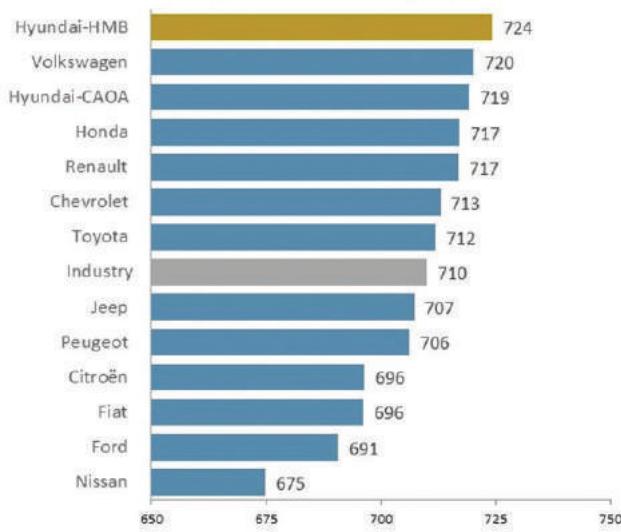
HYUNDAI DIGITAL

A JD Power anunciou o resultado de seu primeiro estudo Digital Shopper Experience Study, ou DSE, que traçou perfil e principais hábitos do processo de intenção de compra online, além de avaliar experiência digital dos futuros consumidores, como navegação em websites e redes sociais, para as maiores fabricantes de veículos do País. A melhor colocada do estudo foi a Hyundai, com 724 pontos, seguida de VW, 720, e Hyundai Caoa, 719. A nota média da indústria foi 710.

J.D. Power 1º Digital Shopper Experience Study (DSE)

Índice DSE de satisfação geral do potencial comprador durante a experiência de busca online por um automóvel

(Com base em uma escala de 1.000 pontos)



Fonte: J.D. Power 1º Digital Shopper Experience Study



Divulgação/BMW

KRIEGER

Aksel Krieger será o novo CEO da BMW do Brasil, a partir de fevereiro de 2019. Antes, CEO da Brilliance-BEA Auto Finance em Xangai. Brasileiro com nacionalidade dinamarquesa, segunda passagem pela empresa.



Divulgação/Volvo

CAVALCANTI

Alcides Cavalcanti é o novo diretor comercial de caminhões da Volvo: responsável por toda a operação para novos, seminovos, peças e serviços. Sucede a Bernardo Fedalto, que deixou a empresa após 37 anos.



Divulgação/PSA

BIALSKI

Victor Bialschi é o novo diretor de comunicação corporativa América Latina da PSA: antes só Brasil e agora responsável também por Argentina, México e Chile.



Divulgação/PSA

GRAZIANO

Rodrigo Perez Graziano, novo diretor de relações externas América Latina da PSA, cargo que engloba Argentina, México, Chile e importadores. E Fernando Flórido continua como responsável direto por relações externas no Brasil.



Divulgação/PSA

LIMA

Marina Lima passou a coordenar a estratégia digital do Groupe PSA na América Latina, assumindo também responsabilidade integral pelas atividades relacionadas ao projeto de transformação digital na região.



Divulgação/Reed Exhibitions Alcântara Machado

BALANÇO DO SALÃO

De acordo com a Reed Exhibitions Alcântara Machado o Salão do Automóvel de São Paulo de 2018 recebeu ao todo 742 mil visitantes em seus onze dias de funcionamento. A mostra testemunhou lançamento de 66 modelos, exposição de 540 veículos, 45 mil test drives, 1,2 mil atividades interativas e cem eventos paralelos.

DOIS MILHÕES DE RAPOSAS

O Volkswagen Fox chegou ao marco produtivo de dois milhões de unidades em 28 de novembro, todas saídas da unidade de São José dos Pinhais, PR. Desde 2003.



CAR GROUP CESVI 2018

A VW celebra o ranking Car Group 2018 Cesvi Brasil: sete modelos campeões na lista de dez categorias. Também venceram em seus segmentos os Citroën AirCross e C4 Lounge, Peugeot 2008 e Suzuki Jimny.

DEMEL E SINDIPEÇAS

O Sindipeças promove em 22 de abril de 2019 o Encontro da Indústria de Autopeças: presença de Herbert Demel, ex-Volkswagen do Brasil, Carlos Zarlenga, da GM, Steve St. Angelo, da Toyota, e Francisco Gomes Neto, da Marcopolo.

VWCO PARA ELETRICIDADE

A Volkswagen Caminhões e Ônibus entregou cem veículos para o segmento de serviços de energia elétrica: quarenta foram para a CPFL e sessenta para a Eletropaulo. Modelos Delivery 9.170 e 11.180 e Constellation 15.190 e 26.280. A diesel.



per le Alfa Romeo



PIRELLI

per Fiat 500
per Fiat 600
per Fiat 1100 1400 1900
per Lancia Appia
per Lancia Aurelia

cisa e stelvio
rolle e stelvio nilon
rolle, stelvio, stelvio nilon
rolle
cinturato

Inviando questo tagliando completo di tutti i dati a Pirelli - Viale Abruzzi 94 - Milano - riceverete in omaggio il manuale Norme di manutenzione dei pneumatici per autovettura.

Cognome e Nome _____ Autovettura: _____
Via: _____ Marca: _____ Tipo: _____
Città: _____ Targa: _____



Divulgação/Pirelli

CUORE PNEUMATICO

Parceria histórica de Alfa Romeo e Pirelli ganhou novo capítulo com acordo técnico para o evento Academia de Direção, realizada na pista de testes da FCA em Balocco, na Itália, sede de ambas. O Alfa Romeo 158 de 1950, primeiro carro a vencer uma corrida de Fórmula 1, era equipado com pneus Pirelli Stella Bianca. Hoje cada modelo da gama Alfa tem um pneu Pirelli desenvolvido especialmente – e os Giulia e Stelvio Quadrifoglio usam os P Zero como único equipamento original.

SÓ TEM UMA RAZÃO PARA VOCÊ
NÃO COMPRAR: JÁ TER UM.

PEUGEOT.COM.BR/3008

NOVO SUV PEUGEOT 3008
NUNCA UM SUV FOI TÃO LONGE.

BETC | HAVAS



3 ANOS
GARANTIA

*3 anos de garantia
total nos termos
dos respectivos manuais.

PILOTO AUTOMÁTICO INTELIGENTE

ACTIVE SAFETY BRAKE

SISTEMA DE PONTO CEGO ATIVO

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



Além de toda a tecnologia e robustez,
os proprietários desse SUV contam
com a melhor experiência em serviços
e a transparência do Peugeot Total Care.

PEUGEOT RECOMENDA TOTAL



No trânsito, a vida vem primeiro.

“Muito desapontado com a GM e a CEO Mary Barra por fechar fábricas em Ohio, Michigan e Maryland. Nada está sendo fechado no México e China. Os EUA salvaram a GM e este é o agradecimento que recebemos. Estamos analisando o corte de todos os subsídios da GM, inclusive para carros elétricos.”

Donald Trump, no Twitter

Capa do jornal
nova-iorquino Daily News
de 27 de novembro



Sete em cada dez brasileiros já fizeram compras pela internet ou preferem este meio em lugar de ir a lojas físicas, segundo pesquisa da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

“Sob a ótica tecnológica não há problema algum em produzir motores Euro 6 no Brasil, mas serão necessários investimentos em linhas de produção e desenvolvimento. Quem pagará essa conta?”

De executivo da indústria automotiva brasileira que pediu anonimato

Para produzir um único aparelho iPhone 6 são emitidos...

81

quilos de CO₂, ou o equivalente ao consumo de...

34

litros de gasolina em um carro ou...

365

dias de funcionamento de uma geladeira

Os dados são de pesquisa sobre a pegada ambiental na produção de smartphones da Universidade de Surrey, Inglaterra.



SCANIA V8

O CAMINHÃO VENCEDOR DO PRÊMIO AUTODATA 2018

make. Trânsito seguro: eu faço a diferença.



É com muito orgulho que a Scania fecha um ciclo vitorioso da sua história com o V8 Super Rodotrem R620 6x4. Lançado para atender segmentos que demandam alta produtividade, possui um conjunto de 11 eixos e capacidade de carga de até 91 toneladas. E essa história ficará melhor em 2019 com o lançamento da nova geração de caminhões Scania, que traz soluções ainda mais otimizadas para cada operação.

Saiba mais em www.scania.com.br

SCANIA



O PODER DE UM SONHO É **TRANSFORMADOR**

Sonhar em contribuir com o dia a dia das pessoas e transformar vidas por meio da mobilidade, oferecendo automóveis, motocicletas, produtos de força e aviões da mais alta qualidade. Esse é o principal desejo da Honda. Uma realidade que está cada vez mais próxima graças aos serviços financeiros que facilitam o acesso aos produtos da marca. Sonhar é visitar o futuro e ver os passos realistas e suaves do ASIMO. É voar alto com o HondaJet e gerar energia limpa para sua fábrica. Mas sonho que transforma é o que valoriza o aspecto humano e educa para um trânsito harmonioso e seguro. **Porque não basta apenas sonhar, é preciso transformar.**

[f /HondaBR](#) [in /company/honda-brasil](#)

HONDA
The Power of Dreams