

Auto**D**ata

Ano 23 | Maio 2015 | Edição 309

No ritmo global

Fabricantes de aço e alumínio investem na produção local de novos materiais e componentes. A Teksid inaugura fábrica de blocos de alumínio e a ArcelorMittal inicia em breve a fabricação do Usibor, aço de alta resistência com demanda crescente no País.



From the Top
Stefan Ketter

Workshop Caminhões
O pior já passou

Produção
A revolução Jeep

Chegou o Honda

HR-V

A revolução na sua garagem.



Multimídia de 7"
Multi-Touchscreen



Ar-Condicionado Digital
Full Touchscreen



EPB - Electric Parking Brake
(Freio de Estacionamento Eletrônico)





Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Consumo de combustível (km/l) para o Honda HR-V CVT: 7,1 km/l (etanol) e 10,5 km/l (gasolina) em ciclo urbano (cidade) e 9,5 km/l (etanol) e 12,1 km/l (gasolina) em ciclo rodoviário (estrada). Classificação no Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular: A. Consulte a disponibilidade dos itens de acordo com as versões.



HONDA

20 | Capa

Impulsionados pelas plataformas globais e pelo Inovar-Auto fornecedores de aço e alumínio intensificam investimentos na produção nacional de materiais mais leves e resistentes

25 | Autopeças

Automec 2015 surpreende e traz otimismo aos fornecedores



Divulgação/FCA

28 | Workshop AutoData

Evento reúne representantes da indústria de caminhões e implementos rodoviários para debater o atual cenário e as possíveis perspectivas

32 | Prêmio

Honda Automóveis organiza o 17º Encontro de Fornecedores em Sumaré, SP

36 | Lançamento

Peugeot inicia produção e venda no País do utilitário esportivo 2008, o modelo com o qual a empresa quer recontar sua história por aqui

42 | Especial Jeep

A fábrica, o parque de fornecedores e os processos logísticos do Polo Automotivo Jeep, inaugurado dia 28 de abril em Goiana, PE

58 | Lançamento

O Chery Celer perdeu parte do sotaque chinês: o primeiro da fabricante a ser produzido aqui e adaptado ao gosto do brasileiro

62 | Microsetorial

A vez de quem produz motores e transmissões revelar as novidades, as estratégias e as oportunidades no negócio de powertrain

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

12 | From the Top

Stefan Ketter, vice-presidente mundial de manufatura da FCA

72 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

74 | Artigo

José Celso Mazarin, diretor de operações da Smarttech

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

Conselho Editorial

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

Redação

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

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: Divulgação/Audi

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

Departamento de Negócios

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

Comercial e Publicidade

Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Renata M Dias, Rosa Damiano, executivos de contas, Adenilson Aparecido da Silva, auxiliar de marketing

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

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

Apoio

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

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISN 1415-7756

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



Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPESP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

O pior já passou

O mercado de veículos ainda derrapa, a indústria continua com excesso de mão de obra e ninguém espera nada de excepcional para este ano. Mas, passado o marasmo do primeiro trimestre, os agentes do setor começam a mostrar alguma reação no sentido de buscar alternativas que evitem catástrofe maior que a esperada a princípio. De um lado, há uma boa expectativa vinda da mercado de reposição, como ficou claro na Automec 2015, de outro, a área de aço e alumínio, que reforça investimentos em novos materiais e no aumento de produção. Já a indústria de motores diesel, retratada em nossa seção Microsetorial, investe em novos negócios no segmento de máquinas agrícolas e de construção, assim como em exportações, prevenindo retração em seus negócios abaixo da esperada para o mercado de caminhões como um todo. Na área de automóveis, Anfa-vea anuncia parceria com a Fenabreve e Abac, a associação dos consórcios, para tentar incentivar o consorciado já contemplado que ainda não retirou seu bem a ir na concessionária pegar o seu carro novo. São reações que independem de ações do governo e mostram a disposição de buscar alternativas que equilibrem as empresas em um quadro de consumo retraído. Pela análise dos executivos que participaram do Workshop Autodata Tendências Setoriais — Caminhões, o pior já passou.

AD

Alzira Rodrigues | editora

alzira@autodata.com.br

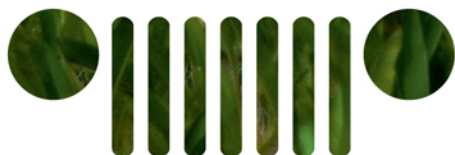
Engano: Na reportagem de lançamento do Honda HR-V na edição 308, pág. 24, o nome do presidente da Honda na América do Sul saiu gravado erroneamente. O correto é Issao Mizoguchi.



JEEP.COM.BR
CAC 0800 7037 150
facebook.com/jeepdobrasil

Pedestre, use sua faixa.

Je



NOVA FÁBRICA DA JEEP NO BRASIL.

Tecnologia e inovação que resultaram numa das fábricas de automóvel mais modernas do mundo.

JEEP. FABRICADO NO BRASIL PARA VOCÊ FAZER HISTÓRIA.

ep



AGORA COM NOVA
MARCA REGISTRADA:
UMA DAS FÁBRICAS
MAIS MODERNAS
DO BRASIL.

Jeep[®]
MAKE HISTORY

Só na tela

Mesmo com os revendedores assegurando que as vendas começam apenas no segundo semestre, o site da Jac Motors já exhibe a nova versão do sedã médio J5.

On-line

Há um amplo espaço ainda inexplorado pelas concessionárias brasileiras nos serviços digitais, aponta pesquisa global da consultoria Accenture. Mais de 80% dos consumidores brasileiros consideram adquirir um carro pela internet, a maior parte inclusive realizaria todo o ciclo de compra — financiamento, negociação de preços, processos administrativos e entrega em domicílio — de forma virtual, caso houvesse essa possibilidade. A pesquisa, denominada Automotive Digital Survey: What Digital Drivers Want, foi realizada com 10 mil consumidores de oito países. No Brasil foram ouvidas 1 mil pessoas.

O número

14

montadoras aderiram ao Festival do Consorciado Contemplado, iniciativa da Abac, Anfavea e Fenabreve para estimular o mercado de autoveículos, com benefícios exclusivos para que os consorciados já contemplados utilizem o crédito disponível para adquirir seu veículo até 15 de junho.

Incursão africana

Pela primeira vez o Sindipeças participou, no começo deste mês, da Automechanika Johannesburg, mostra de autopeças da África do Sul. Estande coletivo reuniu 21 empresas brasileiras que buscam oportunidades naquele país.

Incursão colombiana

No início de junho, de 3 a 5, será a vez dos fabricantes brasileiros de autopeças participarem da Expopartes Bogotá, na Colômbia. Dezenove empresas dividirão espaço no estande do Sindipeças, em mais uma ação do programa Brasil Auto Parts, parceria da entidade com a Apex-Brasil para promoção das nossas peças.

Exportação

O braço brasileiro da Pirelli projeta ampliar suas exportações de 10% a 15% este ano, incrementando vendas não só para os países da América do Sul, mas também para Estados Unidos e México.

O Grupo Caoa está investindo R\$ 25 milhões no Centro de Manutenção e Reparação Hyundai, no bairro de Moema, na Zona Sul da Capital paulista. Com inauguração prevista para o fim deste mês, o empreendimento ocupa 10 mil m² e funcionará como uma espécie de showroom de serviços e não de vendas. O centro poderá atender até 3 mil veículos por mês, segundo Rogério Gonzaga, diretor de pós-venda do Grupo Caoa.



Divulgação/Grupo Caoa

Off

Leve e exclusivo

Dentre tantos dispositivos apresentados no Jeep Renegade, o teto de placas removíveis é um dos que mais chamam atenção. O SUV é o primeiro veículo nacional a oferecer o dispositivo desenvolvido pela Webasto, que também fornece a opção de teto de vidro. O novo produto é composto por duas placas que podem ser acomodadas no porta-malas. O conjunto pesa 8 quilos, quase um quarto do teto solar de vidro, também fornecido pela Webasto. Tal diferença se deve ao uso de THC, material conhecido como papel de estrutura de colmeia. A Webasto o desenvolveu há cerca de quatro anos, após clínica com a Chrysler, que desejava materiais alternativos para Jeep Wrangler. Importado da Itália, sua nacionalização é inviável. Embora tenha crescido nos últimos anos, o mercado interno de tetos solares é restrito ainda. “Se somarmos os mercados de Brasil e Argentina, o consumo anual é da ordem de 100 mil unidades. Só para nacionalizar apenas um modelo de teto precisaria vender de 30 mil a 50 mil unidades”, justifica Jürgen Kneissler, diretor-geral da empresa no Brasil.

BFGoodrich

A Michelin terá uma nova marca de pneus radiais para ônibus e caminhões no Brasil e aposta em preços 25% menores. A BFGoodrich chega para disputar clientes fora do mercado premium, onde a Michelin já tem forte presença. A nova linha, com três produtos, será importada da Polônia em um primeiro momento. A partir do segundo semestre, diz Feliciano Almeida, diretor de marketing e vendas, dois modelos serão produzidos em Campo Grande, RJ. A nacionalização dos BFGoodrich compõe o pacote de € 1 bilhão de aporte de 2011 a 2016.

Oroch

A Renault decidiu que sua futura picape nacional, chamada até agora de Oroch, terá também versão para frotistas. A picape, derivada do SUV Duster, deve chegar às revendas no último trimestre e, ao menos inicialmente, apenas com cabine dupla.

BYD 1

Está marcada para julho a inauguração da fábrica da BYD de baterias e veículos elétricos em Campinas, Interior paulista. Esta primeira etapa de operação no País consumiu R\$ 250 milhões, assegura Adalberto Maluf, diretor de marketing e relações governamentais da empresa.

BYD 2

O projeto total, acrescenta o executivo, contempla aporte de R\$ 900 milhões em quatro anos, com conteúdo local de 80% em dois anos. O primeiro veículo a sair das linhas, em CKD com chassi e componentes importados de China e Estados Unidos, será o ônibus urbano elétrico K9. Na sequência, o articulado K11.

BYD 3

A capacidade produtiva inicial é de 250 ônibus/ano e pode chegar a 2 mil/ano até 2018. O automóvel elétrico E6, no entanto, em fase final de homologação, tem início de montagem prevista somente para o ano que vem. “Enquanto não houver incentivos do governo para esse tipo de propulsão, os volumes de automóveis devem ser muito pequenos. Estamos mais confiantes na produção de ônibus.”

Rodriguez

Guy Rodriguez deixou no mês passado a diretoria da operação de caminhões da Ford para a América do Sul, cargo que ocupava desde 2013. O executivo agora é diretor de vendas, marketing e serviços da Ford, no lugar de Jorge Chear, que acaba de ser aposentar. Antonio Baltar, gerente de nacional de marketing e vendas de caminhões da montadora, tem respondido pela divisão.



Divulgação/Nissan

Jogo casado

A Nissan produzirá a nova geração da picape Frontier na fábrica da Renault em Santa Isabel, Córdoba, na Argentina. Investirá cerca de US\$ 600 milhões no projeto que culminará com o início de operação de nova linha de montagem em 2017. Segundo fonte, a produção do novo veículo guarda vínculo direto com o projeto de uma inédita picape média da Mercedes-Benz. É certo que o projeto será desenvolvido em conjunto pela Aliança Renault-Nissan e Daimler, mas ainda não está definido se a versão M-B seria produzida também na fábrica argentina da Renault— a própria Daimler também possui unidade produtiva naquele país, onde é fabricada a Sprinter.

Pesquisa

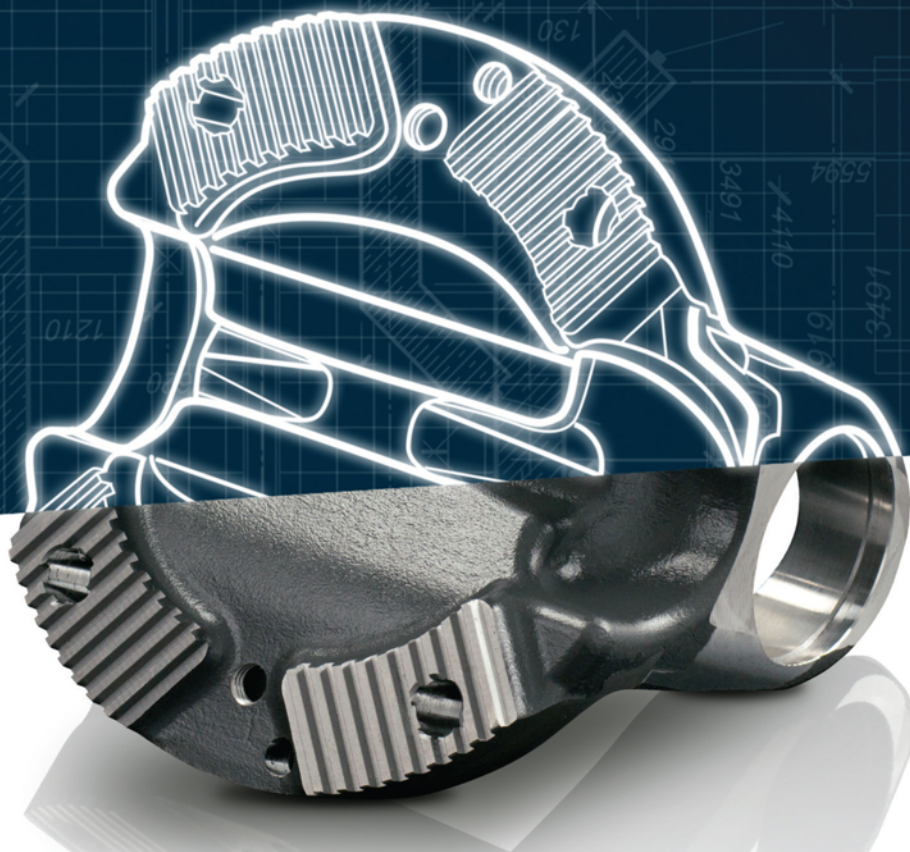
A Scania inaugura laboratório de pesquisa no Parque Tecnológico de Sorocaba, SP, em parceria com a Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, a Poli-USP. O investimento no projeto é de R\$ 6 milhões — maior aporte da montadora em iniciativas de pesquisa e desenvolvimento no Brasil.

Bepo

A Bepo começou a encarregar chassis de pequenos ônibus urbanos. Os primeiros veículos têm chassi da Mercedes-Benz.

Plantadeira

A primeira plantadeira produzida pela New Holland na América Latina é brasileira. A PL5000, lançada na 22ª Agrishow, é produzida na fábrica de Piracicaba, SP, e apresenta a maior autonomia do segmento, assegurando um dia de trabalho sem interrupções.



**INTELIGÊNCIA PARA
INOVAR A INDÚSTRIA.**

**TECNOLOGIA PARA
MOVER O MUNDO.**

AGRÍCOLA | AUTOMOTIVO | INDUSTRIAL | LINHA AMARELA

Há mais de 50 anos, a Maxiforja é referência em forjaria, usinagem e componentes montados. Um feito e tanto, em um mercado que vive de movimento, que nunca pode parar. E isso só é possível porque nos renovamos diariamente, unindo experiência e tecnologia, para produzir o que há de melhor em sistemas e conjuntos de alta precisão para a indústria da mobilidade. Assim, nos caminhos que levam ao futuro, a Maxiforja sempre se faz presente.

Confira nosso
Catálogo de Produtos.



maxiforja

Presente nos caminhos do futuro.

A man with grey hair, wearing a white polo shirt with green stripes and a Jeep logo, is speaking into a microphone. He is standing in front of a large screen displaying the letters 'PR' in a pixelated font. The man has a name tag on his shirt that reads 'PROJETO Fátima Gomes' and 'KETTER'.

From the Top

Com a marca no peito

Entrevista a Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br
Fotos | Divulgação FCA

A mudança já estava nos contêineres e seria da Itália para os Estados Unidos. Em duas horas o destino mudou. Os contêineres seguiram afinal para o Brasil, mais exatamente para Pernambuco. Não necessariamente Stefan Ketter, vice-presidente mundial de manufatura da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, teria de morar aqui. Mas ao ser nomeado responsável pela construção do Polo Automotivo Jeep em Goiana, não titubeou: “Vir foi uma decisão minha”.

E agora, com a fábrica pronta, qual será seu destino? Ketter desconversa: “Não sei se a decisão de ficar aqui ou

não será minha”. Brasileiro filho de alemão o executivo nasceu em São Paulo há 56 anos, formou-se engenheiro na Alemanha e consolidou sua carreira nos Estados Unidos e Itália. Chegou à Fiat em 2004 para cuidar da área de qualidade.

Quase dois anos após chegar ao Brasil e com a fábrica pernambucana em operação Ketter se diz satisfeito com o trabalho que desenvolveu. Afinal, o desafio era grande. Sem tradição no setor automotivo e com várias deficiências em infraestrutura, muitos não botavam fé em Pernambuco. Problemas ainda existem: “Seria ilusão dizer

que não. Mas estamos aqui justamente para resolver problemas”.

Nesta entrevista a **AutoData** Ketter fala do parque de fornecedores, da boa surpresa com a mão de obra local e de tudo que envolveu a construção do complexo em área antes tomada por imenso canavial. O uniforme é idêntico para todos os funcionários, do operário ao diretor, inclusive o próprio Ketter quando vai à fábrica:

“Não somos obrigados a usar, mas gostamos. Todos querem usar. O importante é que o uniforme tem a marca em cima, que é Jeep. Isso tem seu valor. O de levar a marca no peito”.

As coisas só se resolvem quando a gente vê de perto, quando tocamos com as mãos

Como foi receber o convite para construir uma fábrica no Brasil?

Sediado na Itália, estava com as malas prontas para os Estados Unidos em junho de 2013 quando fui informado de que seria o responsável pela fábrica em Goiana. Os contêineres com toda a minha mudança estavam prontos e seriam embarcados para lá. Em cerca de duas horas mudei o destino e mandei todos contêineres para o Brasil, para Pernambuco.

Pelo que o senhor está contando não teria de vir morar aqui necessariamente?

Não. Foi uma decisão minha mudar para Pernambuco.

O senhor, certamente, já estava acompanhando o projeto?

A gente estava trabalhando nele há

muito tempo. Nossa equipe daqui estava toda empenhada no projeto e naquela época já estávamos na fase de terraplanagem. Aliás, o terreno cedido pelo governo do Estado caiu como uma moeda para uma fábrica: era absolutamente plano, facilitava nosso trabalho. Era um dos mais planos que tínhamos visto.

Neste período todo o senhor ficou mais em Goiana ou em Recife?

No começo ficava mais aqui, no escritório de Recife. Normalmente ia para Goiana na segunda-feira. Agora [a duas semanas da inauguração da fábrica] fico lá na terça, quarta, quinta, sexta... Tem muito trabalho que exige a presença física e é importante estar mais no campo do que no escritório. Acompanhar a linha, a limpeza, as instalações. As coisas só se resolvem

quando a gente vê de perto, quando tocamos com a mão.

A FCA apresenta o Polo Automotivo Jeep como inédito. Quais são de fato as inovações?

O nosso projeto já nasceu com um parque de fornecedores. Conversamos com eles quase que no mesmo nível de planejamento da fábrica. Entramos em pormenores sobre tudo. E não só na parte técnica. Até recursos humanos entrou no debate. Todo o fluxo, os carrinhos que levam as peças, tudo foi estudado ao pormenor dentro do conceito 360°. Pudemos conhecer melhor os fornecedores e planejamos com eles uma integração completa no complexo. Assim, reunimos vários e importantes diferenciais nessa fábrica com relação às demais.

A FCA arcou com algum custo da construção do parque?

Optamos por construir o parque de fornecedores, ficando para eles a parte de instalar as máquinas. Fizemos a casa e os fornecedores colocaram a cozinha, a sala de estar. E vivem lá dentro. E tudo foi estudado para termos a logística mais eficiente de peças chegando à produção. Como os fornecedores nasceram junto com a fábrica eles já surgem alinhados aos nossos processos. Cerca de 40% das peças que utilizamos saem desse parque.

Qualidade é prioridade nesse processo todo?

Qualidade, flexibilidade e velocidade de produção. Podemos dizer que a

prioridade máxima é qualidade. Mas é importante também dizer que o polo reúne as características básicas de uma fábrica flexível e expansível, preparada para crescer no futuro. Com seu leiaute enxuto e racional, o polo foi pensado para facilitar a rapidez de planejamento e a eficiência na solução de problemas.

Qual é a capacidade instalada da fábrica?

A fábrica já está pronta para produzir trinta carros por hora ou 180 mil/ano. Na segunda etapa, a ser concluída em meados deste ano, poderemos atingir até 45 carros por hora, algo como 250 mil por ano.

Mas quando o complexo poderá atingir a capacidade plena?

Em 2016 já estaremos preparados para chegar a esse número.

E quanto será produzido este ano?

Este é um grande segredo. Depende do mercado. E não quer dizer que teremos ociosidade se a capacidade plena não for atingida rapidamente. Há uma curva, é sempre assim. Não utilizamos a capacidade instalada de um dia para outro. Como disse, a capacidade máxima deve ser atingida em 2016, mas podemos acelerar a linha conforme a necessidade, torná-la mais veloz ou menos. Dependerá do andamento do mercado.

Já está tudo funcionando em Goiana ou ainda há entaves?

Temos no parque doze edifícios, dezesseis fornecedores e dezessete

Fizemos a casa e os fornecedores colocaram a cozinha, a sala de estar. E vivem lá dentro.



Jeep, seja bem-vindo à sua nova casa!

Parabéns FCA pela nova Planta Jeep, que tanto tem contribuído para o desenvolvimento tecnológico, industrial e econômico do Brasil, e já é considerada referência mundial em alta tecnologia, qualidade e produtividade.

A Prensas Schuler orgulha-se em fazer parte deste grande empreendimento, equipando as estamparias Jeep e Supplier Park com equipamentos de ponta, fabricados no Brasil, para a FCA fazer história.

PRENSAS SCHULER S.A.

Av. Fagundes de Oliveira, 1515

09950-904 | Diadema | SP

Telefone: (11) 4075-8444

info@schuler.com.br

www.schuler.com.br



From the Top

linhas. Já está tudo em operação, mas não podemos dizer que não há problemas nesta fase inicial. Seria ilusão. Estamos aqui exatamente para resolver problemas. Nos últimos dias, antes da inauguração, ainda tínhamos pavilhões em processo de conclusão, dávamos os últimos retoques. Mas já estão todos produzindo. Tudo estará absolutamente concluído em mais um mês, até o fim de maio.

A gestão dos funcionários da fábrica e do parque é a mesma?

Há um alinhamento. Como dona dos edifícios a FCA faz parte de todo o processo de recursos humanos. Na gestão do condomínio falamos de todos os aspectos: admissão, energia elétrica, água, serviços, restaurantes, ônibus. Enfim, de tudo.

Algo que chama atenção no polo pernambucano é o fato de todos usarem o mesmo uniforme, do operário ao diretor. Esse seria um diferencial?

Em algumas áreas, como a de eletrônicos, é comum o trabalho uniformizado. Não é de todo inédito portanto. Acredito que talvez o diferencial no nosso caso é que todos usam o mesmo uniforme.

Mas até os diretores utilizam o uniforme, até o senhor. É uma diretriz da empresa?

Não tenho necessariamente de usar o uniforme nem os demais diretores e gerentes. Mas a gente gosta, é uma decisão voluntária. Tem muita gente

pedindo para utilizar o uniforme. Essa voluntariedade pode parecer estranha, mas mostra a força de trabalho. Vê-se que é um diferencial do polo. Todo mundo quer. O importante é que o uniforme mostra a nossa marca, que é Jeep. Isso tem seu valor, levar a marca no peito.

Os métodos de produção do Polo Automotivo Jeep valem para outras unidades do grupo?

Todas as empresas do grupo estão programadas para operar no sistema WCM, World Class Manufacturing, mas em fases diferentes. É um sistema que se avalia, se audita e, em função dos resultados, são dadas medalhas de bronze, prata e ouro. Pelos processos instalados e a qualificação o Polo Jeep já seria ouro.

O que falta?

Para ser ouro precisamos comprovar dados históricos, portanto requeremos dois anos de análise, de comprovação de que entrou no círculo virtuoso, de melhoria contínua. Por isso falamos em inglês gold ready, pronto para ser um gold, mas falta o histórico.

Qual é a importância do WCM no grupo?

É um símbolo da integração Fiat Chrysler, da gestão conjunta. O WCM, que começou com a Fiat, foi transposto para a Chrysler no mundo todo e tivemos a grande vantagem de ter apoio do sindicato dos trabalhadores dos Estados Unidos, cujos representantes visitaram nossas



“ Tem muita gente pedindo para utilizar o uniforme. Essa voluntariedade pode parecer estranha, mas mostra a força de trabalho. ”



fábricas na Europa e deram total suporte à proposta. Chrysler, Fiat e sindicato fazem em conjunto a gestão de uma academia, a academia de WCM. O sistema nunca foi colocado em dúvida.

Essa parceria com o sindicato existe em outros lugares?

Diria que é única, não conheço outro caso de o sindicato de trabalhadores ser parceiro em manufatura.

Goiana já conta com um sindicato de metalúrgicos?

Tem um sindicato estadual, com o qual temos ótimas relações. Eles já

conhecem todos os nossos sistemas, a nossa moderna gestão de turnos e horários, com flexibilidade.

O que é essa flexibilidade?

Em uma fábrica projetada para trabalhar em três turnos pensamos em soluções diferentes, como encaixar o serviço de manutenção de forma que a planta não seja forçada a parar para esse tipo de serviço, por exemplo. Também há interação das pessoas que saem e entram nos turnos. Não são grandes coisas, mas são fundamentos que dão grandes resultados operacionais e também geram satisfação nos empregados.

Em quantos turnos a fábrica está operando?

No momento em um turno. Acredito que em meados do ano começaremos o segundo.

A FCA escolheu construir uma fábrica em um Estado sem tradição automotiva. Não temeu por dificuldades na qualidade da mão de obra?

No início, de fato, foi uma grande preocupação, mas o que vemos hoje é uma equipe muito bem qualificada e orgulhosa do que faz. Trabalhamos com escolas, incluindo o Senai principalmente, além de termos treinamentos internos na área de processos e tudo o mais que envolve o Polo Jeep. Podemos dizer hoje que temos uma equipe sólida.

E a questão da experiência?

É realmente uma equipe muito jovem, sem vasta experiência. Mas a experiência é injetada rapidamente. Quanto mais motivados os empregados são mais abertos estão às novidades. A gente consegue integrar a experiência e todos já estão produzindo. O potencial de talentos é generoso. Já estamos colocando talentos novos em posições importantes, antecipando o que programávamos para daqui um ano e meio ou mais.

Pelo que ouvimos falar há funcionários que, antes, viviam de catar caranguejo...

No processo de seleção não limitamos



a contratação à qualificação escolar. Estávamos muito mais interessados no caráter e na personalidade da pessoa. Para algumas funções aceitamos quem tenha apenas o nível fundamental.

E como foi partir praticamente do zero, construir um polo automotivo completo onde antes era um grande canavial?

O fato de Pernambuco não ter nenhum vínculo maior com o setor automotivo, praticamente não ter empresas do segmento, nos deu a possibilidade de pensar uma fábrica de forma mais pura. Tivemos de partir do zero. E, no fim das contas, o que parecia ser uma grande desvantagem tornou-se um fator positivo, tivemos a possibilidade

“ No processo de seleção não limitamos a contratação à escolaridade. Estávamos mais interessados no caráter e na personalidade das pessoas. ”

de fazer o trabalho de forma integrada, com grandes ganhos logísticos e operacionais.

Por ser considerada a mais moderna fábrica do grupo, Goiana servirá de modelo para outras?

Essa fábrica foi desenhada por nós a partir das melhorias que temos feito por muitos e muitos anos em todas as nossas operações. Servirá de modelo para outras fábricas que poderão surgir e também para as existentes. Muitas pessoas de Betim estão trabalhando aqui e as que retornarem para a fábrica mineira certamente levarão as práticas que aprenderam aqui. Alguns ficarão e outros voltarão.

A infraestrutura externa está concluída?

Não. Ainda faltam estradas e serviços. Algumas obras estão atrasadas ou em licitação. Uma obra importante, que é federal e ainda será licitada, é a do arco metropolitano, que ligará o Porto de Suape à Região da Mata Norte do Estado. Ela é primordial para o nosso projeto, pois contornará as cidades que hoje estão dentro da BR-101 e facilitará o acesso à fábrica. Sua conclusão deve levar dois anos e até lá temos de sobreviver com as rodovias estaduais. Temos muito caminho para chegar ao nosso objetivo.

A sua missão aqui acaba com a inauguração?

Vir para cá foi uma decisão minha. A decisão de ficar não sei se estará em minhas mãos.

AD



Linha de galvanização
Ipatinga/MG.

USIMINAS E JEEP EM DIREÇÃO AO FUTURO. TECNOLOGIAS INOVADORAS QUE SE COMPLETAM.

A Usiminas é a principal fornecedora de aço para os novos modelos da Jeep em sua nova fábrica em Pernambuco. E os serviços de cortes do aço contam com a exclusividade da Soluções Usiminas.

Desenvolvemos aços de alta resistência e elevado conteúdo tecnológico que trazem melhor desempenho aos processos de conformação.

Inovação em aço. Um veículo de ponta. Uma parceria líder, na trilha do sucesso.

Fazer melhor sempre.
www.usiminas.com

USIMINAS 

Agora no Brasil

Fabricantes de aço e alumínio investem em novas linhas e fábricas para oferecer materiais mais leves e resistentes

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Segurança e eficiência energética são itens diretamente relacionados às matérias-primas utilizadas pelo setor automotivo. Em briga constante, mas com espaço garantido em ambos os casos, os segmentos de aço e alumínio estão dentre os que mais investem em inovação hoje, principalmente para acompanhar o lançamento de plataformas globais no mercado brasileiro.

Os aportes envolvem desde fábrica nova, caso da Teksid que acaba de iniciar a produção de blocos de motor de alumínio em nova unidade industrial em Betim, MG, até a fabricação local pela ArcelorMittal do Usibor, aço de alta resistência com demanda crescente e até então importado.

A nova fábrica da Teksid terá capacidade para produzir 720 mil blocos de alumínio por ano, segundo revela o diretor comercial, Raniero Cucchiari: “Com o Inovar-Auto as montadoras começaram a buscar componentes mais leves para reduzir consumo de combustível e, a partir de uma nego-

ciação com a Fiat, decidimos construir a fábrica.”

A Teksid fornecerá para a montadora mineira blocos de alumínio para motores 1.0 e 1.4 e já negocia com outras empresas para ampliar seu leque de clientes nessa linha de produto. Na nova fábrica de Betim e no aumento da capacidade produtiva de cabeçotes de alumínio, de 700 mil unidades/ano para 1,2 milhão, a empresa está investindo R\$ 250 milhões até 2017.

De acordo com Cucchiari, a proporção de 70% de blocos de ferro para 30% de alumínio registrada há dois anos já está em 60% para 40%: “Até 2018 haverá uma inversão com os blocos de alumínio, que podem representar redução de até 40% de peso em relação ao de ferro, chegando a 70%”.

Dentre as inovações da nova fábrica de Betim o executivo destaca a possibilidade de novos investimentos serem feitos de forma modular. “Cada injetor tem capacidade para produzir 120 mil blocos de alumínio por ano. Já estamos utilizando um injetor e mais





Divulgação/ArcelorMittal

três estão chegando da Itália. No futuro podemos ter oferta ampliada por meio da aquisição de mais injetores.”

O diretor comercial da Teksid diz ser grande o interesse das montadoras hoje pela substituição, ao menos que de forma gradual, dos blocos de ferro por alumínio. No Brasil há fabricantes que produzem seus próprios motores, outros que importam blocos e até mesmo quem traz o motor completo de fora. Há, portanto, espaço para crescer.

Cucchiari assegura que a queda nas vendas de veículos registradas no ano passado e acentuada neste ano não afetou o cronograma de investimento da empresa, que apesar das dificuldades do momento vem conquistando participação de mercado nas áreas em que atua. “Acreditamos que essa crise de mercado será passageira e continuamos confiando no potencial da indústria automotiva brasileira.”

O executivo destaca, inclusive, que a Teksid continua investindo também na área de ferro fundido, segmento no qual a empresa tem forte atuação no País. “Temos hoje 65% desse mercado e estamos investindo R\$ 20 milhões na modernização da nossa fábrica de blocos de ferro. Adquirimos um forno fusor, que torna o processo mais eficiente e, com isso, nos traz ganhos de produtividade e, consequentemente, nos torna mais competitivos.”

AÇO — Justamente para fazer frente às matérias-primas mais leves, como o alumínio, a indústria do aço trabalha continuamente no desenvolvimento de materiais mais resistentes e ao

mesmo tempo com menor espessura e peso. A ArcelorMittal iniciará neste segundo trimestre a produção no Brasil do Usibor, aço com revestimento de alumínio e silício, que tem demanda interna crescente e, por enquanto, é importado.

André Munari, gerente geral de vendas para o mercado automotivo, revela que até 2016 a empresa quer atingir 100 mil toneladas de produção local, atendendo 100% das necessidades das montadoras brasileiras: “Até lá vamos complementar a oferta local com a importação”.

O Usibor será produzido na unidade de Santa Catarina e sua nacionalização exigirá investimento em torno de R\$ 15 milhões. “Com o lançamento no Brasil de plataformas globais as montadoras têm consumido cada vez mais os aços de alta resistência, que por serem mais resistentes e mais leves contribuem para maior segurança do veículo e, ao mesmo tempo, para a redução do consumo de combustível.”

A ArcelorMittal já produz outras linhas de aço de alta resistência com o conceito S-in Motion, que são cerca de 20% mais leves em relação ao aço convencional. Esse tipo de aço, segundo Munari, é utilizado principalmente nas partes de segurança, como nas colunas A e B e nas barras de proteção. Há cinco anos o material respondia por apenas 2% em média da carroceria dos automóveis, índice que já beira os 6% e deve chegar a 15% a 20% nos próximos dez anos.

O Inovar-Auto e a chegada de plataformas globais ao País têm sido fatores

decisivos na maior procura pelo aço de alta resistência, um dos motivos que levou a ArcelorMittal a eleger o Brasil como o país-sede de seu 12º centro de pesquisas e desenvolvimento no mundo. Suas atividades foram iniciadas em abril na unidade de Tubarão, ES, utilizando a estrutura civil e os laboratórios já existentes no local.

Até 2019 o novo centro consumirá investimento de US\$ 20 milhões, incluindo a aquisição de equipamentos e modelos de simulação, caracterização e análise a fim de complementar a estrutura atual.

Cerca de trinta pesquisadores e técnicos do Brasil serão contratados pela empresa nos próximos dois anos e outros, vindos de centros de pesquisa da Europa e Estados Unidos, se juntarão à equipe para projetos especiais.

O novo centro de pesquisas da ArcelorMittal terá como objetivo atender às demandas das unidades de produtos planos e longos da América do Sul em três temas: desenvolvimento de produtos, desenvolvimento de processos e atendimento a clientes.

O trabalho a ser realizado no Brasil será complementar aos centros de P&D já existentes no grupo e possibilitará otimizar processos, dentre os quais o relativo ao controle ambiental.

FASE DE TESTE — A Usiminas, que tem centro de pesquisa e desenvolvimento em Ipatinga, MG, investe continuamente no desenvolvimento de novos tipos de aço, assim como em processos e manufatura. Atualmente está em fase de teste um novo aço de



Divulgação/Usiminas

A Usiminas
inaugurou nova
linha em 2011
que duplicou
para 1 milhão de
toneladas/ano
a oferta de aço
galvanizado

alta resistência produzido a quente, que inova por ser fornecido já com revestimento.

De acordo com Eduardo Sarmento, gerente geral de atendimento ao cliente, garantia de qualidade e produto, essa solução permitirá às montadoras e sistemistas diminuir o número de itens de uma peça.

“É um processo mais caro, mas o usuário ganha em soldagem e na própria produção da peça. Sua resistência mecânica é mais alta, com espessura menor e peso também reduzido, o que contribui para a eficiência energética do veículo.”

Dentre os aços de alta resistência produzidos pela Usiminas há o Dual Phase [DP 1000], em produção desde

TRADIÇÃO E ALTA TECNOLOGIA!

Estamos firmando mais uma parceria de sucesso com a Jeep, nova marca que acaba de chegar no Brasil.

É a Allevard contribuindo com suas barras e molas para a alta qualidade e tecnologia do Renegade.



*Temos orgulho em
participar dessa grande
inauguração e nova fase.*

**Parabéns
Fiat Chrysler
pela inovação!**



Allevard Molas do Brasil Ltda.
allevard.molas@sogefigroup.com
www.sogefigroup.com

SOGEFI GROUP

Na avaliação da Alcoa, o uso do alumínio em peças estruturais automotivas e carroceria ainda é pouco difundido na indústria local



2001, mas com demanda consolidada a partir de 2011, ano em que a empresa inaugurou a linha de galvanização 2, duplicando de 500 mil toneladas/ano para 1 milhão a oferta de aços galvanizados, principalmente para o setor automotivo.

Além do aumento na capacidade de produção, o investimento proporcionou à empresa maior expertise no processo de produção de bobinas e chapas ultra-resistentes, mas com espessura reduzida, utilizadas na construção de peças de reforço de veículos.

“A participação dos aços de alta resistência em nossa produção vem crescendo gradativamente e saltou nos últimos quatro anos de 3,5% para 6% do total”, informa Sarmento, destacando que as plataformas globais têm contribuído significativamente para essa expansão.

A Usiminas, por exemplo, é a principal fornecedora da matéria-prima para a nova fábrica da Fiat Chrysler Automobiles em Goiana, PE: “O Jeep Renegade, por exemplo, é o veículo brasileiro com maior participação de aço de alta resistência em sua estrutura”.

Sarmento reforça que esse tipo de aço é usado principalmente em peças que garantem a segurança do automóvel, como colunas em geral, incluindo a central, para-choque, travessa do assoalho e longarinas traseiras. “No caso de acidentes ele absorve maior quantidade de energia.”

OPORTUNIDADES – Por outro lado e no que diz respeito ao alumínio, o gerente de marketing da Alcoa, Ander-

son Oba, avalia que esse material ainda possui muito espaço para crescer dentro do setor automotivo. “O uso do alumínio como matéria-prima para solução em peças estruturais automotivas e carroceria é pouco conhecido e difundido nas montadoras nacionais. Mas acreditamos no potencial do mercado brasileiro.”

O volume de alumínio fornecido pela companhia às montadoras de veículos instaladas no País tem sido constante nos últimos cinco anos. “Para 2015, em função da retração do mercado nacional, as previsões ainda não são tão precisas. Acreditamos, entretanto, que o desempenho não será muito diferente da média anual dos últimos anos.”

A Alcoa fornece para o setor automotivo perfis extrudados, ligas de alumínio para processo de fundição, produtos laminados, rodas e soluções de fixadores.

“Oferecemos ao cliente suporte para o desenvolvimento de novos produtos por meio de nossa equipe de engenharia localizada em Santo André, no ABC paulista, que conta com especialistas em materiais, metalurgia e cálculo estrutural”, informa Oba, destacando que o Alcoa Technical Center de Pittsburg, Estados Unidos, também dá suporte aos projetos brasileiros.

Em média, 20% do volume da divisão de extrudados da Alcoa são destinados ao setor automotivo, com aplicações em componentes de sistemas de freio e de anti-vibração, ar-condicionado, itens de motor, para-choque e acessórios em geral.

AD

Acima das expectativas

Com 70 mil visitantes o movimento da Automec surpreendeu os mais de 1,2 mil expositores da edição deste ano no Pavilhão de Exposições do Anhembi

Michele Loureiro | michele@autodata.com.br

Tradicional espaço de realização de eventos, o Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo, recebeu a 12ª edição da Automec — Feira Internacional de Autopeças, Equipamentos e Serviços dos dias 7 a 11 de abril. No primeiro dia da feira, uma surpresa.

O estacionamento lotado já dava sinais que o público seria maior do que o esperado diante dos resultados negativos do setor no primeiro trimestre. Para encontrar uma vaga era preciso andar muito. Até carrinhos de golfe foram usados para transportar o público naquela manhã chuvosa.

Dentro do pavilhão muitas luzes, estandes glamorosos e modelos sorridentes. A situação em nada lembrava a tal crise. Um oásis em meio ao pessimismo. As fabricantes de autopeças fizeram projeções otimistas, impulsionadas principalmente pelo segmento de reposição.

Com a queda de 15,9% na venda de veículos leves no primeiro trimestre, e



Divulgação/Automec

a retração no segmento de caminhões chegando a 36,6%, o setor de reposição ganhou destaque.

Afinal, a frota que já está nas ruas precisa de boas condições para continuar a rodar. Setenta mil pessoas passaram pela feira e visitaram os 1,2 mil expositores — os mesmos números da edição anterior, de 2013, quando o mercado estava em alta.

Para Delfim Calixto, vice-presidente

da divisão automotiva de aftermarket da Roberto Bosch América Latina a Automec 2015 foi “a melhor de todos os tempos”. “A movimentação no estande foi grande, recebemos boas visitas. Este será o ano da reposição. Sem dúvida estamos receosos com os desdobramentos da crise de confiança no País, mas se pararmos de investir e olhar para a frente, perderemos terreno. Sou um otimista.”

AD

Tecnologia, conforto e segurança. Chassis de ônibus Mercedes-Benz, o Mercedes-Benz da galera.

Pensando no coletivo. Pensando no futuro.



Quando a Mercedes-Benz cria um chassi ela pensa em tudo, especialmente no coletivo. É por isso que hoje ela oferece soluções com a mais completa linha do mercado. Produtos que entregam eficiência, rentabilidade, e que garantem maior desempenho, economia, conforto e respeito ao meio ambiente. Porque para a Mercedes-Benz, investir em mobilidade urbana é investir na qualidade de vida das cidades.

 mercedesbenzonibus

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



Na cidade somos todos pedestres.

120
ANOS DE
ÔNIBUS
NO MUNDO

Uma marca do Grupo Daimler.



Mercedes-Benz
A marca que todo mundo confia.

Nem tudo está perdido

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Simão Salomão

Os números do desempenho do segmento de caminhões no primeiro trimestre certamente traduzem um ambiente difícil e pouco animador para seus representantes. Na comparação com os três primeiros meses do ano passado o mercado encolheu 36,6%, influenciado em grande medida pela categoria de pesados, com recuo de 60%. Para esmiuçar as razões para as atuais quedas nas vendas e ainda lançar luz sobre o

que se pode esperar em curto e médio prazos a AutoData Editora reuniu no fim de abril, 27, no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, parte dos atores da indústria no Workshop AutoData Tendências Setoriais. Das palestras e painéis do evento alguma esperança se colocou no horizonte.

Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da MAN Latin America, e Gilson Mansur, diretor de vendas de caminhões da

Representantes da indústria de caminhões e implementos dizem acreditar que o pior já passou

Mercedes-Benz, revelaram estimativa de venda de 7 mil unidades/mês a partir de agora, um acréscimo de 15 a 20% sobre a média do primeiro trimestre, na faixa de 5,5 mil a 6 mil caminhões. Alouche avaliou que “parece pouco subir para 7 mil, mas se conseguirmos chegar a este patamar já será um bom avanço”.

A projeção um pouco mais otimista dos executivos está baseada em uma possível retomada no segmento de construção civil e na manutenção das taxas do programa Finame PSI. Como observou Mansur “previsibilidade foi o que faltou até agora. Esperamos que isso comece a mudar. Depois do episódio da Petrobras as companhias devem começar a tomar novos rumos e voltar a fazer negócios”.

De acordo com Alouche “já não existe mais a expectativa de que a taxa do Finame cairá. Isso é bom, uma vez que essa possibilidade estava adiando as compras”.

Para o total do ano os executivos esperam vendas no patamar de 80 mil a 85 mil unidades, abaixo, portanto, da expectativa da Anfavea, de 90 mil.

“Esse volume representa o tamanho do nosso mercado ao menos nos próximos dois anos, quando ainda estaremos passando por ajustes”, disse Mansur. “Esperamos retomar o patamar dos bons tempos a partir de 2018.”

Também o vice-presidente da Anfavea, Luiz Carlos Moraes, avalia que o pior para o segmento de caminhões já passou: “Acreditamos que todas as ações do governo, aliadas à baixa confiança do consumidor e mudanças nos

financiamentos, provocaram um adiamento na compra. Essa dificuldade permanecerá enquanto o governo não aprovar o ajuste fiscal. Mas, passada esta etapa, a confiança será retomada.”

Pelas projeções da Anfavea haverá queda de 32% nas vendas de caminhões e ônibus este ano, para 113 mil unidades — o setor de caminhões, isoladamente, responderia por 90 mil unidades em 2015.

Moraes cobrou do governo maior

previsibilidade, principalmente com relação aos financiamentos. Ele citou como exemplo a situação do Finame PSI nos últimos dois anos, cuja regulamentação saiu apenas ao fim do primeiro bimestre, prejudicando dois meses de vendas: “Não podemos trabalhar com essa insegurança: as coisas precisam ser mais previsíveis”.

O vice-presidente da Anfavea abordou também o programa nacional de renovação de frota que, segundo seus cálculos, poderia alavancar a venda de cerca de 30 mil caminhões por ano. Ele evitou, entretanto, afirmar se o programa sai ainda este ano.

Uma das saídas apontadas no workshop pelos representantes da indústria para minimizar as perdas do mercado interno foi a exportação. Mas de acordo com Marcos Forgioni, vice-presidente de vendas e marketing internacional da MAN Latin America, a retomada neste tipo de negócio não ocorre de uma hora para outra. Crescimento só mesmo a médio e longo prazos: “O Brasil tem o que exportar e potencial para exportar mais. Mas só potencial não ganha o jogo”.

Para Forgioni, três fatores são essenciais para ampliar exportações: previsibilidade com relação ao câmbio, acordos comerciais específicos para o segmento e a criação de um instrumento de financiamento para quem quer comprar produto brasileiro.

IMPLEMENTOS — A retração no mercado de caminhões, por óbvio, prejudica o segmento de implementos. Segundo o presidente da Anfir, Alci-

O que mais
prejudicou o
mercado até
agora, na análise
dos executivos,
foi a falta de
previsibilidade

des Braga, devem ser comercializados cerca de 40 mil reboques e semirreboques no País em 2015, ante 60 mil no ano passado — queda de 33%. Apesar do cenário de baixa ele não se mostra pessimista: “O Brasil orbita na faixa de 50 mil reboques e semirreboques anuais. Se calcularmos a média de 2011 a 2014 temos 62 mil unidades. Ainda que a projeção de 2015 se concretize teremos uma média de 52 mil unidades nos últimos quatro anos, e isso ainda é bom número.”

O presidente da Anfir ressaltou o esforço da indústria para evitar demissões em momento que os estoques chegam a cerca de dois meses: “A maioria das empresas está usando a bola de cristal e produzindo as for-

matações mais comuns na expectativa de que as vendas sejam retomadas. É uma forma de reduzir a ociosidade. O segmento, que sempre trabalhou por encomendas, agora se vê obrigado a produzir antes mesmo de vender”.

Pelos seus cálculos a força de trabalho do setor já caiu coisa de 20% desde dezembro.

Cesar Pissetti, diretor de marketing e exportação da Randon, confirmou que o cenário é de dificuldades: “Estou há 42 anos na Randon. Passei pela concordata em 1982 e fazia muito tempo que não vivíamos um momento tão delicado”.

O diretor lembrou que os negócios na Argentina, onde a companhia mantém operação, estão ainda mais com-

plicados: “Quem reclama do Brasil não imagina como é difícil na Argentina”.

Uma das saídas da Randon foi ampliar o foco nas exportações. Segundo o executivo 70% dos implementos exportados no País atualmente são da companhia: “Cultivamos nossos clientes externos em todos os momentos. Em épocas como esta, isso é valioso”.

Os dois executivos preveem o início de uma retomada no segundo semestre. Braga afirmou que manteve conversas com o ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Armando Monteiro, e disse que ele “afirmou de forma subliminar” que haverá um PAC 3: “Seriam demandados cerca de 2,5 mil caminhões e isso nos ajudaria muito”. **AD**

Caminhão inteligente

A julgar apenas pelo passo do desenvolvimento tecnológico nada temos a temer para os próximos quinze anos — e sim o oposto: podemos torcer para que 2030 chegue logo e, com ele, dispositivos que tornarão os caminhões muito mais seguros e inteligentes, o que fará com que além de acidentes os veículos evitem gerar ou engordar os engarrafamentos. Nilton Roeder, diretor de estratégia de caminhões do Grupo Volvo América Latina, palestrou no Workshop AutoData Tendências Setoriais — Caminhões, no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo. Segundo o executivo em 2030 os caminhões vão se comunicar com o ambiente ao seu re-

dor, em busca de redução de acidentes e volume de tráfego: “90% dos acidentes são causados por falha humana, seja na direção seja em um processo de manutenção não feito a contento”.

Neste contexto os veículos atuarão de forma pró-ativa, escaneando todo o ambiente ao redor e indicando suas peças e componentes desgastados, evitando ao mesmo tempo gastos desnecessários com manutenção preventiva e congestionamentos causados por pane e interrupção de faixas de rolamento.

Protótipo Volvo já equipado com esta tecnologia antecipa em 5 segundos fatos que ocorrerão à frente tanto com veículos quanto com pessoas, pedestres

ou ciclistas, e age de forma a evitar, por exemplo, uma colisão — primeiro alertando o motorista e depois, se necessário, tomando o controle do veículo.

Outro ponto interessante abordado por Roeder é uma provável polarização dos segmentos de mercado de caminhões, deixando praticamente apenas as duas pontas, a dos leves e a dos pesados: “Os primeiros serão responsáveis pelas entregas urbanas, especialmente à noite, daí a necessidade de serem mais silenciosos e provavelmente dotados de propulsão elétrica, enquanto os pesados farão o transporte de grandes distâncias, de um centro de distribuição a outro”.

PST ELECTRONICS®



A INOVAÇÃO DA PST E A TRADIÇÃO DA CHEVROLET.
HÁ MAIS DE 10 ANOS CONECTANDO NOSSOS CLIENTES AO FUTURO.

Respeite a sinalização de trânsito



SP8900 NAV



SP8700 DTV

CENTRAIS MULTIMÍDIA COM SINTONIZADOR DE TV DIGITAL E NAVEGADOR GPS¹



- Compatibilidade com iPod® e iPhone®² via USB
- Navegador GPS integrado¹
- Sintonizador de TV Digital
- Conexão Bluetooth: Hands Free e Audio Streaming
- Conexão Plug and Play

Equipar os sucessos de vendas da Chevrolet é uma grande satisfação para nós. Afinal, até mesmo para uma empresa líder em segurança automotiva na América Latina, fornecer centrais multimídias para a Chevrolet, montadora referência em qualidade, é mais que um desafio de inovação e tecnologia. **É um trabalho que envolve muito entusiasmo.**



www.pst.com.br | www.positron.com.br

Conforme Lei Federal nº 11.291/06, informamos que podem ocorrer danos ao sistema auditivo quando exposto a potência superior a 85 decibéis. Informações sujeitas a alterações sem aviso prévio. Consulte nosso site para mais informações. Imagens meramente ilustrativas. 1. Função disponível somente para o modelo SP8900NAV. 2. iPod® e iPhone® são marcas registradas da Apple.

Estímulo aos bons resultados

Honda Automóveis premia o desempenho de seus melhores fornecedores

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Em evento organizado na noite de 7 de abril, no prédio da Honda South America, em Sumaré, SP, a montadora premiou 25 empresas em seu 17º Encontro de Fornecedores. Divididos em oito categorias, foram homenageados os parceiros que registraram em 2014 o melhor desempenho sob a ótica da qualidade, atendimento, custos, desempenho no desenvolvimento de novos modelos e peças, além de preservação do meio ambiente. Todos os premiados, no entanto, têm o mesmo grau de importância, como também não há um ranking de vencedores por categoria.

De acordo com Sérgio Omar Pompeo, gerente de compras da companhia no Brasil, o prêmio vai além do reconhecimento dos fornecedores que mais se destacaram no cumprimento das metas:

“A premiação é uma forma de agradecimento aos parceiros que trabalham não só para atender, mas para superar as nossas expectativas. E também pode ser visto como um estímulo

para que juntos busquemos melhoria contínua, fortalecimento da parceria e crescimento.”

A Honda vive momento especial no País, com o lançamento de novos produtos, caso do utilitário esportivo compacto HR-V, e a construção de mais uma fábrica, em Itirapina, SP. Ambos os fatos contribuem para que a empresa se esforce no aumento de nacionalização de componentes. A Honda dá provas nesse sentido ao inaugurar no ano passado um Centro de Pesquisa e Desenvolvimento localizado na fábrica de Sumaré. “O objetivo é aumentar o índice continuamente dos modelos negociados no País. Estamos trabalhando constantemente para avançarmos a cada ano nesse sentido.”

Segundo o gerente de compras, acompanha o esforço no aumento de nacionalização de componentes o desenvolvimento de novos parceiros, especialmente quando não se encontra serviços ou tecnologia específica nos fornecedores atuais da montadora. “Sempre focamos o aumento de com-

Prêmio Honda - Melhores de 2014

Excelência em Qualidade

Itaesbra Indústria Mecânica Ltda

JSP Brasil Indústria de Plásticos Ltda

Nitto Denko America Latina Ltda

SNR Rolamentos do Brasil Ltda

Excelência em Atendimento

Alpine do Brasil Ltda

Bridgestone do Brasil Indústria e Comércio Ltda

Yachiyo do Brasil Indústria e Comércio de Peças Ltda

Yutaka do Brasil Ltda

Excelência em Atendimento à Divisão de Peças

Mitsuba Autoparts do Brasil Indústria Ltda

Excelência em Atendimento e Qualidade

Basf S.A.

Bleistahl Brasil Metalurgia S.A.

Maxion Wheels, Divisão Rodas de Passeio Aço

Cerâmica e Velas de Ignição NGK do Brasil Ltda

Excelência em Custos

Axalta Coating Systems Brasil Ltda

Stanley Electric do Brasil Ltda

Weidplas Brasil Indústria e Comércio de Plásticos Ltda.

Yazaki do Brasil Ltda

Excelência no Atendimento do Projeto de Nacionalização

G-KT do Brasil Ltda

Sumidenso do Brasil Industrias Elétricas Ltda

Excelência no Desenvolvimento de Novos Modelos

Sociedade Michelin de Participações Indústria e Comércio Ltda

Panasonic do Brasil Ltda

Saint-Gobain do Brasil Produtos Industriais e Para Construção Ltda

TS Tech do Brasil Ltda

Destaque no Programa de Redução de CO₂

Budai Indústria Metalúrgica Ltda

Maxion Wheels, Divisão Rodas de Passeio Aço

petitividade e especialmente a busca pela nacionalização de itens como gerador, motor de partida, sensor de oxigênio, dentre outros.”

ITIRAPINA – Ao mesmo tempo em que premiava seus melhores fornecedores, a Honda anunciou a conclusão da obra civil da segunda fábrica de automóveis e, com isso, o início das instalações dos equipamentos. Segundo a companhia, a nova unidade deve iniciar operação no fim deste ano com a produção do novo Fit.

A nova fábrica da Honda terá capacidade para produzir 120 mil unidades/ano e deverá empregar por volta de 2 mil funcionários, como também estimular o desenvolvimento de pequenos e médios fornecedores do setor na região. Segundo a fabricante, a unidade fabril segue o modelo da mais moderna fábrica de automóveis Honda do Japão.

Associada ao investimento no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, a companhia tem como objetivo acelerar o desenvolvimento de novos veículos, além de fortalecer sua linha de carros produzidos aqui.

Em comunicado, a montadora garante que na nova fábrica serão aplicadas as mais recentes tecnologias em processos produtivos, com meta de reduzir ao máximo a emissão de poluentes. Exemplifica o novo processo de pintura à base de água que será adotado na unidade. Com uma segunda fábrica, a Honda dobrará sua capacidade produtiva no País para 240 mil unidades/ano. **AD**



**A linha de caminhões TGX, testada e aprovada pelos frotistas, ganhou um reforço de peso:
novo MAN TGX 29.480.**

- Mais força para subidas e mais segurança nas descidas.
- Maior velocidade média com menor consumo de combustível.
- Duas opções de cabine: leito teto alto e leito teto baixo.
- Maior potência e torque.
- PBTC de até 74 t.
- Ampla Rede de Concessionárias, com os melhores serviços de pós-venda.

MAN TGX. Tecnologia, eficiência e conforto nunca estiveram tão juntos.



"EU INDICO MAN TEX PORQUE,
ALÉM DE ECONÔMICO, ELE TEM
A MELHOR PÓS-VENDA DO BRASIL."

NIREU JORGE PELIZON - PROPRIETÁRIO DA TRANS TETO

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

MAN Latin America, fabricante dos Caminhões
e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.

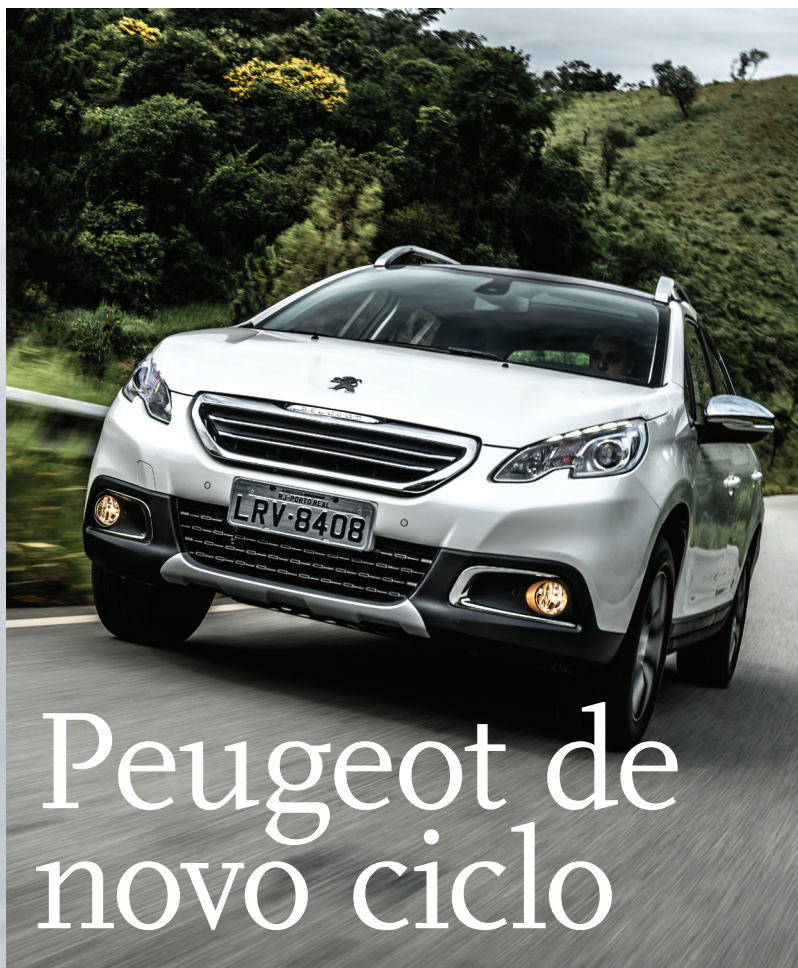
www.man-la.com



São naturais as rivalidades no mercado de automóveis na corrida por participação. Nos últimos meses, no entanto, as fabricantes se prepararam para um embate acirrado em segmento que há muito tempo prometia rounds mais disputados. A fatia dos SUVs compactos já era ambição de muitos competidores, categoria na qual o pioneiro Ford EcoSport nada de braçadas e Renault Duster segue de perto. Depois de Jeep Renegade e de Honda HR-V chegou a vez do Peugeot 2008 mostrar suas habilidades.

O modelo é parte de cuidadoso plano estratégico da empresa para o País. Seu lançamento carrega o esforço da fabricante em se colocar em outro patamar de oferta no mercado.

"A nova gama da Peugeot no Brasil representa o que a marca deseja entre-



Fabricante estreia no mercado de utilitários esportivos compactos com a proposta de recontar sua história no País

Décio Costa, de Vila de Santo André, BA | decio@autodata.com.br

Divulgação/Peugeot

gar agora e no futuro, com muito equipamento desde a versão de entrada”, diz Miguel Figari, diretor-geral no Brasil. “Vamos nos reposicionar com outra imagem no mercado.”

A missão imposta ao Peugeot 2008 é mais uma ação da empresa adotada também no 208, se reapresentando ao mercado como uma fabricante de automóveis menos generalista, reestruturando seu portfólio com uma oferta de produtos mais sofisticados e beneficiados com mais conteúdo. Segundo Figari, portanto, o volume de vendas não representa o eixo majoritário do negócio: “Nossa briga agora é para conquistar participação em categoria superior. Queremos trabalhar a marca, a imagem, obter rentabilidade por modelo e fazer o maior volume possível dentro dessa estratégia”.

No caso do 2008 — o segundo projeto global da companhia depois do 208 a ser fabricado no Centro de Produção de Porto Real, RJ, do Grupo PSA — o time da Peugeot organizou a linha de maneira a oferecer mais por menos. A oferta tem três versões: Allure e Griffe com motor 1.6 FlexStart [dispensa o reservatório extra de gasolina para a partida a frio], de 122 cv com

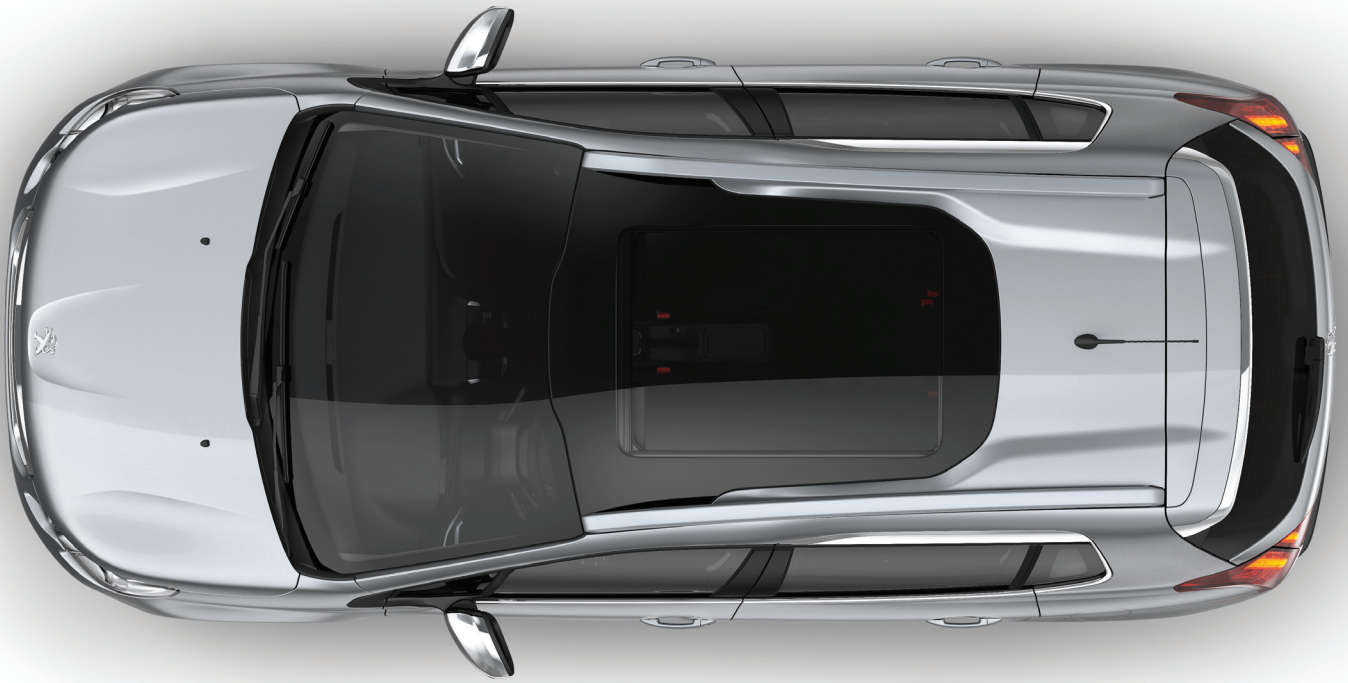
transmissão mecânica ou automática sequencial, e a topo da gama Griffe THP, também FlexStart, equipada com motor 1.6 turbo de 173 cv e câmbio mecânico de 6 marchas.

Desde a versão mais simples da linha, a R\$ 67,2 mil, o modelo traz ampla lista de equipamentos de série, como ar-condicionado automático digital e central multimídia com tela de



Desde a versão de entrada presença de ar-condicionado digital e central multimídia





7 polegadas sensível ao toque. Basicamente as diferenças para ofertas superiores se limitam a itens de acabamento, como revestimento de couro nos bancos, rodas de liga leve e molduras cromadas. Exceções ficam para o teto solar, disponível somente a partir da versão Griffé 1.6 mecânico, a R\$ 71,3 mil, e o denominado Grip Control, presente apenas no topo da gama, a R\$ 79,3 mil — o equipamento, espécie de controle de tração mais sofisticado, permite ao motorista selecionar modos de condução de acordo com as condições de aderência do piso, como lama, areia e pista molhada. O dispositivo entra em ação automaticamente a partir de 50 km/h e abaixo disso pode ser desligado.

Segundo o diretor de marketing da Peugeot, Frederico Battaglia, para de-



Ao contrário do mercado em geral
o segmento de utilitários esportivos
experimenta crescimento nas vendas

A VALLOUREC INVESTE NO PAÍS PARA O SETOR AUTOMOTIVO ACELERAR AINDA MAIS.

www.vallourec.com/br



A Vallourec é líder na produção de tubos de aço sem costura no país e está presente nos setores petrolífero, de energia, industrial, de construção civil e automotivo.

Na indústria automotiva, a empresa oferece soluções tubulares customizadas para seus clientes, por meio do fornecimento de produtos com alta qualidade, para aplicação em veículos de passeio, comerciais leves, caminhões, ônibus, máquinas agrícolas e de construção civil.

Com sua matriz localizada em Belo Horizonte/MG e filiais em Sorocaba/SP, Gravataí/RS e Caxias do Sul/RS, atua na cadeia de suprimentos do setor, garantindo flexibilidade, rapidez e atendimento à forte demanda das autopeças, dos sistematistas e das montadoras.

Tudo com suporte de uma equipe de assistência técnica e P&D treinada e capacitada em inovação e desenvolvimento de produtos 100% brasileiros, benefício que garante o crédito presumido de IPI, tornando seu produto mais competitivo no mercado.

Vallourec. A solução para grandes desafios.



terminar o preço do 2008 a fabricante avaliou o segmento e o conteúdo oferecido pela concorrência. Pelos cálculos da Peugeot sua novidade oferece mais que os rivais por preços menores. O executivo destaca em especial as versões equipadas com câmbio automático — Allure por R\$ 70,9 mil e Griffe por R\$ 75 mil, “as mais acessíveis ao bolso do cliente no mercado”.

SÓ MANUAL — Chama a atenção, porém, a ausência da transmissão automática na versão topo de linha, na qual o equipamento não é oferecido nem mesmo como opcional. Segundo a Peugeot não se trata de uma impossibilidade técnica, pois a companhia

possui equipamento compatível [há oferta de motor THP com caixa automática em outros modelos].

“É uma questão de desenvolvimento. Sairia muito caro para o volume de venda. Não justificaria o investimento”, revela Figari. “O segmento de SUV compactos cresce por oferta, não por demanda. Centralizamos a opção do câmbio automático na faixa na qual queremos nos impor, na faixa onde está o nosso potencial comprador.”

A análise é baseada nos números que a empresa planejou para o 2008. O objetivo é vender 1,1 mil unidades/mês a partir de junho — as vendas começam este mês. Figari acredita que do volume total vendido 70% serão

com câmbio automático e somente 10% representarão os negócios da versão topo de linha: “A disputa é em nível superior do que a concorrência oferece hoje. Temos a convicção de que o 2008 é a melhor escolha que o cliente pode fazer no mercado, com versões que respondem a cada perfil”.

A projeção de venda mensal estimada pela empresa para o 2008 é volume para brigar pelo terceiro ou quarto lugar dos mais vendidos de sua categoria, atrás de Ford EcoSport e Renault Duster, de acordo com o ranking mensal da Fenabreve. Ou seja, sem considerar os recentes lançamentos — Jeep Renegade e Honda HR-V —, a contenda é direta com os Hyundai Tucson e iX35, dois dos modelos que vendem por mês, em média, o volume cobijado pela Peugeot.

Vale lembrar, no entanto, que a ambição das fabricantes é por faixa do mercado que passa ao largo da atual queda de vendas em geral de veículos. No ano passado, apesar do recuo de 7% nos negócios de automóveis e comerciais leves, o segmento de utilitários esportivos cresceu quase 4%, de 283,4 mil unidades, em 2013, para 294,4 mil. O desempenho fez a participação da categoria no mercado de automóveis e comerciais leves saltar de 7,9% para 8,8%.

Embora prefira não cravar projeções para o ano, o diretor-geral da Peugeot arrisca que o 2008 incrementará as vendas da marca em 30%. Ano passado as vendas da montadora no País somaram 40,5 mil unidades, o equivalente a 1,22% de participação. **AD**



Mais eficiência e menos emissões. Nós sabemos como.



Mais Eficiência

Menos Emissões



Maior potência e eficiência com redução de consumo e de emissões de gases.

A **BorgWarner** torna isso possível. Como um dos principais fornecedores automotivos, nós desenvolvemos tecnologias-chave para os veículos do amanhã. Assim, contribuimos para que cada encontro com a estrada seja mais eficiente e econômico.

Saiba mais sobre as soluções inovadoras de atuação da BorgWarner.

 **BorgWarner**

borgwarner.com

feel good about driving

“Vou pedir pra você voltar, vou pedir pra você ficar, eu te amo, eu te quero bem...”

Consagrada pelo saudoso Tim Maia essa é apenas uma das sessenta músicas que se ouve dentro da fábrica da Jeep em Goiana, PE, indicando algum problema na linha de montagem final. No caso o funcionário acionado é Diego Pena Forte, que não à toa escolheu tal canção. Ouvi-la significa que alguém da sua área está requisitando sua volta ao posto de trabalho o mais rápido possível.

Ao som de Tim Maia

Do uso intenso de robôs aos team leaders, que escolhem uma música para serem acionados caso haja algum problema na linha, a nova fábrica de Goiana revoluciona em todas as áreas

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Forte, 24 anos, é um dos sessenta team leaders da linha de montagem final do Polo Automotivo Jeep inaugurado em 28 de abril e considerado o mais moderno complexo industrial da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, no mundo.

A figura do team leader, responsável por um grupo de seis funcionários e identificado internamente por uma canção de sua livre escolha, é uma de várias inovações adotadas por aqui com a inauguração da nova unidade.

Forte, nascido em Goiana, trabalhava como digitador em um posto fiscal



Da prensa à linha final, passando pela pintura, é alto o nível de automação da fábrica



Divulgação/FCA

na cidade quando foi informado por um colega que haveria seleção em uma montadora que estava se instalando por lá. Foi admitido na Jeep em 20 de janeiro de 2014, passou três meses na fábrica de Betim, MG, e outros três em Melfi, Itália, antes de virar team leader na fábrica pernambucana.

Formado em administração em uma faculdade local pensa agora em uma pós-graduação em engenharia de produção: “Não teria tal oportunidade aqui se não fosse a fábrica. Profissionalmente estou bem melhor”.

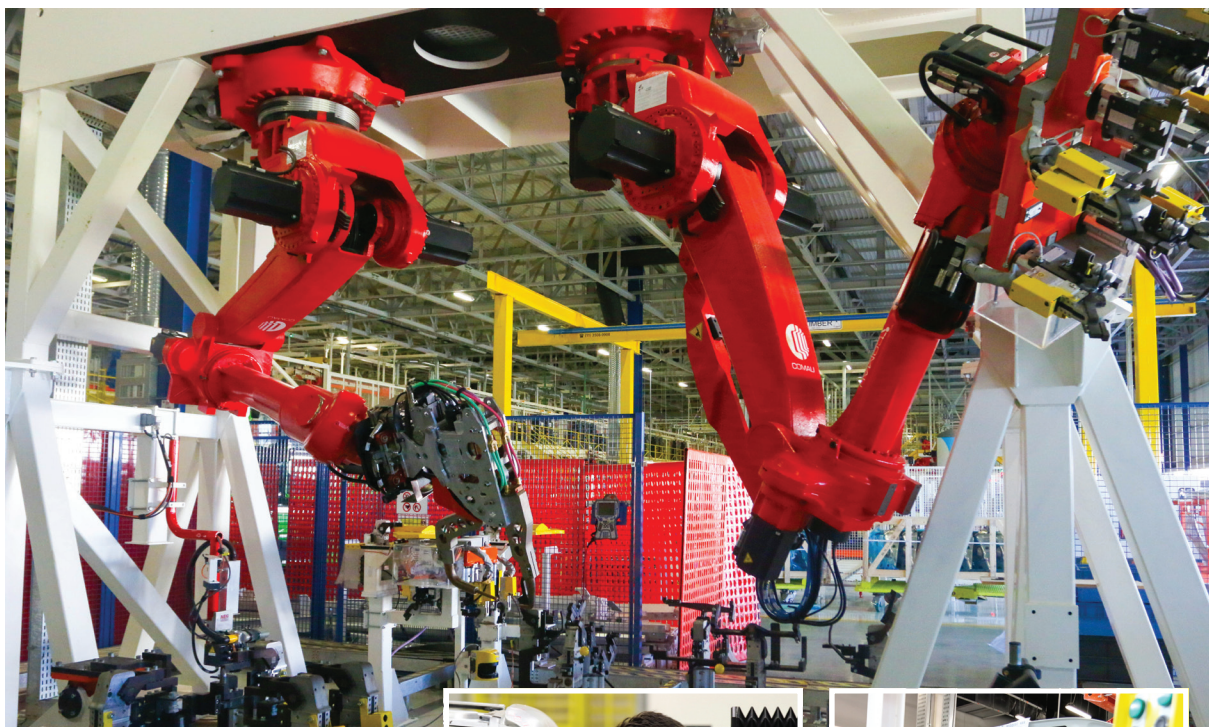
ESPAÇO DIVIDIDO — Diego, assim como os demais 2,2 mil funcionários que trabalham na montadora, divide o espaço interno da fábrica com setecentos robôs — a maior parte, 650, nas

prensas e funilaria —, outros quarenta na pintura e dez na montagem final.

Justamente para integrar trabalhadores e equipamentos a base de tudo no novo polo automotivo é o sistema de produção WCM, World Class Manufacturing, desenvolvido dentro do Grupo Fiat e, posteriormente, estendido à Chrysler.

De acordo com Andrea Bellagarda, coordenador de WCM no Polo Jeep, “o objetivo é assegurar a melhor interação do homem com a máquina, melhorando continuamente todos os processos. E aí entra o team leader”.

O vice-presidente mundial de manufatura da FCA, Stefan Ketter, responsável pelo estabelecimento do novo polo [veja entrevista From the Top], reforça: “O WCM baseia-se no



Os investimentos em automação priorizaram qualidade e, principalmente, ergonomia, poupando os trabalhadores de esforços físicos que prejudicam a saúde



envolvimento de pessoas e se alicerça na liderança da organização. Se você não tem liderança, não consegue envolvimento. E o team leader é elemento-chave desse processo. O bom funcionamento da fábrica depende decididamente da qualidade da liderança no dia a dia”.

Bellagarda destaca que os investimentos em automação priorizaram, além da qualidade, a ergonomia: “O objetivo é poupar os trabalhadores de esforços físicos e movimentos desconfortáveis que prejudicam sua saúde”.

Com esse conceito, um dos destaques na linha de montagem final é o skillet, carrinho que sobe e desce, adaptando-se à altura do trabalhador, mostra Ballegarda: “E sua base é de madeira, o que comprovadamente reduz o estresse nas costas”.

A linha conta ainda com ganchos que giram lateralmente os carros, facilitando a montagem das peças nos lugares com acesso mais difícil. Também há ferramentas como a parafusadeira com controle de torque, que elimina o contragolpe ao final da operação. A

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

Cummins

Inovadora, sustentável e confiável



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

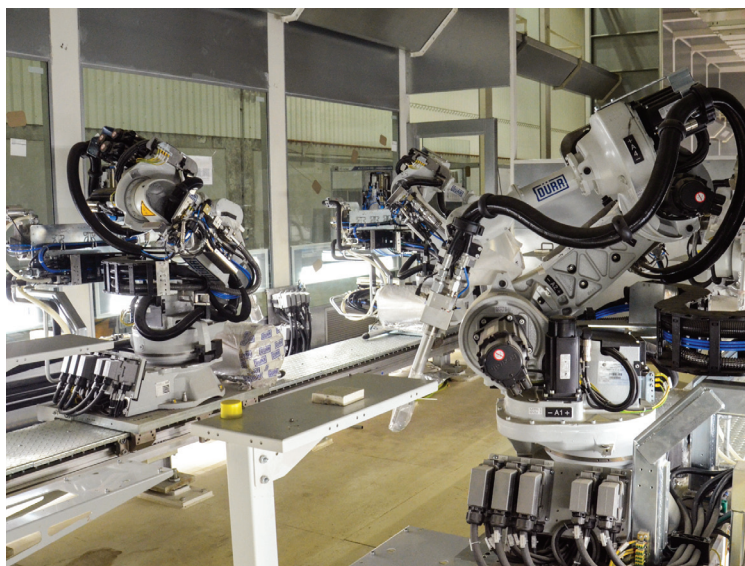
MOTORES DIESEL E A GÁS | GRUPOS GERADORES | COMPONENTES | DISTRIBUIÇÃO

Soluções Integradas Cummins. De bem com o planeta.

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



O Polo Jeep em números



acoplagem do powertrain, que vem por uma linha no nível do piso, com a carroceria, transportada via aérea, é feita automaticamente.

Responsável pela última etapa de todo o processo produtivo a linha de montagem recebe mais de 1,8 mil autopeças, ou 800 quilos de componentes, que culminam no carro que sai da fábrica direto para o concessionário.

Atualmente a capacidade instalada é de 30 carros por hora, ou 180 mil por ano, e até o terceiro trimestre a operação já estará preparada para atingir 45 por hora ou 250 mil por ano.

Até chegar à montagem final são três etapas de produção, começando pela área de prensas que, segundo Bellagarda, envolve alto nível de tecnologia e precisão. As bobinas de aço são levadas à linha de corte fornecida pela Schuler, onde o material é limpo, estirado e cortado em chapas com distintas dimensões. Totalmente planas as chapas seguem para duas linhas

HTL, High Transfer Line, de estampagem, fornecidas pela Komatsu, que têm capacidade para dezoito estampos por minuto.

A próxima etapa é a funilaria, área na qual a FCA também garante ter inovado. Nela é possível trabalhar com a produção simultânea de até quatro modelos diferentes sem que as mudanças nas linhas gerem parada no processo produtivo. Esta flexibilidade foi obtida a partir de tecnologia projetada e executada pela Comau, que desenvolveu uma linha com dezoito robôs instalados no piso e no teto e que envolvem a carroceria e aplicam cem pontos de solda em exato 1 minuto.

Todo o serviço de soldagem é feito em uma única estação, ao contrário do processo tradicional que envolve três diferentes etapas, o que pode comprometer a precisão da geometria e dar origem a futuros problemas, como encaixe imperfeito de componentes e consequentes ruídos.

BORBOLETA — Assim como em outras áreas da fábrica a logística é peça-chave na funilaria, com operação baseada no sistema Butterfly, cujo nome surgiu da semelhança que o fluxo de produção das linhas visto de cima tem com o desenho de uma borboleta. Esse método de produção nasceu de forma embrionária na planta de Tychy, na Polônia, foi melhorado na

unidade industrial de Pomigliano, Itália, e agora chega ainda mais avançado a Goiana.

As peças vindas das prensas e do parque de fornecedores abastecem a linha de funilaria utilizando a metodologia just in time, e para as movimentações internas são utilizados transportadores automáticos instalados no teto, os conveyors. O transporte até a

pintura também é feito de forma automatizada e aérea.

Na área de pintura o processo dispensa o uso da primer ao utilizar a tecnologia primerless, que assegura a qualidade final do veículo e a durabilidade da pintura, resultando ainda em menor consumo de energia e em menos emissões de produtos químicos na atmosfera. **AD**

Communication Center

O Polo Automotivo Jeep reúne, de acordo com os seus dirigentes, os 15 mil melhores processos, práticas e tecnologias acumulados pelo grupo no mundo. Uma das inovações significativas é o Communication Center, considerado o cérebro de todo o complexo.

Com 11 mil m² de área construída o Communication Center está localizado no centro da fábrica, de onde se percorre, a pé, os pontos essenciais dos processos de produção, desde a área de prensas até os veículos prontos para entrega ao consumidor.

De acordo com Adauto Duarte, diretor de recursos humanos, o Communication Center da fábrica de Goiana, que reúne 150 profissionais, é um exemplo para a área de RH no mundo: “Aberta e sem divisórias a área concentra nossas estações do escritório e se comunica com outras áreas da produção. Foi pensada para as pessoas trabalharem interagindo face a face,



reduzindo a necessidade de envio de e-mails e de telefonemas”.

Segundo ele o resultado de tal configuração é uma tomada de decisão rápida, uma organização eficiente da planta e o aumento no conhecimento do negócio.

No interior do departamento quatro áreas atuam em sinergia com esses conceitos: Centro de Componentes,

Centro de Processos, Centro de Veículos e escritórios abertos.

Nessa mesma área está localizado o Espaço Jeep, ambiente para receber visitantes e crianças, decorado com arte e cultura regional, e dotado de painéis touchscreen com vídeos sobre a marca, o carro e tudo o que faz parte do polo. Também há um showroom com toda a gama de produtos Jeep.

Novo Renault DUSTER

O mundo off-road é para os fortes.



NEOGAMA/EBH

Bem-vindo ao verdadeiro mundo SUV.

Acesse novoduster.com.br



RENAULT
Passion for life



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



renault.com.br

Nascimento planejado



O parque de fornecedores consumiu investimento de R\$ 2,1 bilhões, com as autopeças aplicando mais de R\$ 1 bilhão em máquinas e equipamentos

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Erguer uma fábrica de automóveis em meio a um grande canal, em região sem tradição industrial e, conseqüentemente, sem nenhuma base fornecedora por perto, certamente não era tarefa fácil. O desafio era imenso, tudo tinha de partir do zero.

Mas hoje, com a inauguração do Polo Automotivo Jeep, os envolvidos no projeto avaliam que aquilo que a princípio parecia ser uma grande desvantagem acabou tornando-se um fator competitivo. A fábrica de veículos e seu parque de fornecedores foram concebidos juntamente, um diferen-

cial que trouxe importantes ganhos logísticos e operacionais, de acordo com Stefan Ketter, vice-presidente mundial de manufatura da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, responsável pela construção do complexo industrial pernambucano.

Da padronização do uniforme, que

veste sem distinção desde o operário do chão de fábrica aos diretores e todos os envolvidos no projeto, ao maquinário de última geração com uso intensivo de robôs, o novo polo de Goiana, PE, é realmente inovador.

Seu parque de fornecedores é formado por dezesseis empresas que ocupam doze edifícios em área total construída de 270 mil m², responsáveis por dezessete linhas estratégicas que respondem por 40% da demanda de componentes.

O SUV compacto tem hoje 70% de nacionalização, índice que chegará a 80% dentro dos próximos meses. Os demais componentes vêm principalmente de Minas Gerais, São Paulo e Pernambuco. Para integrarem-se ao parque os sistemistas tiveram de cumprir uma série de exigências, dentre as quais a compra de maquinário novo. O investimento total superou a R\$ 2 bilhões, dos quais R\$ 1 bilhão da FCA em obras civis e suporte de infraestrutura do parque de fornecedores, e mais de R\$ 1,1 bilhão dos sistemistas em equipamentos. As obras começaram em janeiro de 2014 e as empresas fornecedoras iniciaram a pré-produção em Goiana no início do primeiro trimestre deste ano.

Atualmente o parque emprega 2,3 mil trabalhadores, número que até o fim deste ano – quando a produção estiver em ritmo pleno – atingirá 3,2 mil pessoas. A meta é produzir componentes a um ritmo de 30 veículos/hora, com projeção de chegar aos 45 ainda neste semestre.

De acordo com o diretor de gestão

de projetos estratégicos da FCA, Antônio Damião, a estruturação do parque de fornecedores envolveu processo totalmente inovador:

“Ao contrário de como costuma ocorrer, primeiro foram definidas as linhas estratégicas de produtos e seus respectivos processos. Só depois partimos para a escolha dos fornecedores, elencando dezesseis dentre 29 candidatos, definindo na sequência e, em conjunto com os eleitos, os fluxos logísticos e leiautes para dimensionar seu tamanho”.

Dos cerca de 2 mil novos itens, que serão demandados pela montadora 450 serão fornecidos a partir do parque de fornecedores, o que representa,

segundo Damião, “fluxo anual de mais de 27 milhões de operações logísticas entre o Supplier Park e a nova planta”.

CONDOMÍNIO – A fim de garantir a harmonia do polo algumas áreas como as de relações trabalhistas, alimentação, segurança e assuntos legais são comuns. Um item inovador em todo esse processo foi a de uniformização dos funcionários. Todos têm o mesmo uniforme, sendo impossível identificar nas linhas quem é operário ou engenheiro, por exemplo.

Na fábrica do Jeep Renegade todos vestem calça e camisa polo na cor cinza, com um acabamento em branco com destaque para o logotipo Jeep.

Parque de fornecedores Jeep em Goiana

Empresa	Área (m ²)	Processos	Equipamentos	Tooling
Adler	15 850	6	25	200
Brose	4 608	6	13	11
Denso	5 616	6	39	61
FMM	54 000	6	32	87
Lear	18 563	10	419	137
MMarelli Stamping	20 000	4	40	119
MMarelli Welding	12 000	5	122	-
MMH PCMA	11 520	4	10	27
MMH Susp. Assy	11 520	4	14	188
MMH Susp. Weld	10 368	6	94	191
Pirelli	5 184	6	12	0
PMC	23 000	2	159	38
Revestcoat	13 096	5	5	200
SPMM	20 736	3	46	150
Saint-Gobain	3 456	3	3	4
Tiberina	18 432	5	256	120
Total	247 949	81	1 298	1 533



A proposta estende-se aos funcionários do parque dos fornecedores, que também se vestem de cinza só que com o complemento de outras cores em substituição ao branco. No caso da Pirelli, por exemplo, é o vermelho, em outro fornecedor o azul ou verde e assim por diante.

MÃO DE OBRA — Assim como a FCA também os fornecedores têm priorizado a contratação de mão de obra local. Muitos dos contratados fizeram estágios nos países-sede das empresas para compartilhar conhecimento dentro das fábricas. De acordo com Alfredo Fernandes, diretor do parque de fornecedores, 63% da mão de obra lo-

Do total da mão
de obra do parque
de fornecedores
24% são
mulheres. Na Lear
elas são maioria
na área de costura
dos bancos.

cal é de pessoas do Nordeste, a maioria de Pernambuco e da Paraíba, principalmente de João Pessoa. A previsão é a de que até 2016 os sistematistas empregarão perto de 5 mil funcionários.

Na fábrica da Jeep as mulheres respondem por 16% da força de trabalho, índice que chega a 24% nos fornecedores. Dentre as empresas que têm maior participação das mulheres, a Lear mostra forte presença delas na área de costura dos bancos. Além de entregarem peças e conjuntos diretamente para a fábrica do Renegade, alguns sistematistas também têm intercâmbio de componentes.

Dentre as doze empresas presentes no parque estão a Adler Pelzer [componentes de acabamento interno e de isolamento acústico], Brose [sistemas das portas], Denso [sistemas térmicos], Lear [bancos], Pirelli [pneus], PMC [conjuntos soldados estruturais de chassi e das estruturas dos bancos], Revestcoat [tintas], Saint-Gobain [vidros] e Tiberina [conjuntos soldados estruturais de chassis].

As demais unidades produtivas, num total de dezesseis, são do Grupo Magnetti Marelli: MMH PCMA [soldagem e montagem de sistemas de produção, tanques plásticos, montagem do conjunto de pedais e sequenciamento do sistema de exaustão], MMH Suspension Assembly, MMH Suspension Welding, MM Stamping [estampagem de componentes estruturais e de suspensão] e MM Welding [soldagem de subchassi], além das joint ventures com a Faurecia [FMM] e com a Sole Prima [SPMM].

AD

Para rodar com mais segurança, nosso país tem a força do aço Gerdau. **A força da transformação.**



O aço da Gerdau tem a força da transformação.

A indústria automotiva vem evoluindo na construção de veículos mais eficientes, confiáveis e seguros. Sempre ao seu lado, o aço da Gerdau se transforma em produtos de alta tecnologia, que fazem parte dos carros, caminhões e ônibus que rodam pelo Brasil e pelo mundo.



www.gerdau.com



Divulgação/FCA

A logística das idas e vindas

A FCA criou duas bases de recebimento e distribuição: uma de peças na Capital paulista e outra de veículos na mineira Betim.

André Barros | andreb@autodata.com.br

Estruturar o recebimento de peças que vêm de outros estados brasileiros e também do Exterior de modo a não prejudicar a produção e nem acumular estoques foi um dos grandes desafios no processo de instalação do Polo Automotivo Jeep em Goiana, PE. Como também não foi

tarefa simples organizar a distribuição dos veículos lá produzidos para todo o restante do País.

Para esses trabalhos a FCA criou duas bases: a primeira em São Paulo, que receberá e distribuirá as peças, e a segunda em Betim, MG, para centralizar a distribuição de veículos para o

Centro-Sul do País. Os galpões estratégicos para as autopeças, chamados de cross-docks, estão distantes 2,1 mil e 2,8 mil quilômetros de Goiana — em Betim e São Paulo, respectivamente.

“A grande maioria dos fornecedores Jeep estão instalados nas regiões Sul e Sudeste. Os caminhões menores

“Desistir não faz parte da minha personalidade”
Soichiro Honda



A Itaesbra sente-se honrada pelo reconhecimento,
continuaremos na busca incessante pela excelência em nosso fornecimento.

Solução em estampados e conjuntos soldados
para as indústrias automotivas, eletroeletrônicas,
motocicletas e metalúrgicas em geral.



sairão carregados dessas empresas e deixarão as peças e componentes nos cross-docks, os responsáveis por reorganizar o material em veículos de maior capacidade”, conta Mauricélio Faria, gerente de logística e distribuição da FCA para a América Latina. “São estes, em menor número, que farão o transporte das peças para Goiana.”

Segundo Faria essa operação reduzirá o volume de caminhões nas estradas e as viagens de idas e vindas de Goiana para outros estados. Há ainda os fornecedores do parque anexo à fábrica da Jeep, que farão a distribuição just in time para o Centro de Distribuição de Carga, um galpão de 54 mil m² construído ao lado da unidade. As peças chegam na mesma ordem em que serão utilizadas na linha da Jeep.

“Esse modelo contribui na redução do estoque de peças, diminui as movimentações internas e, por consequência, o risco de danos aos materiais. É um modelo bem mais eficiente do que o tradicional.”

Também de modo a aproveitar ao máximo a capacidade de transporte de cargas dos caminhões foi estruturada a operação logística de distribuição dos veículos. Quando estiver a todo o vapor a fábrica da Jeep terá capacidade para produzir 250 mil veículos, dos quais 80% terão como destino os Estados do Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

CONSUMIDOR — A base de distribuição para as concessionárias dessas regiões será a fábrica de Betim. Os caminhões sairão de lá com modelos Fiat para distribuição no Norte e Nordeste e voltarão com os Jeep, aumentando assim a eficiência dos veículos. “A Fiat vende em torno de 700 mil a 800 mil unidades por ano, das quais cerca de 20% na região Norte e Nordeste. Temos, portanto, caminhões-cegonha suficientes para transportar carros de uma fábrica para a outra sem desperdício de viagens, pois o volume Jeep inicialmente chegará a cerca de 140 mil a 150 mil unidades/ano.”

O executivo calcula que a estratégia logística poupará 23 mil viagens por ano, o que representa economia de 104 milhões de quilômetros e 42 milhões de litros de diesel, que resultariam na emissão de 101 mil toneladas de dióxido de carbono. A distribuição está nas mãos da Sada Transportes.

De acordo com Faria, todo o transporte será feito por rodovias: “Teremos atenção especial com essa operação, porque precisamos evitar possíveis danos”. A preocupação e o zelo com os veículos são tamanhos que a FCA assumirá a operação no pátio de veículos de Goiana em vez de terceirizá-la para operadores logísticos especializados como é o usual.

SUAPE — Faria revelou ainda que há previsão de exportação dos primeiros Jeep Renegade para países sul-americanos ainda este ano. Toda a logística será conduzida a partir do Porto de Suape, em Pernambuco.

“Fizemos um acordo com o governo local para a construção de um pátio de veículos em Suape. Ele está lá e é público, pode ser usado por qualquer montadora. Nós usaremos para exportação e importação de modelos que tiverem como destino as regiões Norte e Nordeste.”

Mais para frente, a depender de regulamentações e questões burocráticas, a FCA pretende fazer operações de cabotagem no porto, onde originalmente foi assentada a pedra fundamental da fábrica da Fiat que, em 28 de abril, foi inaugurada como legítima unidade Jeep.

AD





Respeite a sinalização de trânsito.

Fazendo mais. Por energia limpa.

Desenvolver inovações e aplicar novos conceitos em seus produtos: estes são os desafios constantes da Divisão Powertrain do Grupo Continental. Com sua visão de **energia limpa**, busca não apenas tornar o dirigir mais acessível e ecologicamente correto, mas também aumentar o prazer e o conforto na direção, tornando possível hoje a mobilidade do futuro.



Divulgação/Chery

O Celer, o primeiro automóvel de uma fabricante da China com produção local, chega às concessionárias Chery com 35% de nacionalização

André Barros, de Tuiuti, SP | andreb@autodata.com.br

O primeiro automóvel chinês produzido em terras brasileiras finalmente saiu do papel.

As 72 concessionárias Chery já têm em seu estoque unidades do Celer nacional, que desde fevereiro sai das linhas de montagem da fábrica de Jacaré, SP, em carrocerias hatch e sedã com cerca de 35% de conteúdo local.

São mais de vinte fornecedores locais — empresas multinacionais, como Basf, Bosch, Delphi, HVCC, Petronas, Pilkington, Pirelli etc —, número que deverá crescer até o fim do ano, quando a Chery projeta chegar a 50% de

conteúdo local no seu veículo de estreia. Em dois anos a meta é superar os 60%.

O Celer nacional recebeu alterações com relação ao modelo importado da China desde 2013, tanto em design quanto em mecânica. A começar pelo motor Acteco 1,5 litro flex, com 16V e que agora alcança 113 cv graças à calibração feita em parceria com a Delphi para adaptação ao mercado local. Suspensão e sistema de freio também foram tropicalizados, visando a aproximar o carro mais ao gosto do consumidor brasileiro.

A dianteira ganhou novos para-choques e mudanças na grade frontal em ambas as carrocerias. A traseira do sedã tem alterações nos desenho das lanternas, agora de LED — assim como no hatch —, e na tampa do porta-malas. Os dois modelos tiveram ainda o painel de instrumentos totalmente redesenhado.

SEM OLHOS PUXADOS — Essas mudanças dão traços de ineditismo ao Celer jacareense, que ainda traz novo sistema de ar-condicionado, mais preparado para enfrentar as altas tempe-

raturas do Brasil. Por isso Roger Peng, presidente da Chery do Brasil, trata o modelo como novo dentro do portfólio da empresa: “O Celer é o primeiro veículo sem olhos puxados ou sotaque chinês. É inteiramente brasileiro”.

Segundo Luciano Resner, da área de qualidade, houve especial atenção com relação à qualidade e segurança do veículo. Além dos obrigatórios ABS

cionamento e trio elétrico são de série por R\$ 39 mil no modelo hatch e R\$ 40 mil no sedã. A versão Act traz ainda rodas de liga-leve de 15 polegadas, faróis de neblina e alarme antifurto por R\$ 41 mil no hatch e R\$ 42 mil no sedã.

Desde o lançamento, em 2013, foram comercializados em torno de 2 mil Celer no mercado nacional. A edição brasileira deverá, apenas neste



e air bag a carroceria dos modelos usa aço de alta densidade. Os crash-testes feitos internamente preveem nota de três a quatro estrelas nas avaliações do Latin NCap.

Outra diferença com relação à estratégia anterior da Chery foi oferecer item opcional, o rádio I-Connect, que traz TV digital e bluetooth por R\$ 1,8 mil, e duas versões para ambas as carrocerias — antes o modelo era completo de série.

O Celer, de qualquer forma, ainda sai da fábrica com um bom pacote de itens: ar-condicionado, sensor de esta-

ano, quintuplicar o volume de vendas, de acordo com Filipe Pereira, da área de vendas: “Por esse preço e com esse pacote de opcionais 10 mil unidades é uma projeção até conservadora.”

Quem comemora são os concessionários, que ganharão em volume. A rede, que chegou a ter 110 casas, foi reduzida para 72 pontos de vendas — mais cinco serão abertos até o fim do ano. O objetivo, segundo o vice-presidente Luís Curi, é aumentar as fatias do bolo para aqueles que investiram antes — bolo, agora, com tempero brasileiro.

AD

Novo SUV

Também de origem chinesa o Jac T6 chega ao mercado brasileiro com preço a partir de R\$ 70 mil. Kit multimídia que espelha smartphones Android e iOS em tela no console central e câmera de ré levam o valor a R\$ 75,7 mil. Há ainda opção intermediária, que acrescenta barras no teto, frisos e retrovisores rebatíveis eletricamente a R\$ 72 mil. O modelo tem previsão de vendas de 3,6 mil unidades em 2015, o que, pelos cálculos do presidente da Jac, Sérgio Habib, representará 1% do mercado de SUVs no País neste ano. 90% das vendas estarão concentradas na versão mais cara, deixando 5% para cada uma das demais.

As três oferecem o mesmo powertrain: motor 2.0 VVT 16V flex com 155 cv na gasolina e 160 cv no etanol, câmbio manual de cinco marchas e tração 4x2. Versão automática pode chegar no ano que vem, “dependendo das cotas”, segundo Habib. Opção de 4x4 está definitivamente afastada dos planos: “No Brasil não há neve e tração 4x4 só é necessária na neve. Sim, no País há lama, mas quem coloca seu carro na lama? Ninguém”.

São itens de série do T6, dentre outros, volante eletricamente assistido, ar-condicionado, sensor de estacionamento, faróis de neblina e volante revestido de couro com comandos. A garantia, como em outros modelos da Jac, é de 6 anos.

Você tem pelo menos quatro boas razões para assinar a nova Agência AutoData de Notícias.

Agência AutoData

autodata.com.br

Serviço Diário de Informação Automotiva | 27 de janeiro de 2015 | Edição 3 518 Ano 15

GM: mais de R\$ 3 bi no ABCD.



A fábrica da GM em São Caetano do Sul será destino de mais da metade do investimento de R\$ 6,5 bilhões até 2018. O anúncio ocorreu em evento que celebrou os 90 anos da fabricante no Brasil, realizado na própria unidade na segunda-feira, 26

Artilheiros
camisa 90

GM deverá emendar
semana do carnaval
em São Caetano

Aumento do IOF
e da Selic preocupam
Anfavea

BorgWarner
anuncia mudanças
na diretoria

01 CONFIANÇA

A Agência AutoData de Notícias faz o acompanhamento diário e especializado de tudo o que de importante acontece nas empresas que compõem o setor automotivo sob a ótica da economia, mercado, gestão, marketing, conjuntura e investimentos.

02 AGILIDADE

Com novo formato, passou a ser o mais ágil informativo diário digital do setor automotivo brasileiro, podendo ser acessada em todas as plataformas modernas de comunicação, como tablets, celulares e computadores.

03 ESPECIALIZAÇÃO

Todas as reportagens publicadas na Agência AutoData de Notícias são produzidas por equipe de jornalistas com profunda especialização no acompanhamento sistemático do setor automotivo.

04 EXCLUSIVIDADE

Somente lendo a Agência AutoData de Notícias você fará parte do seleto grupo dos executivos mais bem informados do setor automotivo brasileiro.

Precisa de mais?

**Para assinar ligue 11 51898926
ou acesse www.autodata.com.br**



Divulgação/MWM

Arranque paralelo

Fabricantes de motores a diesel ampliam as aplicações e o foco no segmento de máquinas e na exportação

Viviane Biondo | viviane.biondo@autodata.com.br

O ingresso de novas fabricantes de máquinas agrícolas e de construção no Brasil, e o início de nova legislação de emissões específica para o segmento fora de estrada, denominada Proconve/MAR-1 [Programa de Controle da Poluição de Ar por Veículos Automotores para Máquinas Agrícolas e Rodoviárias], equivalente à Tier 3, aceleram os projetos de motores a diesel no País.

Hyundai Heavy Industries, em Itaipua, RJ, LiuGong, em Mogi Guaçu, SP, e XCMG, em Pouso Alegre, MG, iniciaram a montagem local dos seus equipamentos e buscam aumentar índice de nacionalização com o objetivo de se adequarem às regras do Finame.

Ao mesmo tempo, a exemplo do

que ocorreu com a introdução da Euro 5, regulamentação que demandou uma série de mudanças nos motores de caminhões e ônibus em 2012, fabricantes de equipamentos agrícolas e de construção terão que dar um salto tecnológico para reduzir a emissão de poluentes no cronograma Proconve MAR-1 [veja quadro].

Nesse cenário Cummins, FPT e MWM ampliam aplicações e novos negócios. E embora as novidades não equacionem a queda no fornecimento às fabricantes de ônibus e caminhões — a Anfavea estima queda de vendas de 31,5% no ano — as oportunidades desenham novos horizontes.

A MWM International, por exemplo, tem programado para este ano 33 lançamentos, a maior parte produtos destinados ao segmento de máquinas e equipamentos.

“Trabalhamos em mais de cem novos projetos, tanto protótipos quanto motores já em fase inicial de produção”, conta Thomas Püschel, diretor de vendas e marketing da companhia. “Esse movimento de lançamentos necessários à regulamentação se refletirá ao longo de pelo menos quatro anos. Isso nos dá uma boa base de sustentação e de crescimento. Assim, quando ocorrer a retomada de mercado, creio que a partir do ano que vem, estaremos prontos para aumentar nossa participação.”

Prova do que Püschel salienta é a conclusão da homologação do primeiro de uma série de motores da empresa a atender o MAR-1. De acordo com a companhia, foi a pioneira no País a

confirmar a adequação do motor às novas regras ambientais junto aos órgãos competentes.

Não fica parada também a Cummins, localizada em Guarulhos, SP, que deverá produzir 45 mil motores este ano. É bem verdade que será 16,6% a menos do que as 54 mil unidades produzidas no ano passado. Para amenizar o quadro negativo, porém, Luís Chain, diretor de marketing e vendas da empresa, adota como estratégia reforçar o portfólio:

“O mercado é uma variável sem controle, cabe a nós apenas monitorar. Já o market share é mais gerenciável, pode crescer com novas aplicações, independentemente de movimentos negativos de vendas. Nossa energia está centrada nisso: avançar em aplicações e novos mercados de exportação”.

Chain destaca que a Cummins já fornece motores para a Hyundai Heavy Industries e negocia atualmente a nacionalização com a LiuGong, já cliente da companhia na China: “Os novos entrantes, junto da MAR-1, devem movimentar o mercado com 1 mil a 2 mil unidades adicionais até 2017”.

Como a Cummins também a MWM aposta em novos contratos, conta Püschel: “O Grupo Sany [de São José dos Campos, SP] e a LS Mtron [de Garuva, SC] são clientes e querem aumentar o índice de nacionalização motivados pelas oportunidades. Sabem que há carência em investimentos em infraestrutura, mas que cedo ou tarde virão, demandando equipamentos.”

A Budny Equipamentos Agrícolas, instalada em Içara, SC, e a Stara, em

“O movimento de lançamentos necessários à regulamentação se refletirá ao longo de quatro anos. Isso nós dá boa base de sustentação e de crescimento.”

Thomas Püschel, da MWM



“O mercado é uma variável sem controle, cabe a nós apenas monitorar. Já o market share é mais gerenciável, pode crescer em novas aplicações.”

Luís Chaim, da Cummins



Divulgação/Cummins

Não Me Toque, RS, completam a lista de clientes da MWM, formada por mais de duzentas empresas, em torno de 160 brasileiras e outras quarenta espalhadas pelo mundo.

Amauri Parizoto, diretor de vendas e marketing da FPT na América Latina, conta que 49 novas versões de motores entrarão em linha de produção para atender ao MAR-1: “São lançamentos voltados tanto para as empresas do Grupo CNH Industrial quanto para as companhias de fora, que chamamos de mercado aberto.”

Segundo ele a estratégia de vendas a outras empresas é mundial e deverá ganhar espaço na região latino-americana: “Globalmente 47% das vendas são para fora do grupo. Na América Latina esse percentual é de 7%. Ou seja, temos muito campo para crescer fora do cliente cativo”.

Embora enxergue perspectiva de crescimento no curto prazo Parizoto estima volume estável de vendas na região da América Latina para este ano na comparação com o passado: “Nossa projeção é por volta de 56 mil motores. Não sabemos ainda como será o segundo semestre, mas acreditamos que ao menos a partir do próximo ano o mercado volte a crescer”.

EXPORTAÇÕES – Os embarques de motores representavam fatia de 8% dos volumes produzidos pela MWM. Este ano, contudo, devem passar a 11%, segundo os cálculos de Püschel.

O executivo, que prevê alta de 4% nas exportações, destaca as vendas ao Egito: “Esse mercado cresceu 170% no



Divulgação/FPT

“Usaremos a estrutura das revendas Iveco para prestar atendimento específico aos clientes FPT, em área dedicada.”

Amauri Parizoto, da FPT

Jeep®

A força de um mito

WILLYS MA 1941

Reduza a velocidade, preserve a vida

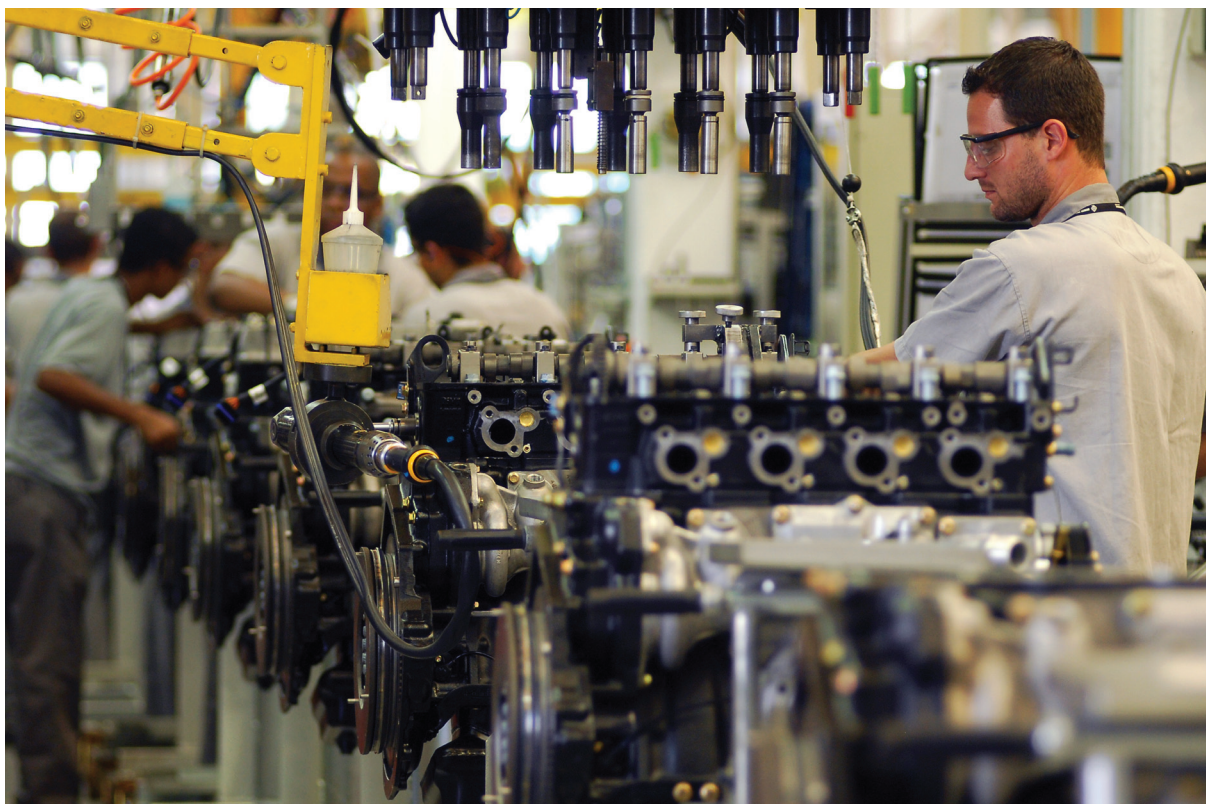
A Scórprios se orgulha em aliar sua tradição no desenvolvimento de novos produtos para uma marca ícone mundial e participar de um grande projeto junto à FCA, em uma das mais modernas fábricas de automóveis do mundo.

Scórprios

Scórprios Indústria Metalúrgica Ltda.

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

11 4224 9600 | www.scorprios.com.br



ano passado e em 2015 a alta deve superar 20%.”

Chain, da Cummins, enumera as vendas para Colômbia, Peru e Chile:

“São mercados que demandam motores a gás natural para caminhões e ônibus, já que nessas regiões o preço do combustível é bastante atrativo.”

O diretor da Cummins conta ainda que o planejamento da companhia prevê queda de vendas de caminhões em 25% a 30% e baixa de 5% a 10% para máquinas agrícolas e rodoviárias. O negócio de reposição, no entanto, terá mais destaque nos volumes da empresa: “O pós-venda começa a despontar novamente. As vendas estiveram aquecidas nos últimos anos, o que gera demanda maior de reposição”.

O que vem por aí no MAR-1

Potência	Data		CO ₂	NOx+HC	Part.
kW	Construção	Agrícola	g/kWh		
130 ≤ P ≤ 560	Jan 2015	Jan 2017	3,5	4,0	0,2
75 ≤ P < 130	Jan 2015	Jan 2017	5,0	4,0	0,3
37 ≤ P < 75	Jan 2015	Jan 2019	5,0	4,7	0,4
19 ≤ P < 37	Jan 2017	Jan 2019	5,5	7,5	0,6

Fonte: Conama/Proconve

No Brasil os postos de atendimento da Cummins somam duzentos pontos e até o fim do ano outros quarenta deverão ser inaugurados: “Continuamos crescendo para ter capilaridade”.

Parizoto, da FPT, revela que a empresa empreende um trabalho de sinergia com a rede do grupo: “Usa-

remos a estrutura das revendas Iveco para prestar atendimento específico, personalizado aos clientes FPT, em área dedicada”.

Segundo o diretor o faturamento do aftermarket crescerá 27% neste ano, “o que é um bom reflexo dos últimos anos”.

AD

Guia da Indústria de Ônibus



EMBARQUE NO PRINCIPAL E MAIS COMPLETO GUIA DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS!

O Guia de Compras AutoData Ônibus & Vans é a mais completa publicação do mercado de transporte coletivo. Destina-se exclusivamente aos executivos que atuam neste setor, em especial compradores de ônibus, chassis, carroçarias e produtos e serviços voltados ao transporte de passageiros urbanos e rodoviários. Esta publicação é, sem dúvida, a melhor maneira de se comunicar com o mercado brasileiro, que possui a maior frota de ônibus do mundo.

Itinerário

Veja por onde circula este veículo:

Circulação Regional:

- 74% Sudeste
- 16% Sul
- 05% Nordeste
- 04% Centro-oeste
- 01% Norte

Circulação Setorial:

- 25% Empresas de transporte de passageiros;
- 20% Cadeia produtiva e comercial direta (montadoras, encarroçadoras, distribuidores, representantes);
- 31% Fornecedores diretos e indiretos (fornecedores de matérias-primas, autopeças, serviços, etc);
- 09% Institucional (governo, empresas financeiras, consultorias, entidades, sindicatos, imprensa, etc);
- 15% Outros públicos (assinantes, agências de publicidade, etc).

Passageiros

Conheça o perfil dos leitores:

- 46% Presidentes e Diretores
- 25% Gerentes
- 13% Supervisores/Coordenadores
- 12% Analistas/Assistentes
- 04% Outros cargos

Interior completo

Para seu conforto e segurança, confira abaixo alguns dos itens de série:

- Perfil das empresas produtoras - Montadoras, e encarroçadoras;
- Carroçarias - Vitrina das últimas novidades em carroçarias;
- Chassis - Vitrina das últimas novidades em chassis;
- Combustíveis - Os novos combustíveis;
- Fornecedores - Motores, suspensão, freios, pneus, eixos, diferencial, transmissão, equipamentos e serviços.

Reserve já o espaço para seu anúncio

São Paulo: 55 11 5189-8900
comercial@autodata.com.br

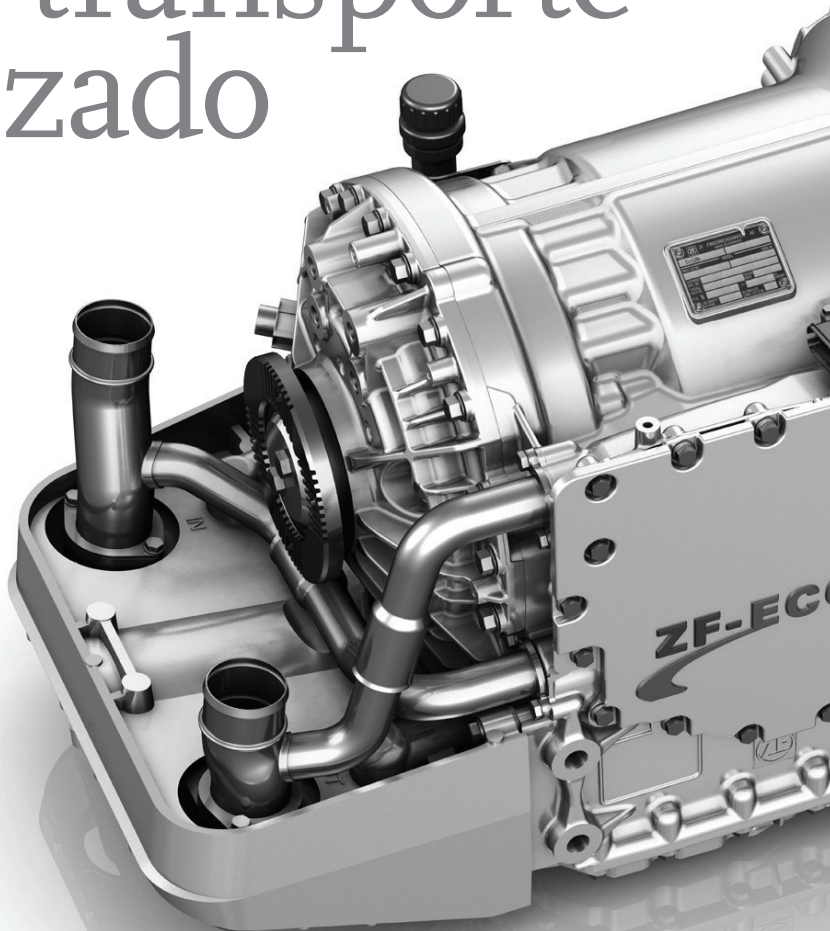
AUTODATA
EDITORA



A vez do transporte automatizado

Fabricantes de transmissões apostam nos ônibus para ampliar a participação de caixas que dispensam as trocas manuais

Viviane Biondo | viviane.biondo@autodata.com.br



Os baixos volumes da indústria automotiva neste início de ano não alteraram os planos das fabricantes de transmissões no País. Convictas de que a automatização das caixas é o caminho natural para a frota brasileira, empresas como a Voith mantêm a meta de crescer, principalmente na fatia que representa os ônibus urbanos.

Rogério Pires, diretor de desenvol-

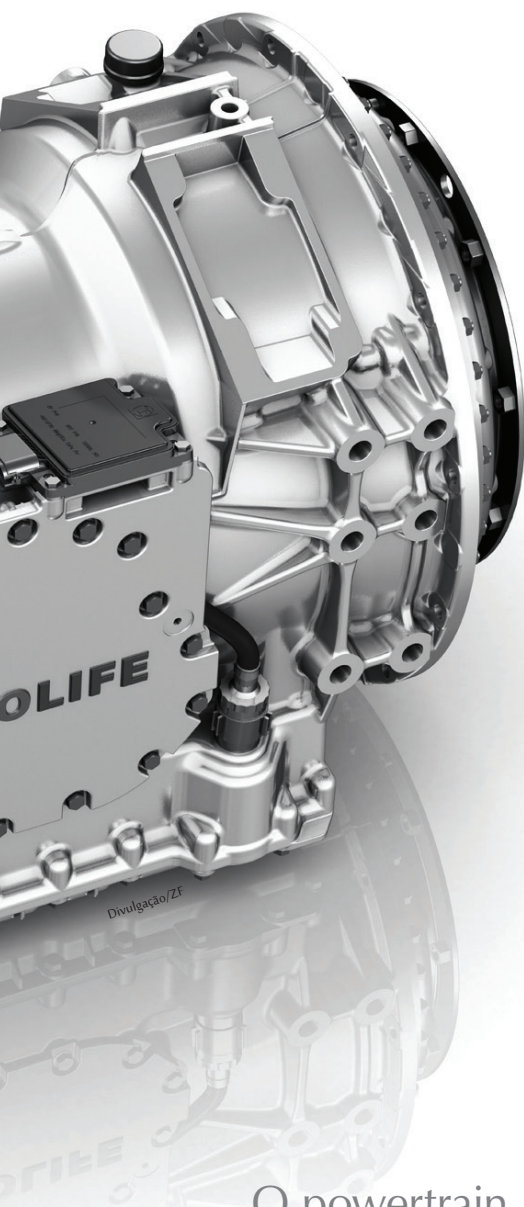
vimento de negócios da divisão de veículos comerciais da empresa, acredita que até o fim deste ano a empresa atenderá todas as fabricantes de ônibus instaladas no Brasil:

“Fornecemos caixas automáticas para Mercedes-Benz, Volvo e, mais recentemente, para MAN Latin America. Considerando a alta demanda pelas caixas automáticas e os futuros contratos de fornecimento, nossa pro-

jeção é passar das atuais 2 mil caixas/ano para 5 mil.”

O executivo calcula, no entanto, que o atual mercado desaquecido apresentará queda de produção das transmissões montadas na unidade de Jaraguá, em São Paulo.

“A baixa não deve ultrapassar 10% frente às 2 mil do ano passado. Ainda assim, ampliaremos nossa participação de 50% para 60% na fatia de ôni-



O powertrain
hoje automatiza
ações que antes
eram do ser
humano

bus articulados com piso baixo e motor traseiro que ganham os corredores de todo o País.”

O executivo não revela o atual índice de nacionalização das transmissões, mas afirma que com a demanda crescente o avanço na localização dos componentes utilizados em sua montagem vem a reboque.

“A qualidade de vida no transporte público estava fora de propósito, por isso projetos para a melhoria da mobilidade devem se manter, caso do aumento dos corredores de ônibus e uso de veículos com piso baixo. Eles facilitam o embarque e o desembarque e, por consequência, reduzem o tempo das viagens.”

RENOVAÇÃO — Alexandre Marreco, gerente de desenvolvimento de negócios de sistemas de transmissão da ZF, calcula que hoje 80% dos ônibus usam transmissão manual e 20% automática. “Em 2000 essas caixas sequer existiam. A certeza é de que essa curva virá se inverter. A velocidade dependerá do ritmo de renovação das frotas.”

Amaury Rossi, diretor de desenvol-

vimento de mercado da Eaton, vislumbra a retomada do mercado automotivo a partir de 2016. “O mercado está fraco hoje, mas não podemos nos abater. A tecnologia de caixas automáticas e automatizadas virá, não há dúvidas. Tanto que mantemos os investimentos e teremos novos contratos de fornecimento de caixas automatizadas a montadoras em breve.”

Rossi justifica que a falta de motoristas qualificados, mesmo em tempos de economia em baixa, motiva o empresário a optar pelas caixas inteligentes: “A redução de consumo e de desgaste prematuro de componentes reduz o custo operacional, o que sem dúvida é interessante ao frotista”.

Thomas Schmidt, diretor de pesquisa, desenvolvimento e inovação da ZF para a América do Sul, destaca que mesmo com os avanços em tecnologia do motor, a transmissão é peça fundamental para se aferirem benefícios na operação: “O powertrain hoje automatiza ações que antes eram do ser humano. Você tira o peso do trabalho mecânico do motorista e ele pode dedicar mais tempo à segurança”.



Marreco, da ZF, afirma que no anda e para das cidades as caixas automáticas tornam os ganhos mais perceptíveis, enquanto nas aplicações rodoviárias as automatizadas revelam melhores resultados. “Há nichos para ambas as soluções.”

A ZF fornece a caixa AS Tronic automatizada para caminhões DAF, Ford, Iveco e MAN Latin America, além da automática Ecolife para ônibus Mercedes-Benz.

“O mercado está retraído neste início de ano, mas tem potencial de recuperação a partir do segundo semestre”, analisa o gerente de desenvolvimento de negócios da ZF. “Com mais clareza após os ajustes econômicos, acredito que o frotista retome as compras. O custo operacional ainda é preponderante na decisão de compra e, por isso, as transmissões automáticas e automatizadas devem continuar ganhando mercado.”

AD

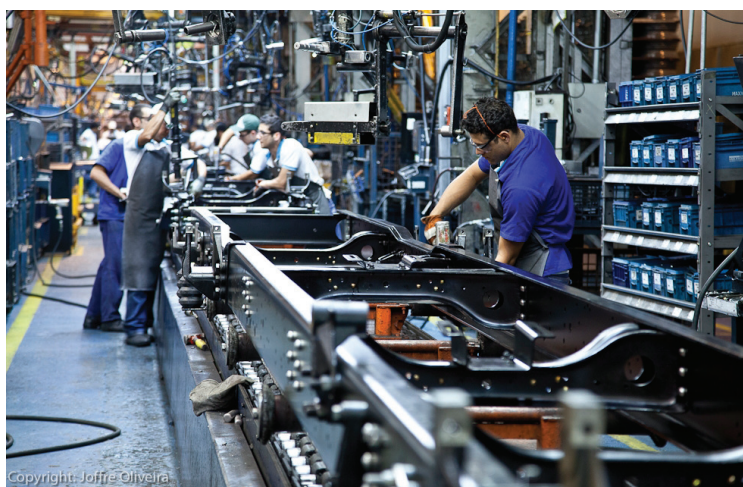
Base forte e global

A Maxion Structural Components, fabricante de componentes estruturais para veículos, mira o mercado de exportação para driblar a queda nas vendas no Brasil. Werner Sachs, diretor de desenvolvimento de novos negócios, revela que a empresa conta com plataformas globais nas montadoras, o que permite o embarque da produção local, realizada nas cidades de Cruzeiro, SP, e nas mineiras Contagem e Sete Lagoas.

“Avaliamos essa possibilidade junto aos nossos clientes, já que a desvalorização da moeda brasileira nos coloca numa condição mais favorável para a exportação.”

Os principais produtos da empresa são longarinas, chassis, sistemas como alavanca de freio de mão, travas, dobradiças, dentre outros.

Para acompanhar a evolução global da engenharia, a Maxion tem contratos de parceria com fornecedores de materiais alternativos e complementares.



Copyright Joffe Oliveira

Divulgação/Maxion

“Essa iniciativa, somada ao trabalho da área de engenharia da companhia, resultam em produtos de peso reduzido e melhor adaptados à necessidade do mercado.”

O diretor de desenvolvimento da Maxion destaca que o segmento automotivo demanda cada vez mais redução de peso, economia de combustível e aproveitamento de carga. “Também é essencial a padronização de compo-

nentes e plataformas para aumentar a produtividade e a competitividade das fabricantes de veículos.”

De acordo com o executivo, os últimos investimentos feitos pela Maxion Structural Components foram na automação de processos:

“Só desta forma conseguimos acompanhar as demandas dos nossos clientes no que se refere a aumento de produtividade”.

WORKSHOP AutoData

DE TENDÊNCIAS SETORIAIS

25/05



AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES OS NOVOS PARÂMETROS DE VENDAS E DE PRODUÇÃO.

Os números do primeiro trimestre não deixam dúvidas: as vendas e a produção de automóveis e comerciais leves amargarão queda neste ano.

Uma queda, talvez, bem acentuada: acima de 10%. Quais são, agora, as novas projeções das áreas de vendas das montadoras? Que ajuda podemos esperar das exportações? A oferta de crédito ao consumidor vai melhorar? E as concessionárias: como estão vendo a possibilidade de evolução do mercado?

O que ainda pode se esperar do governo?

INVESTIMENTO

VALORES DAS INSCRIÇÕES

de 01/05 a 15/05 = R\$930,00

de 16/05 a 24/05 = R\$980,00

5% de desconto

Pacotes de 3 a 5 inscritos

10% de desconto

Pacotes com 6 ou mais

Pagamento a vista 7 dias após emissão de NF

INFORMAÇÕES

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

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

OU PELO EMAIL:
seminarios@autodata.com.br

PROGRAMA*

14H00/14H45 • PALESTRA

Tendências Financiamento
ANEF

14H45/15H30 • PAINEL

Tendências Vendas Varejo

FENABRAVE - Alarico Assumpção Jr., Presidente;
ABRAC; ASSOBRAB - Sérgio Reze, Presidente;
ABRACAF - Guido Viviani, Presidente e ABRADIF

15H30/15H45 • COFFEE BREAK

15H45/16H30 • PAINEL

Tendências Vendas Atacado

FIAT FCA - Lélío Ramos, Diretor Comercial e
General Motors

16H30/17H15 • PALESTRA

Visão Setorial

ANFAVEA - Antonio Megale, 1º Vice-Presidente

* programa sujeito a confirmação

Patrocínio

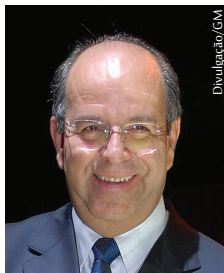


Apoio



AutoData
Editora

Dias



Divulgação/GM

Pedro Luiz Dias, diretor de comunicação da General Motors do Brasil, anuncia sua aposentadoria após 37 anos na empresa, na qual iniciou carreira profissional como estagiário.

Fondevilla

A Ceva Logistics nomeia Antônio Fondevilla como vice-presidente executivo responsável pelo setor automotivo global da empresa.

Em 2014 os negócios nessa área responderam por 24% da receita total. Na Ceva desde 2008, Fondevilla possui experiência de vinte anos em gestão de logística automotiva e de suprimentos.

Branco

Rogério Branco é o novo vice-presidente sênior corporativo de supply chain Management da Eaton. Com mais de vinte anos de experiência na empresa, Branco deixou o cargo de diretor de operações do Grupo Veículos da América do Sul para assumir a função na sede mundial da Eaton em Cleveland, nos Estados Unidos.

Orikassa

Edson Orikassa e Sidney Oliveira, eleitos respectivamente presidente e vice-presidente da AEA, anunciaram em abril a nova diretoria executiva da entidade para o biênio 2015/2016. São oito diretores em diferentes áreas, com Milton Monteiro no cargo de diretor administrativo.

Koga e Eigi

A Honda South America anuncia alterações em sua estrutura organizacional a fim de aumentar a competitividade dos negócios e atender, cada vez mais, a demanda local. Os brasileiros Júlio Koga e Carlos Eigi Miyakuchi assumem a vice-presidência das fábricas de motos e automóveis, respectivamente.

New QQ

A Chery inicia vendas no Brasil do novo QQ, ainda importado da China. Totalmente remodelado externa e internamente, tem motor 1.0 três cilindros a gasolina de 69 cv: R\$ 32 mil com ar condicionado, direção hidráulica, vidros elétricos dianteiros, rádio AM/FM com USB, freios ABS com EBD e airbags.

Visita virtual

A Hyundai Caoa, em parceria com o Google, lança ferramenta interativa que permite visita virtual pela fábrica de Anápolis, GO, via tecnologia streetview indoor.

Museu da Aventura

Os modelos 604, 403 e 402 da Peugeot comemoram aniversários de 40, 60 e 80 anos, respectivamente. Os modelos podem ser vistos no Museu da Aventura, na França, até 15 de junho.



Divulgação/VW

100 mil

Lançado no Brasil em fevereiro de 2014 o Volkswagen up! atinge produção de 100 mil veículos na fábrica de Taubaté, SP. O evento de celebração do acontecimento teve a participação do presidente da Volkswagen do Brasil, David Powels, e do diretor da fábrica de Taubaté, Marcos Aparecido Ruza, além de outros executivos e colaboradores da unidade.

TENHA NA SUA EMPRESA OS MELHORES PROFISSIONAIS DO MERCADO

Conte com o nosso apoio para definir estratégias, processos
e garantir que sua empresa tenha as mais perfeitas
“**SOLUÇÕES EM RECURSOS HUMANOS**”

Mapeamento de Potencial

Recrutamento e Seleção

Mapeamento de Mercado



Soluções em RH

Gestão Profissional de
Alta Performance

Rua Capanema, 71 - Brooklin Novo
(11) 5506-8312 / 5507-7567
www.solucoesemrh.com.br



Nesta nova conjuntura a vantagem competitiva dá o norte à estratégia das empresas. Como nunca, antes, as metas se voltam para o desenvolvimento mais rápido e eficaz de produtos, e o custo é prioridades competitiva ao lado da qualidade, desempenho de entregas e flexibilidade, que representam papel estratégico cada vez maior.

Considerando-se que o comportamento dos elementos que compõem o custo de um produto é consequência do projeto desse produto é fácil concluir que o foco da competição pode estar no desenvolvimento com alto desempenho, conceito que, nos dias de hoje, significa também chegar antes do concorrente, com qualidade e preço.

Alcançar essa vantagem competitiva é possível por meio da tecnologia de simulação de testes, e, mais ainda, pode dispensar a necessidade de aportes volumosos de investimento em recursos próprios que essa atividade requer. Como diretor de operações do Tech Center da Smarttech, em Holambra, SP, primeiro laboratório independente na América Latina a realizar testes físicos como apoio a projetos de engenharia, tenho verificado o notável crescimento da demanda por esse tipo de serviço no Brasil, pelos resultados compensadores obtidos pelas empresas que optaram pelo seu uso.

Apesar disso boa parte da indústria no País ainda não adota essa prática, mesmo em setores de alta complexidade como o automotivo, habituado a

todas as pressões geradas pela competitividade.

Não é assim nas matrizes localizadas principalmente na Europa e nos Estados Unidos, onde testes em laboratórios são uma das principais ferramentas na redução de custos e prazos.

No que se refere à qualidade do produto a simulação em laboratório oferece confiabilidade superior a 90% em condições de repetibilidade não encontradas nos ensaios de campo.

No laboratório os ensaios de durabilidade são precedidos de análises de danos, baseados em medições de tensões em campo ou tensões obtidas por simulação numérica, estudos que possibilitam a definição de padrões de excitação que eliminam etapas não signi-

ficativas e permitem redução drástica dos prazos de validação de componentes e/ou sistemas mecânicos, fazendo em duas ou três semanas ensaios que representam alguns anos de exposição em campo.

Como exemplo há o caso de ensaio de uma colheitadeira de cana, que em seis semanas é capaz de reproduzir solicitações estruturais correspondentes a dez anos de uso em campo.

Os números acima dispensam explicações. No laboratório trabalha-se com o lado mais crítico a fim de usar o dado que é mais representativo.

A simulação de vida em ensaios virtuais é uma tendência global e irreversível, o lar de toda e qualquer vantagem competitiva.

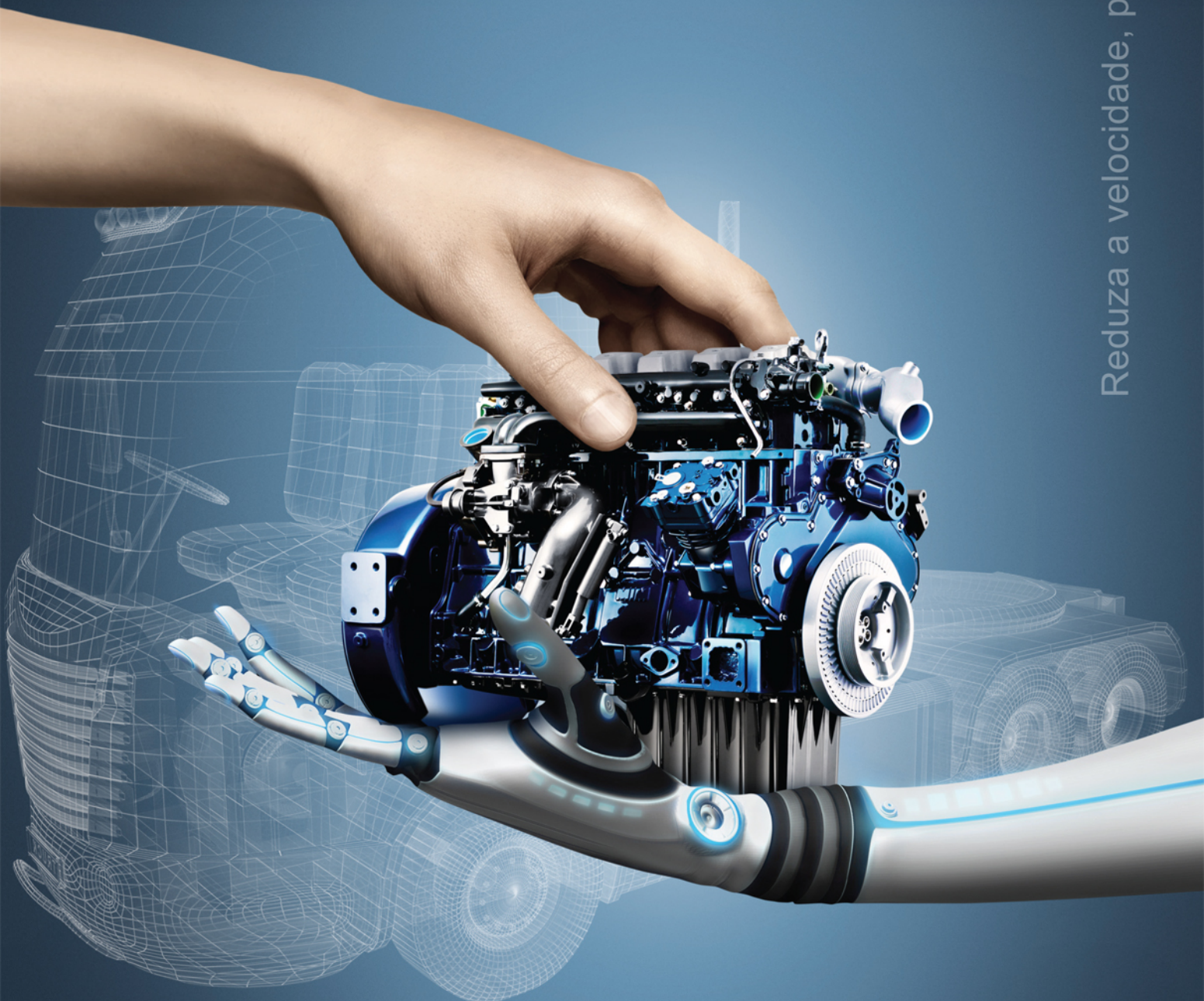
AD

Onde mora a vantagem competitiva?

José Celso Mazarin | **diretor de operações da Smarttech, empresa brasileira fornecedora de serviços de engenharia**

Motores MWM.
Alto desempenho para o seu negócio.
Escolha a mais avançada tecnologia a diesel.

Reduza a velocidade, preserve a vida.



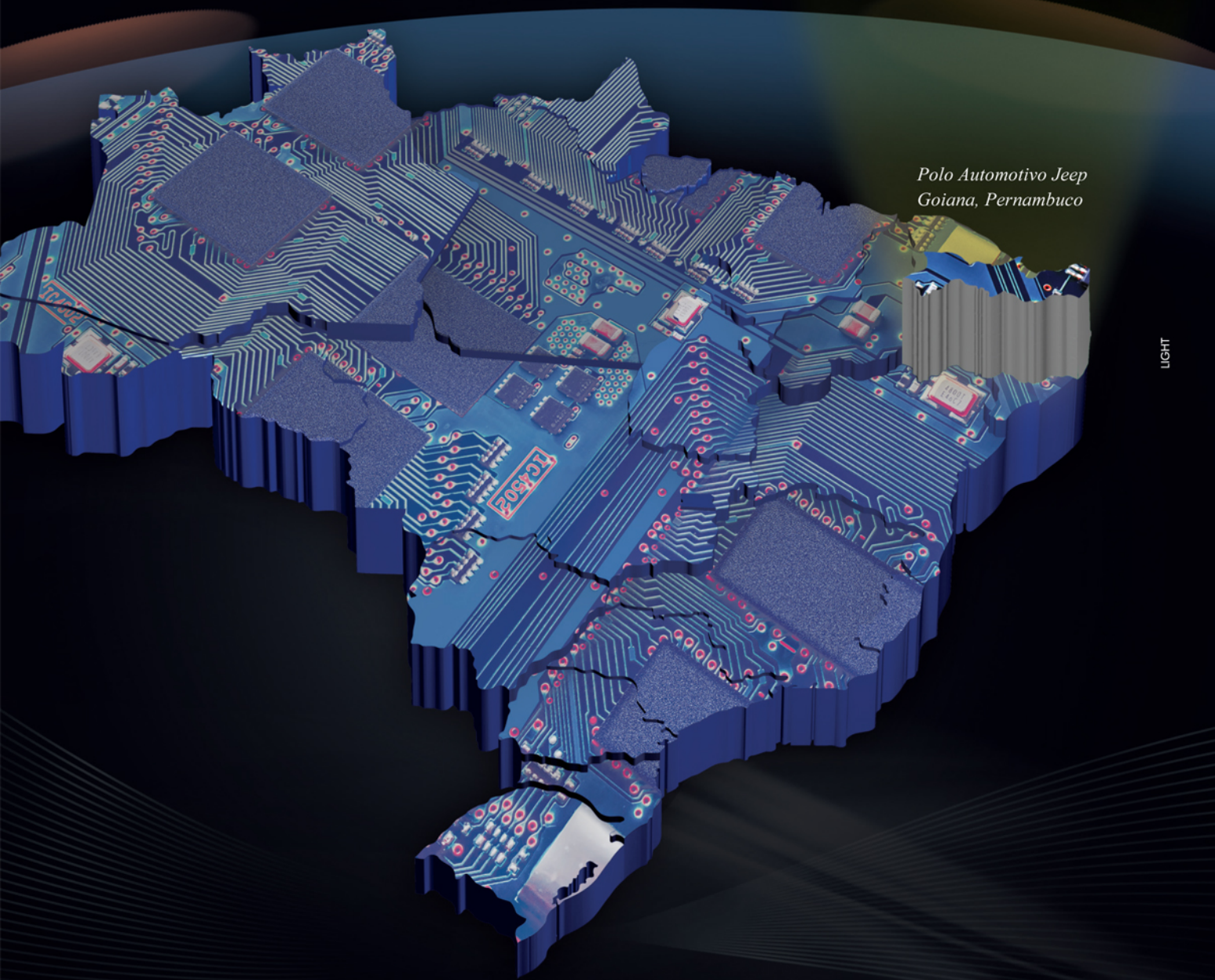
- Soluções personalizadas para cada cliente.
- Mais de 4 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- Mais de 500 pontos de distribuição.
- Exportação para mais de 30 países.
- 3 unidades industriais
(São Paulo - SP, Canoas - RS, Jesus Maria - Argentina).

VEICULAR • INDUSTRIAL • AGRÍCOLA • GERAÇÃO DE ENERGIA • MARÍTIMO



clubedodiesel.com.br mwm.com.br





Polo Automotivo Jeep
Goiana, Pernambuco

LIGHT

A Magneti Marelli está no Polo Automotivo Jeep, Pernambuco, para fazer História.

Pernambuco é um lugar fundamental para a história do Brasil. E já é fundamental também para a Jeep, que instalou em Goiana sua mais moderna fábrica do mundo. A Magneti Marelli está presente no Polo Automotivo Jeep com desenvolvimento e produção de sistemas e componentes com tecnologias inéditas no mercado brasileiro.

E foi muito além, com a criação de joint ventures internacionais que asseguram mais tecnologia e inovação em novos produtos. Tudo para garantir nosso lugar em uma grande história de sucesso da Jeep no Brasil. E mais uma no mundo.

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.