

AutoData

Ano 23 | Setembro 2015 | Edição 313

Nesta edição a cédula
do Prêmio AutoData 2015



Segurança em alta

A chegada de modelos globais e a produção local de carros de luxo deverão acelerar a incorporação de sistemas eletrônicos de proteção ativa e passiva nos veículos brasileiros

From the Top
Besaliel Botelho

Fornecedores
Os brasileiros de sucesso

Gestão
A nova Audi

- 
- A hand is holding a yellow cardboard cutout with a checklist of MAN vehicle features. The cutout has a decorative, wavy bottom edge. The background is a warm, blurred wooden surface.
- ☒ Montadora de Veículos Comerciais
 - ☒ Inovação Tecnológica - case da fábrica
 - ☒ Veículo Caminhão TGX 29.480
 - ☒ Veículo Ônibus Volksbus 9.160

Imagens meramente ilustrativas.



**Já temos a indicação do Prêmio
Autodata 2015 em quatro categorias.
Agora, contamos com o seu voto.**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



A MAN Latin America é finalista no Prêmio Autodata 2015 em quatro categorias:

- Montadora de Veículos Comerciais
- Inovação Tecnológica - case da fábrica
- Veículo Caminhão TGX 29.480
- Veículo Ônibus Volksbus 9.160

Contamos com o seu voto.

Entre no site www.man-la.com e vote. MAN Latin America,
fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.

MAN



**Caminhões
Ônibus**

40 | Capa

É cada vez maior a introdução dos avanços tecnológicos em itens de segurança na produção nacional de sistemistas e autopeças. Airbags, ABS e sistemas de controle de estabilidade já não são tão dependentes de importações, o que abrevia o hiato entre a realidade interna e os mercados maduros.



Divulgação/Jaguar

58 | Lançamento

O Jaguar XE chega importado, mas é forte candidato para também ser produzido por aqui, em Itatiaia, RJ

64 | Interior

As soluções dos fornecedores para tornar o cockpit dos veículos mais confortáveis

70 | Climatização

As expectativas do segmento de ar-condicionado são promissoras com os novos editais para o transporte público

74 | Prêmio

Ford reúne seus parceiros para alinhar estratégias e premiar os melhores com o Top Supplier 2015

76 | Legislação

A Lei do Bem se revela como uma das boas ferramentas para alavancar as inovações

22 | Prêmio AutoData

O processo e o regulamento para não ter engano na hora de escolher Os Melhores do Setor Automotivo 2015

26 | Gestão

O retorno como fabricante de automóveis no País impulsiona inovações administrativas da Audi, se tornando referência dentro do grupo

32 | Fornecedores

Os bons exemplos das empresas brasileiras do segmento de autopeças que conseguem senão crescer, atravessar momentos difíceis de maneira sólida

46 | Tecnologia

As inovações da Volvo no campo da conectividade capazes de tornar o transporte de carga mais eficiente e seguro

50 | Congresso SAE

O maior evento do gênero da América Latina recebe pela primeira vez pequenas empresas, como startups, e realiza rodada de negócios

54 | Seminário AutoData

Evento reúne executivos para debater o setor automotivo no Paraná, responsável pelo terceiro maior faturamento do País

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

14 | From the Top

Besalier Botelho, presidente da Bosch

80 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

82 | Artigo

Frank Sowade, presidente da SAE Brasil

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,

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: ©iStockphoto.com/miteman

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

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

8 500 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900
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 SJ/ESP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Padrão mundial

A pesar da persistente crise do mercado, ainda sem qualquer perspectiva de reversão, o setor automotivo brasileiro não tirou o pé do acelerador quando o tema é investimento. É o que vemos nas principais reportagens desta edição, do From the Top com Besalier Botelho, presidente da Bosch, à nova sede da Audi em São Paulo. O futuro é a pauta do dia, quem acredita no potencial do País não quer ficar para trás quando a retomada chegar.

Como diz Botelho, antecipar-se ao futuro, desenvolvendo peças ainda sem demanda interna, é a estratégia de sucesso da empresa. Mais que isso, ele considera que 2015 é ano que abre leque de oportunidades em exportação e também no mercado local: com o real desvalorizado os clientes devem comprar mais internamente para fugir das importações.

Tendência confirmada em nossa reportagem de capa, que mostra planos de sistematistas e fornecedores para aumentar produção e nacionalizar componentes que garantam aos veículos brasileiros padrões globais de segurança. Nesse sentido é positivo para o setor e o País o início de produção das marcas de luxo, caso da Audi que lança o sedã A3 made in Brazil neste mês e fez verdadeira revolução em sua gestão local para marcar a nova fase da empresa no País. Um investimento que vai muito além de produto e da manufatura, que envolve novos empregos e qualificação profissional.

E não podíamos deixar de aproveitar o momento adverso para ouvir os brasileiros que continuam acreditando no País. Empresas nacionais que não só consolidaram-se no mercado interno, como também conquistaram o mundo a partir de produtos e serviços de padrão internacional.

AD

Alzira Rodrigues | editora
alzira@autodata.com.br



Innovation
that excites

RAPHAELLA GALACHO,
medalha de bronze no
Pan de Toronto 2015,
atleta do #TimeNissan.



FORÇA DO
ATREVIMENTO

**É O QUE FAZ VOCÊ
SE DESTACAR.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



PATROCINADOR OFICIAL

LEVY PARATI BWA



Nissan, indicada ao Prêmio AutoData 2015 nas categorias Estratégia de Marketing e Veículo Importado. Estamos muito orgulhosos com essa conquista. Obrigada a todos pela indicação.

QUEM SE ATREVE VAI ALÉM.

quemseatreve.com.br

#QuemSeAtreve

Equilíbrio

A Mahle Metal Leve lucrou R\$ 96,2 milhões no primeiro semestre no Brasil, resultado levemente inferior aos R\$ 96,6 milhões de lucro líquido apurado nos seis primeiros meses do ano passado. A companhia destacou o equilíbrio de suas fontes de receita — e aumento nas exportações — para compensar a queda nas vendas em equipamento original no mercado interno. No primeiro semestre exportações e reposição — mercados interno e externo — responderam por 70,4% do total das vendas da empresa.

IAC 1

Os primeiros fornecedores da Jaguar Land Rover, que deve inaugurar sua fábrica no primeiro trimestre do ano que vem, começam a chegar a Itatiaia, RJ. O IAC Group, sigla para International Automotive Components, ergue três galpões às margens da Via Dutra. Ali, a partir do fim deste ano, montará componentes e sistemas de interiores do Land Rover Discovery Sport, como painéis e consoles.

IAC 2

A IAC, formada a partir de spin-off da divisão de interiores da Lear, tem sede em Luxemburgo e faturou US\$ 5,9 bilhões no ano passado. Possui 83 fábricas em vinte países, emprega mais de 32 mil pessoas e fornece peças para mais de trezentos modelos de veículos. Estreia no Brasil com a unidade de Itatiaia.

500 mil

Em menos de três anos a Hyundai atinge marca de 500 mil unidades da linha HB20 produzidas na fábrica de Piracicaba, Interior paulista.

Engle



Divulgação/GM

No fim do ano Jaime Ardila se aposentará e deixará a presidência da General Motors América do Sul. Seu substituto é conhecido: Barry Engle, 51 anos, que já esteve aqui pela Ford, que chegou a presidir no Brasil e Mercosul por um breve período, entre 2005 e 2006, após ter sido diretor de marketing, vendas e serviço da subsidiária de 2001 a 2003.

Cambolive

O francês Fabrice Cambolive assumiu oficialmente a presidência da Renault do Brasil no lugar de Olivier Murguet, que desde abril é vice-presidente sênior e presidente do conselho da região Américas da companhia. Formado pela Escola Superior de Comércio de Toulouse e pela London Business School, Cambolive iniciou a carreira na Renault Áustria em 1995.



Divulgação/Renault

Off

Visch

Antônio Carlos Vischi é novo diretor de compras para a América Latina da PSA Peugeot Citroën. Ele assumiu a vaga de German Mairano, que retornou para a Argentina, onde assume novas funções no grupo. Vischi está na empresa há dezesseis anos e trabalhou na área de compras na França durante quatro anos.

No atacado

A Toyota faz importantes alterações em sua diretoria no Brasil e América Latina oficialmente a partir deste mês. Luiz Carlos Andrade Júnior, atual vice-presidente executivo comercial e corporativo da Toyota do Brasil, assumirá a partir de agora a função de coordenador-chefe para América Latina e Caribe. Hiroyuki Ueda, por sua vez, passa de vice-presidente de planejamento de vendas para vice-presidente de vendas e pós-venda no Brasil. O português Miguel Fonseca deixa a presidência da Toyota Financial Services para Europa e África e assume a partir deste mês a vice-presidência de marketing, planejamento de vendas e produto, relações públicas e assuntos governamentais da montadora aqui.

Subaru 1

A Subaru, assegura seu diretor geral Flávio Padovan, terá vinte revendas no Brasil já no ano que vem. Hoje a marca japonesa dispõe de dez.

Subaru 2

Para crescer a rede e ampliar sua atuação no mercado brasileiro contará com mais produtos: acaba de lançar o sedã esportivo WRX e no mês que vem chegam as novas gerações de Legacy e Outback.

Lupa

A recente holding de caminhões criada pelo Grupo Volkswagen parece vislumbrar outras ousadias: o mercado dos Estados Unidos, considerado estratégico para as pretensões globais do conglomerado. Para isso, não descarta nem mesmo a aquisição de uma marca com prestígio na região.

“Em todos os países onde os veículos híbridos e elétricos entraram na frota em maior número foram concedidos estímulos”

Marco Saltini | vice-presidente da Anfavea

BMW 1

Oficialmente em 30 de setembro começam a operar estamparia e pintura da fábrica da BMW em Araquari, SC — exatamente um ano após o primeiro Série 3 nacional sair da linha de montagem. Um pouco antes o Mini Countryman, último dos cinco modelos na lista dos nacionalizados pelo Grupo BMW, entrará em produção.

BMW 2

Estará completo assim, rigorosamente no prazo, o cronograma de instalação da montadora no Brasil. Série 1, Série 3, X1 e X3 já são produzidos na planta catarinense, que recentemente entregou ao mercado seu modelo de número 10 mil. Com as novas etapas de produção adicionadas, a expectativa é que o ritmo de entregas aumente.

Ascendente

Se o mercado de veículos novos anda para trás o de usados tem sido um alento para os comerciantes: nos primeiros sete meses de 2015 as vendas cresceram 4,2%, de acordo com a Fenabrave. Foram transferidos 5,9 milhões de usados no período, ante 5,7 milhões de unidades registradas um ano antes.

Empurrão

Os proprietários de veículos híbridos e elétricos têm o que comemorar: pagarão menos para licenciar seus automóveis na cidade de São Paulo. O município resolveu incentivar a utilização desse tipo de veículo e, para isso, concede 50% de desconto no IPVA, segundo decreto já publicado. O IPVA é imposto estadual, mas seus recursos são repartidos meio-a-meio com os municípios onde o veículo é emplacado — e foi justamente de sua metade que a prefeitura paulistana decidiu abrir mão.

O número

49,5

por cento foi a participação somada de Fiat, GM e Volkswagen no mercado interno de janeiro a julho — é a primeira vez na história abaixo de 50%.

Oferta ampliada

As novas gerações dos modelos March e Versa fabricados pela Nissan em Resende, RJ, ganharão câmbio automático até o fim do ano — hoje os dois carros dispõem de apenas câmbio manual para as duas versões de motor disponíveis, 1.0 e 1.6. A engenharia da fabricante trabalha para oferecer o sistema CVT para ambos. No México há oferta de caixa automática para os dois modelos com motor 1.6, mas de quatro marchas. Ronaldo Znidarsis, vice-presidente de vendas e marketing da Nissan brasileira, está empolgado com a chegada da variação automática à gama de nacionais: segundo seus cálculos a fabricante saltará de cobertura de cerca de 60% do mercado para 70% com a nova oferta.



Divulgação/Nissan

— IMAGINE UM —
CHOCOLATE
— QUE EMAGRECE —



— IMAGINE UM MOTOR QUE UNE —
**POTÊNCIA ABSURDA
COM ECONOMIA.**

OPS, NESTE CASO VOCÊ NÃO PRECISA MAIS IMAGINAR.



TSI MOTOR 1.0 TSI COM 105 CV

- O mais potente e rápido da categoria.
- O flex mais econômico do Brasil.
- A mesma tecnologia presente no Golf, Jetta e Passat.



Melhor consumo
Classificação A
Inmetro.

Obteve a melhor classificação: "A" no Programa Brasileiro de Etiquetagem do Inmetro, entre os modelos equipados com motor flexível.



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Chegou o up! TSI.
1.0 quando abastece. TSI quando acelera.



Das Auto.



From the Top

Criamos o futuro

Entrevista a Alzira Rodrigues, George Guimarães e Márcio Stéfani | redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

Desde 2011 na presidência da Bosch América Latina e há trinta anos na empresa, Besaluel Botelho já passou por diferentes momentos de crise no Brasil e na região, como também alguns de bonança. E é enfático ao dizer que o que acontece no País hoje é algo frustrante para qualquer empresário, qualquer investidor: “Um desmando total, uma grande decepção. A percepção que se tem lá fora ficará por muito tempo”.

Esse quadro, no entanto, não anula a crença da empresa no potencial do Brasil: “A situação é momentânea. Só não sabemos quando acabará, mas acabará. E o potencial existe. Tem gente que perdeu o emprego, porém, também há casos de pessoas que têm dinheiro e não querem gastar. É uma questão de confiança. A Bosh fez sua lição de casa, criou novas fontes de negócios e estará preparada para a retomada quando ela ocorrer”.

Na análise de Botelho, de qualquer forma, 2015 abre um leque de oportunidades em exportação e também no mercado local: “Com o real depreciado os clientes passarão a comprar mais da Bosch aqui em vez de importar”.

A empresa investe este ano cerca de R\$ 100 milhões na região, principalmente em processos produtivos e nacionalização. “Nossa política é a de antecipar a demanda futura, investindo na produção local”.

Nossa filosofia é
antecipar o futuro
e não somente
esperá-lo para
depois reagir

Diante da crise de 2014 as empresas fizeram a lição de casa? Entraram em 2015 mais ajustadas?

Os números de 2014 mostravam claramente que 2015 seria difícil. Haveria ajuste fiscal, reajuste de tarifas e outras medidas. Sabíamos que a inflação seria maior com as possibilidades de crescimento reduzidas. A indústria se preparou para isso. Mas não se esperava um recuo tão grande do mercado e nem a desvalorização do real no nível que aconteceu. A indústria não conseguiu fazer os devidos repasses, convivendo, então, com uma situação crítica em termos de margens e resultados.

A Bosch já conseguiu se adequar à realidade do momento?

O mercado interno está 18% menor, o que ninguém esperava. Adotamos todas as medidas que podíamos com relação à mão de obra, mas mesmo assim tivemos de demitir. Hoje, de fato, o quadro está ajustado à demanda.

Tem algum lado bom nesta crise?

É, sem dúvida, um momento de oportunidades. O real depreciado traz algumas vantagens. A Bosch não faz nada de curto prazo e já há algum tempo investe em nacionalização e tecnologias. Nossa filosofia é antecipar o futuro e não somente esperá-lo para depois reagir.

Em quais áreas se concentram tais investimentos?

Segurança é uma delas. Investimos muito em chassi, com produção local do sistema de freios ABS e do ESP, o controle de estabilidade. Temos várias ações com clientes, como também com autoridades de Brasília, órgãos como o Denatran, por exemplo. Trabalhamos para mostrar a importância da segurança veicular.

Esses investimentos contemplam novos fornecedores locais?

Sem dúvida. Quando investimos em tecnologia trazemos para cá linhas



PETRONAS

“Temos produtos globais e competitivos que favorecem negócios externos, inclusive para outras unidades do grupo”

mais automatizadas e buscamos fornecedores locais para garantir nacionalização com qualidade. É o caso do ESP, cuja demanda ainda é baixa, mas com tendência de crescer. Acredito que o Inovar-Auto 2 deverá contemplar sua introdução nos veículos brasileiros. No caso do ABS, por exemplo, nos antecipamos ao mercado e iniciamos sua produção em 2005, quando poucos veículos tinham o equipamento. Daí veio a lei e pudemos atender adequadamente o mercado. O mesmo fizemos com os bicos injetores há vinte anos.

Quais outras áreas demandam investimentos em inovação?

Outro segmento importante é o de powertrain, em especial no que diz respeito à eficiência energética. Nos antecipamos com a injeção direta e o start-stop. Trouxemos também itens que antes importávamos, como a linha de sensores de oxigênio. E com a produção local já estamos até pensando em exportar.

E como estão as exportações?

A exportação não se faz da noite para o dia, mas temos produtos globais e competitivos que favorecem negócios externos, inclusive para unidades

do próprio grupo. Com o câmbio favorável estamos exportando mais para os Estados Unidos e China. Um exemplo são as bobinas de ignição de alto desempenho que mandamos para o mercado estadunidense. A nacionalização elevada nos dá espaço para reagir com aumento da produtividade em relação aos custos.

E a mão de obra brasileira, continua não competitiva?

Há muito tempo estamos preocupados com a mão de obra. Na nossa área de eletrônica e eletromecânica a qualidade é o bem maior e é com mão de obra capacitada que se faz qualidade. A Bosch melhorou muito nos últimos quatro anos o nível de qualidade com treinamento intensivo de pessoal e maior grau de automação. Fizemos uma boa base para termos competitividade para exportar. Com a moeda atual podemos dizer que hoje somos competitivos em mão de obra com relação a outros países, por exemplo, o México, o que não acontecia há dois anos.

Mesmo com os aumentos salariais reais dos últimos anos?

Realmente teve um período de três a quatro anos que o salário subiu

**PETRONAS
SYNTIUM**
DESENVOLVIDO POR EXPERTS

**PERFORMANCE DAS PISTAS
DA FÓRMULA 1 PARA O MOTOR
DO SEU CARRO.**

FLUID TECHNOLOGY SOLUTIONS DEVELOPED FOR
Mercedes-AMG
Technology Partner
PETRONAS

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

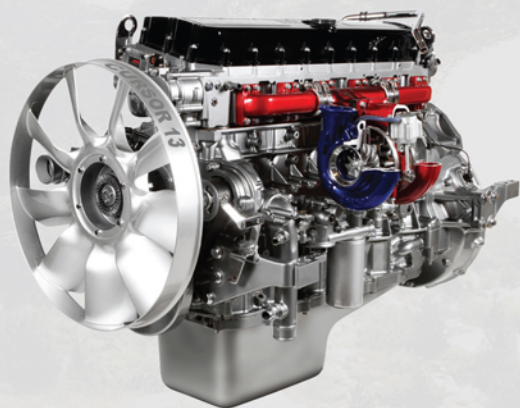
PETRONAS. PRESENTE NO MUNDO. NO BRASIL, NA SUA VIDA.

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

NÃO HÁ LIMITES PARA OS MOTORES FPT INDUSTRIAL.



MOTORES FPT INDUSTRIAL. DESENVOLVIDOS PARA IR ALÉM.

A FPT Industrial é uma empresa do Grupo CNH Industrial que desenvolve e produz motores, eixos e transmissões. Com uma gama completa, atua nos segmentos agrícola, construção, veículos comerciais, marítimo e geração de energia. Líder em inovação e tecnologia, possui 10 plantas e 6 Centros de Desenvolvimento no mundo, com 2 fábricas na América Latina – em Sete Lagoas (Brasil) e em Córdoba (Argentina). Tudo isso faz da FPT Industrial uma empresa completa.

MARINE

ON-ROAD

OFF-ROAD

POWER GENERATION



POWERING THE FUTURE.

From the Top

150%. Mas conseguimos negociar com nossos trabalhadores. Para eles é melhor ter emprego do que reajustes excessivos. O problema no Brasil é que os sindicatos são politizados. O trabalhador não. Ele quer saber de sustentabilidade do emprego. Fui um dos protagonistas do PPE, Plano de Proteção ao Emprego, um dos defensores de sua implantação no País. E aqui em Campinas o sindicato não quer fazer acordo. É contra a redução de jornada e de salário e simplesmente não negocia.

Qual é a importância das exportações para a Bosch neste contexto de crise interna?

O ideal é a exportação responder por cerca de 30% do faturamento. E hoje estamos bem próximos desse índice. No acumulado até agora as exportações atingiram 27% do total que faturamos. Esse percentual era de 18% a 20% até 2013 e subiu para 22% em 2014.

A mudança do câmbio favorece as negociações com as montadoras com vistas à localização de peças?

Sem dúvida, bastante. E, por outro lado, com o processo de investimento em nacionalização de produtos reduzimos

nossa exposição à variação da moeda, o que também foi favorável neste momento. Mas nem tudo dá para nacionalizar. Componentes eletrônicos têm de ser importados e está difícil repassar custos para as montadoras. O que compensa em parte essa dificuldade é que a reposição está indo bem, registramos crescimento de 5% este ano. E as exportações cresceram 20% no acumulado do ano, devido a



Há casos de pessoas que têm dinheiro e não querem gastar. É uma questão de confiança.

PETRONAS
SELENIA

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

**LUBRIFICANTE RECOMENDADO
PELA FIAT NO MUNDO TODO.**

PETRONAS. PRESENTE NO MUNDO. NO BRASIL, NA SUA VIDA.

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS



negócios com os Estados Unidos, China e alguma coisa para a Europa.

As altas em reposição e vendas externas compensam a queda no mercado interno?

Não compensam 100%. O mercado de veículos caiu 18% e os nossos negócios OEM retraíram 9%. Nosso índice de queda é menor por causa de novos negócios e expansão de vendas

em itens específicos, como ABS e ESP. Mas nossa dependência do mercado automotivo é muito grande, em torno de 70% do faturamento, por isso não equilibrou. 2015 será um ano de prejuízo.

O que se pode tirar de positivo de tudo isso?

Que 2015 abre um leque de oportunidades em exportação e também no mercado local. Acredito que com o real mais de 30% depreciado os clientes passarão a comprar mais da Bosch em vez de importar.

Quanto a empresa investe na América Latina e qual é a importância do Brasil na região?

São cerca de R\$ 2,2 bilhões em dez anos, dos quais R\$ 100 milhões em 2015, incluindo outras áreas nas quais atuamos como ferramentas, mineração e energia. No Brasil a gente investe muito em processo produtivo. O Brasil continua sendo o país do investimento. A situação é momentânea. Só não sabemos quando ela acabará, mas acabará. O potencial existe. Tem gente que perdeu o emprego, porém também há casos de pessoas que têm dinheiro e não querem gastar. É uma questão

de confiança. Fizemos a lição de casa, criamos novas fontes de negócios e estamos preparados para a retomada.

A evolução da conectividade caminhará com qual ritmo no Brasil?

A conectividade já chegou ao Brasil. Nos Estados Unidos, Europa e China será uma verdadeira avalanche a partir de agora e acredito que o Brasil pegará carona mais rápido neste caso porque conectividade envolve serviços. É um novo planeta que surge, abrangendo conectividade e mobilidade. O carro agora é um agente de informação. A Bosch investe forte nisso. O veículo autônomo tem tudo a ver conosco. Todos os nossos produtos estarão aptos a se conectarem.

Qual é a situação da base fornecedora da Bosch?

O maior problema agora são os baixos volumes. É difícil convencer o fornecedor a investir, a acreditar no potencial do mercado neste momento de crise. No nosso caso decidimos ajudar um grupo de fornecedores em parceria com o governo, com cada parte entrando com um terço do investimento. É um trabalho que envolve produtividade e vai até meados de 2016.

**PETRONAS
SPRINTA**

**LUBRIFICANTE COM AVANÇADO
SISTEMA DE ADITIVAÇÃO PARA
MAIOR PROTEÇÃO DA SUA MOTO.**

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

PETRONAS. PRESENTE NO MUNDO. NO BRASIL, NA SUA VIDA.

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

Como o senhor vê os países que compõem os Brics hoje?

Rússia e Brasil são decepcionantes. Dois mercados importantes que estão caindo. Não se esperava o problema caseiro do Brasil, algo frustrante para qualquer empresário, qualquer investidor. Um desmando total, uma grande decepção. A percepção que se tem hoje lá fora ficará por muito tempo.

E a China?

A China, ao contrário, tem um mercado grande. Só que justamente por isso qualquer pequena desaceleração por lá preocupa. Do faturamento da Bosch mundial, 27% advêm da China. A América Latina, onde faturamos R\$ 4,9 bilhões em 2014, responde por apenas 3%, com 85% disso no Brasil.

A Bosch mantém a meta de dobrar receita para R\$ 10 bilhões até 2020?

O crescimento orgânico até 2020 depende do mercado, mas criamos base para atingir essa meta. Investimos em outros segmentos e fazemos prospecção de oportunidades. Queremos atuar mais forte em soluções e serviços.

O senhor falou em Inovar-Auto 2? Já há discussão sobre o tema?



“Investimos em qualificação e automação. Fizemos uma boa base para termos competitividade para exportar.”

Temos de introduzir no País novas tecnologias voltadas à segurança. Não gosto de falar em Inovar-Auto 2, mas certamente vamos continuar evoluindo e é a esse debate que me refiro. Nunca teremos produção de componentes eletrônicos no Brasil. Mas podemos fazer a montagem, agregando valores. Defendo que tudo que não se pode produzir aqui deveria ser livre de imposto de importação. Nos eletrônicos a alíquota é de 16%, um absurdo.

AD

PETRONAS
Urania

**LUBRIFICANTE MUNDIAL DA
PETRONAS PARA MOTORES A DIESEL.**

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

PETRONAS. PRESENTE NO MUNDO. NO BRASIL, NA SUA VIDA.

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

Você sabe quem são e onde estão seus clientes?



Silvio, 45 anos, Três Corações/MG
Caminhão **Volkswagen** 15-190 E Constellation (2009)
Compra pneus **Firestone** e óleo **Alumax**
Abastece preferencialmente em postos **Shell**
Está agora na Rod. Presidente Dutra Km 220



Edson, 51 anos, Londrina/PR
Caminhão **Mercedes Benz** Atego 2425 (2011)
Compra pneus **Pirelli** e óleos **Mobil**
Abastece preferencialmente em postos **Ipiranga**
Está agora na Avenida Marechal Tito, 7499 - São Paulo



Nós sabemos!

Enquanto caminhoneiros autônomos rodam pelo Brasil transportando cargas fechadas pelo aplicativo 'TruckPad', eles fornecem **dados sobre seu caminhão, preferências de consumo, comportamento de compra, marcas preferidas e localização em tempo real**. Estas valiosas informações agora estão ao alcance dos fornecedores do setor de transportes através do nosso serviço de inteligência de mercado chamado 'RoadDrivers'.

Saiba como se relacionar de uma forma **precisa e inteligente** com o seu cliente. Fale com a gente!



RoadDrivers
Consumidores nas Estradas

Inteligência de Mercado trazida até você pelo



TRUCKPAD
O Aplicativo que Conecta o Caminhoneiro à Carga

www.ROADDRIVERS.com.br

contato@roaddrivers.com.br

www.TRUCKPAD.com.br



Simão Salomão

Sinal verde

É tempo de eleição e agora cabe ao leitor decidir quem serão os Melhores do Setor Automotivo

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Chegou a hora de eleger os Melhores do Setor Automotivo. A partir desta edição está aberto o processo de escolha das empresas, produtos e personalidade do ano para o Prêmio AutoData 2015. Todos os 81 indicados nas 21 categorias, já considerados vitoriosos, passam a disputar o julgamento dos assinantes da revista AutoData e da Agência AutoData de Notícias, como também dos participantes do Congresso AutoData Pers-

pectivas 2016, a ser realizado nos dias 20 e 21 de outubro.

O regulamento do Prêmio AutoData 2015 Os Melhores do Setor Automotivo, é simples e os resultados obviamente transparentes, com a eleição sendo realizada em duas etapas.

Os concorrentes ao Prêmio estão relacionados na cédula de votação encartada nesta edição. O eleitor deve escolher e assinalar três dos indicados em cada uma das categorias. As ex-

ceções ficam para aquelas nas quais constam somente três ou duas indicações. Nestes casos, deve-se votar em duas ou em uma, respectivamente.

É obrigatório votar em todas as categorias, caso contrário todos os votos serão automaticamente anulados. Além da necessidade de preencher os dados pessoais constante na cédula de votação, os votos devem chegar à AutoData Editora até o 13 de novembro. Os vencedores serão anunciados também em novembro em evento dedicado à entrega dos prêmios.

TODOS OS CASES — A fim de melhor analisar as escolhas, cases, produtos e personalidades concorrentes foram apresentados na edição 312 da revista **AutoData**, de agosto, com acesso pelo www.autodata.com.br em sua versão digital. Os indicados e seus respectivos cases também serão republicados pela Agência AutoData de Notícias nos boletins diários.

O Prêmio AutoData Os Melhores do Setor Automotivo, é realizado de maneira ininterrupta desde 2000. O processo começa nos doze últimos meses da divulgação dos indicados, período no qual iniciativas empresariais, produtos e executivos de destaque do setor vão sendo selecionados de acordo com as categorias a partir das reportagens realizadas tanto pela revista **AutoData** quanto pela Agência AutoData de Notícias.

Do material escolhidos os jornalistas da casa votam em quatro cases, os mais votados em suas categorias são então indicados para concorrer ao

prêmio máximo. A eleição é por meio do voto direto e dos vencedores das categorias institucionais será nomeada, ainda, por Conselho de Notáveis, a Empresa do Ano.

O segundo passo do Prêmio AutoData 2015, Os Melhores do Setor Automotivo, começa a partir desta edição, com a entrega da cédula para votação. Os leitores da revista deverão enviá-la aos cuidados da Redação da Editora. Os participantes do Congresso Perspectivas 2016, que será realizado em 20 e 21 de outubro de 2015, em São Paulo, também receberão a cédula de votação que deverá ser preenchida e depositada em urna disponível no local do evento.

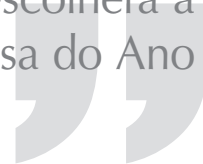
O objetivo do Prêmio AutoData 2015, Os Melhores do Setor Automotivo, é, por meio do reconhecimento público, incentivar empresas e seus responsáveis a, cada vez mais, buscar a ousadia e oferecer ao setor automotivo brasileiro o estado da arte em processos, produtos e qualidade de vendas.

Os votos são pessoais e intransferíveis. Qualquer indício de que esta regra tenha sido de alguma forma desrespeitada implicará automaticamente na anulação do voto.

Será considerada vencedora do Prêmio AutoData 2015 a empresa que receber, em cada categoria, o maior número de votos, o que corresponde a troféu. No caso de empate em qualquer das categorias, o case vencedor será escolhido exclusivamente por meio dos votos dos diretores da AutoData Editora.

AD

Com base na
relação de todos
os vencedores, o
Conselho
de Notáveis
escolherá a
Empresa do Ano





No Prêmio AutoData, vote na marca que sempre deixou você mais perto do futuro.

Mais uma vez, a marca que mais investe em qualidade e inovação
é destaque num dos mais importantes e disputados prêmios da indústria
automotiva brasileira. **Vote na Mercedes-Benz no Prêmio AutoData.**

Categorias



Montadora de veículos comerciais



Estratégia de marketing



Veículo ônibus
MB 500 RSD 6x2 e RSDD 8x2



Veículo importado
Mercedes-Benz Classe C

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



Mercedes-Benz



Na cidade somos todos pedestres.



A Audi retoma suas atividades produtivas no Brasil com nova sede administrativa em São Paulo, em espaço que prioriza maior interação dos seus profissionais e traduz uma nova mentalidade de trabalho no País. Com 150 funcionários na matriz paulista, mais do que o dobro dos 65 que tinha há dois anos, a empresa mantém sua aposta no mercado brasileiro e na continuidade do cresci-

Mente aberta

Audi comemora a volta das atividades produtivas no Brasil com nova sede em São Paulo, equipe ampliada e novo estilo de gestão

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Hofmann:
funcionários
interligados e
incentivados a
tomar decisões.



Simão Salomão

mento da marca mesmo em um mercado interno adverso.

Idealizador da nova sede como marco de uma nova Audi no País, o presidente da empresa no Brasil, Jörg Hofmann, atribui o desempenho positivo aqui justamente ao novo estilo de gestão local: “Quando cheguei ao Brasil, há dois anos, percebi que faltava uma estratégia de comunicação mais clara, uma maior integração dos profissionais por aqui”.

As mudanças foram feitas gradativamente e hoje há várias inovações administrativas, a maioria refletida no próprio espaço da sede: “O novo escritório traduz em seu espaço a nossa nova cultura. Todos os departamentos trabalham de forma integrada e o número de divisórias é mínimo. Há espaços específicos para trabalhos ou telefonemas individuais, quando isso se fizer necessário, e a Praça Audi, nosso maior diferencial, uma área que pode ser usada para reuniões e lazer”.

Com mesa de sinuca e um bar, a Praça Audi é palco de happy-hour pelo menos uma vez por mês, reunindo

todos os funcionários da empresa ao final do expediente para comemorar – com direito a caipirinha e chope – os resultados mensais, que ultimamente têm sido sempre positivos.

“Minha ideia é mostrar que a Audi é uma empresa moderna, de mente aberta, com todos trabalhando interligados e satisfeitos com o que fazem. E tudo isso feito de forma não convencional. Nosso novo escritório está servindo de referência dentro do grupo.”

Nos encontros realizados a cada dois ou três meses presidente e diretores fazem um balanço das realizações em curso e colocam os desafios para os próximos meses. A direção da empresa busca passar mensagens de forma lúdica para mostrar, principalmente, os valores da empresa.

Hofmann conta que uma dessas reuniões, por exemplo, foi feita em um teatro onde o palco era uma floresta: “Todos os diretores, inclusive eu, nos fantasiávamos de árvores. É uma forma de se comunicar mais descontraída e até mesmo divertida, promovendo maior integração dos nossos profissionais. Procuramos sempre inovar”.

Outra ação nesta nova fase da empresa envolve uma mensagem semanal, toda sexta-feira, enviada pelo presidente a todos os funcionários, na qual pontua as ações mais importantes realizadas no período e as próximas metas de trabalho. Além disso, todo o mês é realizado o Audi Running, ocasião em que o escritório fecha às 14h e todos vão para o Parque do Ibirapuera praticar corridas e exercícios com profissionais especialmente contratados





para o evento. Há dois anos no Brasil, Hofmann mantém aulas periódicas de português e já se comunica bem na língua do País. Mas nas reuniões com os funcionários só fala em inglês, uma forma de incentivar os funcionários a praticar essa língua, considerando ser a Audi uma empresa internacional:

“Nós damos 100% de bolsa de estudo para quem quer aprender inglês e 50% para os funcionários que optam pelo alemão”.

Dentre as ações motivacionais, a empresa conta com a Audi Ultra Band, formada por executivos e empregados, da qual Hofmann participa como vocalista: “Já tocamos na festa dos funcionários no fim do ano e em um evento com concessionários no Copacabana Palace, no Rio de Janeiro”.

Outra iniciativa da nova gestão, segundo o presidente, é a oportunidade que a empresa dá para todos os funcionários terem um carro da Audi: “Oferecemos um leasing subsidiado, que nos custa um bom dinheiro. Mas é nosso investimento nas pessoas, uma forma de todos poderem ter um veículo da marca e orgulharem-se de trabalhar na Audi”.

MERCADO — A Audi já iniciou a produção pré-série do A3 Sedan em São José dos Pinhais, PR, e a partir de outubro sua rede estará abastecida para atender o público. Seis meses após o início de vendas desse modelo, a empresa passará a oferecer também o SUV compacto Audi Q3 produzido em terras brasileiras.

De 27 casas há dois anos a rede

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Na terra ou no ar, a Honda trilha caminhos que fazem dela uma referência em tecnologia de ponta, inovação e preservação ao meio ambiente.



Se superar o tempo todo para conquistar a confiança e o respeito dos clientes. Assim é a Honda. Uma marca que busca a excelência acima de tudo e não mede esforços para ser referência em qualidade, inovação, serviços e respeito ao meio ambiente. Os investimentos recentes reforçam este empenho. Novo Centro de Pesquisa & Desenvolvimento de Automóveis para o mercado sul-americano, Parque Eólico em Xangri-Lá (RS) para suprir toda a demanda de energia elétrica da fábrica de automóveis e reduzir as emissões de CO₂ do grupo Honda, nova fábrica de Itirapina (em construção) e melhoria contínua na fábrica de Sumaré são alguns exemplos disso. Mas não para por aí: o sucesso do HRV e o nosso mais novo ícone de inovação, o HondaJet, que passa a ser comercializado no Brasil, mostram que estamos no caminho certo para novas conquistas no País. **Honda. Fazendo por você mais do que você vê.**

HONDA
The Power of Dreams



A filosofia é priorizar o espírito de equipe, celebrando os bons resultados para que as pessoas tenham orgulho de trabalhar na Audi

conta hoje com cinquenta concessionárias e a meta é chegar a setenta no fim de 2017.

Líder no mercado de veículos de luxo, a marca teve crescimento de 90% no ano passado com relação ao anterior e este ano mantém expansão na faixa de 25% a 30%. Hofmann acredita que a empresa ultrapassará a meta de 15 mil veículos comercializados internamente este ano e, para o próximo, programa vendas na faixa de pelo menos 18 mil unidades.

“Nossos produtos são diferentes, mas concorremos em um segmento no qual os competidores diretos estão em nível próximo de qualidade. A diferença que leva à liderança é o time.”

A sua filosofia é priorizar o espírito de equipe, celebrando os bons resultados em conjunto para que as pessoas

tenham orgulho de trabalhar na Audi. Segundo Hofmann, um fator determinante é a velocidade da comunicação: “A gente incentiva os funcionários a tomarem decisões próprias e de forma ágil. Também os incentivamos a darem sugestões. Temos uma caixa de ideias que passa semanalmente pelo crivo dos diretores e as melhores propostas são premiadas”.

Apesar da crise no mercado brasileiro, a Audi manteve todos os investimentos programados para o País. “Ao invés de desacelerar, colocamos o pé no acelerador. O objetivo é sair fortalecido da crise, em uma situação melhor do que a anterior.” A capacidade produtiva da fábrica paranaense é de 26 mil unidades/ano, sendo 15 mil do A3 Sedan e 11 mil do Q3, volumes que devem ser atingidos em 2020. **AD**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Quando a inovação é múltipla,
o reconhecimento é em dobro.



Volvo: mais uma vez, indicada ao Prêmio Autodata.

Acesse www.autodata.com.br e vote na Volvo nas categorias
Veículo Caminhão e Montadora de Veículos Comerciais.



 www.facebook.com/volvobr

www.volvo.com.br

VOLVO

Em cada ciclo difícil da economia brasileira, uma série de empresas acaba sucumbindo por falta de capital ou problemas na estrutura e fecha as portas. O movimento cíclico se dá em especial com pequenas e médias companhias, mas nessa esteira há também quem esteja blindado por estratégias de negócios e consiga superar os momentos mais complicados.

Algumas autopeças brasileiras estão nessa lista de sobreviventes. Com investimentos em inovação, exportação e reposição, sempre com foco no longo prazo, algumas companhias nascidas no Brasil viraram verdadeiras potências, caso da Fras-le, Aethra, Zen e Truck Bus, para citar alguns exemplos.

Fabricante de sistemas de freios e segurança pertencente ao Grupo Randon, a Fras-le começou a atuar no Exterior em 1960 apenas seis anos após sua fundação, em 1954. “Nascemos com esse DNA”, diz Pedro Ferro, CEO da Fras-le.

Ao longo dos anos a companhia foi estruturando sua presença fora do Brasil e atualmente exporta para mais de cem países. Com quatro fábricas — duas no Brasil, uma na China e uma nos Estados Unidos, além de um escritório de vendas na Argentina — a companhia tornou-se global.

“Esse perfil nos ajuda, pois podemos escolher a origem das peças de acordo com o destino e a cotação das moedas. Temos flexibilidade. Atualmente, 50% das vendas da companhia são no exterior”, afirma Ferro. “Foi essa estratégia, consolidada ao longo dos anos, que nos manteve em um patamar positivo mesmo com a perda de competitividade

Lugar ao sol

Mais do que sobreviventes, algumas autopeças brasileiras viraram verdadeiras potências, investindo em inovação e na conquista de mercados no Exterior

Michele Loureiro | redacaoad@autodata.com.br



de do Brasil". O CEO da Fras-le comenta ainda que a empresa estuda expansões internacionais: "Sempre estamos em busca de novas oportunidades. A Ásia é um mercado muito promissor".

Outro pilar que ajuda a Fras-le a se descolar de momentos mais difíceis é o mercado de reposição. Do total de vendas no País, 80% é fruto dessa área. "Como vendemos produtos de

primeira necessidade sempre temos mercado", afirma Ferro.

Para garantir que a área ganhasse força, nos últimos anos a Fras-le reforçou sua rede de distribuição. Atualmente são 2 mil pontos de vendas no Brasil. "Também criamos uma área nova, com 26 funcionários, para vendas ao mercado de reposição e suporte técnico. Nos aproximamos dos clientes", diz o executivo. "Sofremos com a queda nas vendas para as montadoras, mas estamos conseguindo contrabalancear esses números."

O terceiro pilar que a companhia usa para se proteger de momentos críticos da economia é a área de inovação. Segundo o CEO, cerca de 5% do faturamento anual é destinado para o desenvolvimento de produtos para veículos comerciais:

"Ao contrário do que acontece com o mercado de veículos leves, que tem as plataformas cada vez mais globais, nossos clientes buscam por soluções personalizadas e acabamos tendo um produto com maior valor agregado".

Cerca de 40% das vendas da companhia são resultados de produtos desenvolvidos nos últimos quatro anos. "Isso mostra a relevância da área de inovação", ressalta o executivo. No primeiro semestre a Fras-le registrou receita 6,7% maior em relação ao mesmo período de 2014.

DIVERSIFICAÇÃO – Como o mantra das montadoras, as autopeças também apostam no famoso longo prazo para impulsionar seus negócios. Segundo Alessandro Bagni, responsá-



Divulgação/Aethra

A Aethra investe em projeto de longo prazo e na diversificação dos negócios

vel pelo departamento comercial do Grupo Aethra, há uma sinalização das fabricantes de veículos para a elaboração de novos projetos, que sairão do papel nos próximos anos.

Por isso, a estratégia da companhia mineira especializada em ferramentaria, estamparia e montagem de componentes e sistemas completos é ampliar cada vez mais sua área de atuação para atender esses clientes.

No início deste ano a Aethra inaugurou um centro de desenvolvimento e protótipos, o Cedep, em Belo Horizonte, MG. Na unidade já são produzidos protótipos de lançamentos dos próximos anos.

“No mesmo local também está em fase de preparação uma linha de montagem para atender às montadoras na produção de pré-série de seus novos veículos.”

Segundo Bagni, o faturamento da companhia também tem sido impactado pela queda nas vendas de veículos apurada no País. “Contudo, os projetos de longo prazo estão garantindo que as perdas sejam menores”. Além de trabalhar para a indústria automotiva, a Aethra também atende outros segmentos, como as indústrias aeroespacial e eólica: “Diversificar é a nossa principal estratégia”.

LÁ FORA — Há três anos, quando Gilberto Heinzmann, presidente da Zen, assumiu a companhia com sede em Brusque, SC, o cenário em nada se parecia com o atual. Ele lembra que o nível de confiança do Brasil era positivo, a inflação e o câmbio estavam sob



A Fras-le exporta para mais de cem países: atuar com estrutura de multinacional é parte da estratégia de sucesso das brasileiras.

Divulgação/Fras-le

controle e havia confiança externa em relação ao País. “Na época fomos abordados por uma empresa asiática e uma europeia que queriam fazer joint venture. O Brasil era a bola da vez.”

Mesmo otimista com a situação da empresa, já naquela época a Zen começava a arrumar a casa — medida preventiva para a mudança no mercado, como acontece em toda economia cíclica. “Nossa receita para estarmos bem é uma composição de ações ao longo da trajetória da empresa. Da busca constante pelo mercado externo, da gestão disciplinada e permanente controle de custo.”

No início de 2014 a fabricante de impulsores de partida, polias e tensionadores fechou sua operação de alumínio, que também ficava em Brusque. “Fizemos as contas e notamos que a margem era muito baixa”, lembra o presidente. “Não valia a pena manter o negócio.”

A Zen também enxugou o número de funcionários no decorrer dos últimos quinze meses. Passou de 1,3 mil



AR-CONDICIONADO

DIREÇÃO ELÉTRICA

VIDROS DIANTEIROS
ELÉTRICOS E TRAVAS
ELÉTRICAS

MY CONNECTION
COM BLUETOOTH®
E MY FORD DOCK

FREIOS ABS COM
DISTRIBUIÇÃO ELETRÔNICA
DE FRENAGEM (EBD)
E CONTROLE DE FRENAGEM
EM CURVAS (CBC)

**LINHA FORD KA.
OS CARROS CAMPEÕES
DE COMPARATIVOS
E PRÊMIOS*.**



KA+ SE 1.5L
2015



KA SE 1.0L
2015

Na cidade, somos todos pedestres.



Go Further

*Ford Ka vencedor dos comparativos da revista Autoesporte, edição 591; revista Carro, edição 250. Ford Ka+ vencedor dos comparativos da revista Quatro Rodas, edição 660; revista Autoesporte, edição 592; revista Carro, edição 251.

para os atuais 950. “Reduzimos um turno de trabalho e aumentamos a produtividade em 15%.”

Ao mesmo tempo em que readequou sua estrutura, a Zen não deixou de investir no mercado internacional. “Atualmente 70% do faturamento da empresa vem das exportações. Manter os preços estáveis nos custou bastante, mas decidimos sustentar as vendas externas.”

A companhia exporta diretamente para sessenta destinos e para outros cem países de forma indireta, além de manter três escritórios fora do País: China, Alemanha e Estados Unidos.

Segundo o presidente, também o mercado de reposição e a assinatura de novos contratos devem garantir uma alta de 10% no faturamento da Zen neste ano.

Os recentes lançamentos de veículos no mercado nacional, que se intensificaram principalmente no segmento de SUVs, trouxeram contratos de fornecimento importantes com empresas globais como Bosch e Valeo, tanto dentro quanto fora do País.

CAPITAL — A Truck Bus, fabricante de artefatos de borracha, focada no desenvolvimento de projetos e aplicações em antivibração e vedação para caminhões e ônibus, aprendeu que deve estar sempre preparada para crises. Seu fundador, Nelson Fonseca, diz que momentos difíceis são bons para mostrar oportunidades: “Quando há um céu de brigadeiro todos têm a mesma vantagem. Já no cenário de crise você tem a chance de se destacar”.

A Truck Bus iniciou atividades na área automotiva nos anos 70



Divulgação/Truck Bus

TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E SOLUÇÕES DIFERENCIADAS

Conectar nossos clientes ao futuro é mais que um compromisso PST. É o que nos impulsiona a **desenvolver produtos e serviços de amplo alcance** através de **parcerias de sucesso**.



PST ELECTRONICS®

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



ALARME



RASTREAMENTO



SOM
AUTOMOTIVO



SENSOR DE
ESTACIONAMENTO



MÓDULO DE VIDRO
ANTIESMAGAMENTO



Divulgação/Zen

A Zen readequou sua estrutura e investiu em novos mercados externos

Na década de 70, Fonseca teve sua primeira experiência no setor automotivo ao fundar a pAV - projetos de Antivibração e Vedação, especializada no desenvolvimento de soluções em metal-borracha e borracha para a indústria de pesados e agrícolas. Com o bom desempenho da companhia, a pAV se associou a uma gigante automotiva sueca.

A joint venture durou até 2003, quando houve a dissolução da sociedade e da empresa por rompimento contratual por parte da sócia da Suécia. Procurado por clientes, Fonseca decidiu então criar a TruckBus, que tem fábrica em Diadema, SP:

“Não podemos desanimar e aprendi que precisamos ter uma estrutura de multinacional se quisermos fazer parte do mercado, por isso praticamente do-

bramos nossos investimentos em inovação nos últimos três anos”.

A Truck Bus faz parte de uma holding da família Fonseca, que dentre os negócios possui uma construtora de imóveis com 38 anos de existência.

“Foi o que sempre nos garantiu capital de giro. Seja na crise ou na bonança, precisamos investir”, afirma o empresário. E complementa: “Como fornecedor de grandes montadoras de ônibus e caminhões precisamos conquistar a confiança dos clientes. Nossos itens são indispensáveis para a linha de montagem. É muita responsabilidade e nenhuma fabricante de veículo vai contratar uma empresa sem garantia de solidez que pode deixá-la na mão. Por isso, nossa estratégia é ter robustez sem precisar recorrer à capital de terceiros”.

AD



*A tecnologia Magneti Marelli integra homem
e máquina: você pensa, seu carro faz.*

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.

Com airbags frontais e freios ABS como itens obrigatórios nos carros brasileiros apenas a partir de 2014, o País ainda tem muito a evoluir em equipamentos de segurança veicular. Mas a oferta local de produtos e sensores nessa área tem crescido e a globalização tende a acelerar o processo de avanço tecnológico de nossos automóveis na opinião de profissionais da área de segurança da cadeia fornecedora.

“Chegaremos a um nível de ter as mesmas exigências aqui e lá fora. Uma hora fica igual”, prevê Alexandre Pagotto, especialista de marketing da divisão Chassis System Control da Bosch, com foco na segurança e mobilidade do futuro. “Tem sido cada vez menor o tempo de trazer tecnologia de fora para cá. Antes eram décadas, agora são cinco, no máximo dez anos”.

Na sua avaliação, o lançamento local de veículos globais favorece esse movimento. Só para citar alguns exemplos de carros bem equipados nesse quesito, Pagotto cita o VW Golf e o Audi A3, com produção recém-iniciada no País, assim como Ford Focus, Chevrolet Cruze e Renault Fluence. A própria chegada das marcas de luxo no Brasil — BMW e Audi, já em operação, e Mercedes-Benz e Jaguar Land Rover, logo mais, favorecerá esse avanço na análise do especialista da Bosch.

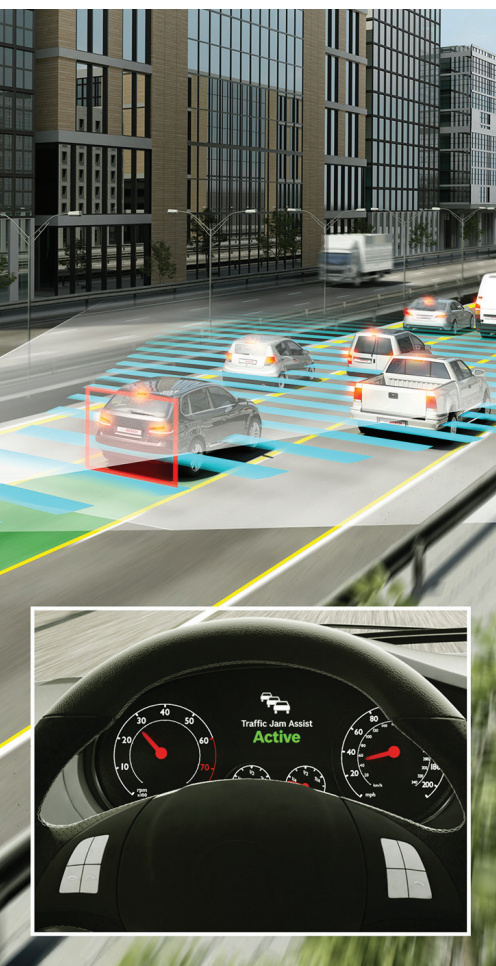
A mesma opinião tem Manoel Henrique Mota, diretor de vendas e Key Account Management da Continental do Brasil: “Com a vinda das marcas de luxo o processo de evolução tecnológica dos nossos veículos deverá se ace-



Carona global

Sistemistas e autopeças investem na localização de itens de segurança, indispensáveis para o tão sonhado carro autônomo

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Divulgação/Bosch

lerar. São produtos que trazem evoluções que ainda não temos aqui e todos os investimentos da Continental no País preveem tropicalização e nacionalização de itens que ainda não fazem parte da nossa linha de produção”.

JÁ EM LINHA— O Audi A3, por exemplo, será o primeiro veículo brasileiro com ACC, Controle de Cruzeiro Adaptativo, sistema que freia e acelera o veículo sem interferência do motorista, a partir de comandos que definem velocidade e distância em relação ao carro da frente.

Pioneira na produção do ESP no Brasil, a Bosch admite projetos para o desenvolvimento do ACC localmente: “A principal peça do ACC é o radar de média distância localizado no para-choque”, comenta Pagotto. “É um item que deveremos produzir aqui. Mas a questão da eletrônica, todos sabem, não é fácil. Há vários itens que poderiam ser localizados, como o sensor de velocidade de roda, que ainda são importados”.

Para ter o ACC o veículo obrigatoriamente tem de estar equipado com o controle de estabilidade, item que, segundo Pagotto, tem demanda crescente no mercado brasileiro:

“A taxa de instalação subiu de 9% em 2013 para 14% em 2014. É a maior invenção depois do cinto de segurança. Em vários países é obrigatório por lei e 55% dos carros produzidos no mundo já saem com ESP”.

Apesar de no total o índice de instalação ainda ser baixo, Pagotto destaca que no caso dos lançamentos mais recentes, principalmente de modelos globais, praticamente 100% vêm com ESP: “Acredito que dentro de quatro a cinco anos será de série no País”.

Dentre os que já incorporam o equipamento como item de série, o especialista cita o Honda HR-V, o Jeep Renegade, o Cruze, o Audi A3 e o VW Golf. Na linha do Nissan Sentra 2016 só não vem de série na versão básica, manual, mesmo caso do Ford Focus. Na linha do Ford Fiesta mais de 50%.

O controle de estabilidade permite avanços paralelos na área de segurança, como a incorporação do próprio

ACC e a medição da pressão do pneu. O motorista vai ao posto, calibra e coloca a informação no painel. Em até 20 minutos o carro entende a ordem e se a pressão estiver 20% abaixo do que deveria surge um aviso. “Não é sensor, é um software”, ressalta Pagotto.

Ele lembra que também como parte do ESP há o auxílio de partida de rampa, já disponível no HR-V, Renegade e Focus: “A evolução tecnológica em segurança envolve a parte hidráulica, mas tem forte dependência da eletrônica. Tudo caminha para a direção autônoma”.

AUTONOMIA — Também o Grupo Continental concentra seus investimentos em segurança e conforto com vistas a fazer a direção autônoma uma realidade. Segundo Manuel Motta, diretor da empresa no Brasil, mundialmente a empresa investe 6,5% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento, algo como € 1,3 bilhão a € 1,5 bilhão: “A eletrônica está ficando cada vez mais inteligente, teremos no futuro um carro totalmente diferente do que temos hoje. E nesse contexto a segurança vem em primeiro lugar, com foco em acidente zero”.

Defensor da nacionalização de itens hoje importados, Motta lembra que com a obrigatoriedade da introdução do freio ABS na produção dos veículos, o seu custo de fabricação interna caiu dez vezes: “A partir do momento em que se cria volume a gente caminha próximo à demanda interna e consegue oferecer produtos a preços competitivos”.



Divulgação/Takata

“A Takata ampliou a produção de airbags de 600 mil unidades em 2010 para 3 milhões este ano

Os pilares da empresa, de acordo com o diretor, são segurança, meio ambiente e informação, visando oferecer o máximo nessas áreas com custo competitivo. Dentre os itens de segurança que produz no Brasil, a Continental destaca o EFC, o controle de estabilidade da companhia: “Temos mais de quinze anos de know-how nessa área. Produzimos o EFC em Várzea Paulista, no Interior paulista.”

O diretor diz que o ABS e o EFC combina elementos importados com produção local. Outro item que a empresa também faz no Brasil é o sensor de velocidade de roda, instalado junto com ABS e EFC: “Só nós produzimos aqui esse sensor, que passa informação da roda para uma central que lê todo o sistema. Nosso compromisso é justamente nesse sentido: produzir no País tudo o que o mercado demandar.”

São todas estas tecnologias, segundo Motta, que darão sustentabilidade para a condução autônoma: “Não diria que a incorporação no País dos avanços já existentes será rápida. Mas terá de vir. Em alguns casos, como o do controle de estabilidade, deveria haver exigência por lei. No Brasil são necessárias mais ações governamentais para evitar o alto índice de acidentes”.

DUAS DÉCADAS — A Takata iniciou a produção de airbag no Brasil em 1996 para atender o Mercedes-Benz Classe A e o VW Golf. Oliver Schulze, gerente sênior de engenharia de desenvolvimento de produto da Takata e chairman do comitê técnico de segurança veicular da SAE Brasil, lembra que até a promulgação da lei, que tornou seu uso obrigatório na parte frontal do veículo o crescimento foi lento:

A ESCOLHA CERTA QUE IMPULSIONA O MUNDO.

A ZEN se orgulha em ser uma empresa genuinamente brasileira, **líder mundial na fabricação de impulsores de partida** e que, com espírito inovador e constante investimento em **tecnologia, pesquisa e desenvolvimento de produtos**, vem destacando-se cada vez mais no cenário global, produzindo componentes para mais de 2 mil modelos de veículos automotores para o **mercado original e de reposição**.



Prêmio Magneto de Ouro
- Categoria Destaque -
Bosch - 2012/2013



Prêmio General Motors -
Supplier Quality
Excellence Award - 2014



Prêmio Comstar - Melhor
Fornecedor - 2014



Troféu Onda Verde
Projeto "Produção Mais
Limpa (P+L)" -
Reconhecido pelo
Ministério do Meio
Ambiente - 2015



**100% BRASILEIRA E
FINALISTA DA 15ª EDIÇÃO
DO PRÊMIO AUTODATA,
CATEGORIA FORNECEDOR
DE PEÇAS, PARTES E
COMPONENTES.**

“Era oferecido mais como opcional, detinha apenas 5% a 10% do mercado. Após a aprovação da lei há cinco anos, com a incorporação gradativa do equipamento nas linhas brasileiras, a produção não parou de crescer. Em 2010 fazíamos 600 mil, hoje são mais de 3 milhões. Isso foi muito bom, temos agora 50% do mercado”.

Para produzir o airbag localmente a Takata trouxe para o País fornecedores de materiais plásticos, parafusos específicos, chapa metálica e outros itens. “Montamos a fábrica de bolsa no Uruguai e produzimos cadaço aqui”, conta Schulze. “Importamos apenas o gerador de gás, do México, porque não compensa financeiramente termos uma linha aqui”.

No caso do airbag a evolução tecnológica tem sido contínua, não só em termos de novas localizações no automóvel como também do produto em si. “São várias as evoluções”, conta o gerente da Takata. “Seu peso, por exemplo, era o dobro do atual há quinze anos. Componentes metálicos foram substituídos por plástico e o gerador de gás ficou mais leve e compacto. Com tudo isso sua performance melhorou muito”.

E ainda há espaço para evoluir mais, segundo Schulze. A empresa continua trabalhando em redução de tamanho, principalmente no caso do motorista por causa do design do volante. “É uma exigência das montadoras”.

Hoje no Brasil a Takata produz os airbags de motorista, do passageiro da frente e de joelho. Há consultas, segundo o executivo, para a produ-



Divulgação/Bosch



A Bosch tem mundialmente uma ampla linha de produtos que visam tornar o carro cada vez mais seguro

ção local de airbags laterais e de cabeça, “pois será uma exigência do Latin NCAP para o carro ter cinco estrelas”

Ao mesmo tempo em que o airbag evoluiu, o seu preço caiu significativamente: “Pelo volume, pelo tipo de material e também por causa do processo produtivo. Fizemos uma linha de pintura automatizada e temos mais robôs hoje em nossas operações.”

Vários veículos produzidos aqui já incorporam mais airbags do que os obrigatórios por lei, caso do Golf e do Jeep Renegade, que têm opção de sete equipamentos do gênero no veículo.

Schulze lembra que no Exterior há outras evoluções relativas ao airbag, como adaptação ao peso do motorista e demais passageiros para o airbag abrir como mais ou menos força:

“Se for criança, por exemplo, abre mais devagar. Também há sistemas que levam em conta a velocidade do impacto, airbags de cabeça para capotamento e também os localizados no meio do motorista e do passageiro da

Todos os investimentos em segurança e conectividade têm por objetivo final a tão sonhada condução autônoma

frente. São itens que equipam carros topo de linha”.

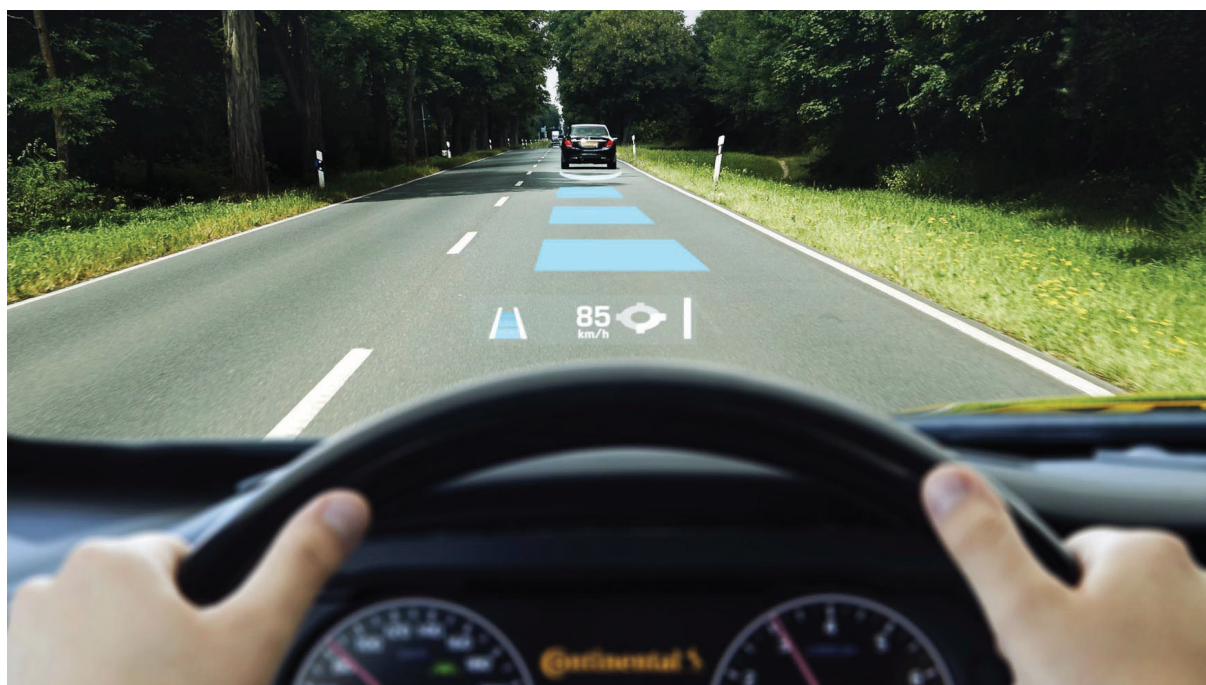
Dentre outros itens de segurança, o gerente sênior da Takata destaca o volante, que tem de absorver energia e ter dirigibilidade: “Hoje todos os volantes são de magnésio, mais leves e com maior absorção. Há dez anos eram de aço e alumínio”.

O QUE MAIS SALVA — A Takata também produz aqui cintos de segurança, “o que mais salva vidas”, segundo Schulze. E também nesse caso a evolução foi grande. Primeiro era só abdominal, depois de três pontos fixos [ficava com folga grande] e, em seguida, com dispositivo retrátil. “Atualmente já tem dispositivo pré-tensionamento e pré-limitador de carga, ou seja, o cinto cede um pouco para o airbag absorver parte da energia. Outra evolução é o

sensor que manda sinal para o cinto se o motorista sair da pista por exemplo.”

Por fim o gerente sênior da Takata cita o cinto elétrico, que alivia a pressão e só o deixa pré-tensionado em caso de acidente: “Ainda é pouco usado, só mesmo nos topo de linha”

Segundo o executivo, o índice de nacionalização nos cintos de segurança é menor do que nos airbag. “Componentes plásticos e estampados compensa trazer de fora, assim como os sensores, bem mais baratos no Exterior”. Um cinto de segurança tem pelo menos 2 sensores — um de desaceleração e outro que puxa o cinto em alta velocidade. Na avaliação de Schulze, ainda há muito a evoluir nesse item no sentido de sensoriamento, ou seja, módulos de decisão do que fazer com o ocupante. Assim como em tudo que envolve segurança. **AD**



Divulgação/Continental

Vários passos

Volvo trabalha para popularizar, já, as tecnologias presentes em seus caminhões

Marco Rozen | rozen@autodata.com.br

A matriz sueca da Volvo tem em seus domínios um veículo-protótipo que considera ser um caminhão 'humanizado': equipado com as mais modernas tecnologias de segurança conhecidas hoje, o veículo é capaz de escanear todo o entorno a cada 25 milissegundos e reconhecer o ambiente externo, tais como pedestres, carros ou ciclistas, mesmo que estejam se movimentando e a veloci-

dades distintas. Mais: pode antecipar em até 5 segundos os movimentos que estes agentes poderão fazer, possibilitando assim que acidentes, como um atropelamento causado por um ponto cego, sejam totalmente evitados — primeiro o caminhão avisa o motorista do risco e, se não houver providências, assume o comando e aciona os freios.

Este caminhão foi mostrado em outubro do ano passado, com previsão

de chegar ao mercado no fim desta década ou no transcorrer da próxima. Coincidência ou não, concomitantemente a montadora apresentava no Brasil a sua nova Linha F, carregada de aparatos tecnológicos que procuram elevar a produtividade do veículo — algo que a montadora abriga sob o chapéu conectividade.

Ali as novidades eram tantas que se mostrou necessário algum tempo para



Divulgação/Volvo

Veículos mais conectados para mais eficiência no transporte

MWM no Prêmio AutoData 2015.

*A mais avançada
tecnologia diesel
está em nosso DNA.*

- Mais de 4,1 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- Mais de 500 pontos de distribuição.
- Exportação para mais de 30 países.
- Três unidades industriais: São Paulo (SP), Canoas (RS) e Jesus Maria (Argentina).

Segmentos de atuação:

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



Reduza a velocidade, preserve a vida.

Contamos com seu apoio
e seu voto nas categorias:

☒ **PRODUTOR DE MOTORES**

☒ **EXPORTADOR**

MWM
A NAVISTAR COMPANY
mwm.com.br

que as tecnologias se desenvolvam em seu pleno potencial: o processo é mais ou menos como lançar um smartphone e aos poucos apresentar novos apps que tornam seu uso mais interessante ou prático, como o seu My Truck: com ele o motorista pode verificar diversas funcionalidades do caminhão, como nível de fluidos, óleo, combustível, lâmpadas queimadas e outros. Tradicionalmente este processo é feito de forma visual e física pelos motoristas antes de partir para viagens rodoviárias, o que, pelos cálculos da fabricante, toma algo como vinte minutos.

e aponta ações em busca de menor consumo e desgaste de componentes. A evolução é que agora ele também funciona on-line: o frotista pode comunicar o motorista das práticas de melhoria durante a viagem — antes o relatório só era gerado na chegada ao destino, o que levava o aprendizado só para a viagem seguinte.

DIAGNÓSTICOS — A linha tem ainda o Voar On, que permite ao motorista comunicar-se com central na fábrica da Volvo em Curitiba, PR, para relatar alguma falha ou defeito. Antes o moto-

Mas Michael Gudmunds, gerente de serviços conectados da Volvo Trucks, acredita que em breve esta modernidade cairá em desuso: para ele, todas as parafernália eletrônicas se conectarão em breve — inclusive externas, como de estradas ou postos de combustível e pedágio — possibilitando levar a zero as paradas não programadas. Ele recorda que o software que estima o desgaste de componentes, por exemplo, no Brasil usa como parâmetro a quilometragem percorrida, mas nada impede que outros sejam utilizados, como peso transportado, condição da estrada, variações climáticas e muito mais.

Para embasar essas modernidades a Volvo realizou pesquisa com cerca de seiscentos caminhoneiros em todo o País e identificou que, na média, 38% deles possuem smartphones e, destes, a ampla maioria usa o aparelho para acessar internet, trocar mensagens e procurar por fretes em apps especializados. Nos casos de profissionais que atuam em rotas de longa distância o índice é ainda maior, 50%. Uma curiosidade: o Facebook da Volvo brasileira é a que tem mais seguidores de todo o Grupo Volvo, são cerca 550 mil.

Com tudo isso a montadora tenta pavimentar o caminho para, em coisa de uma década no máximo, estar 5 segundos à frente. E, também, naturalmente, convencer o cliente a pagar até 20% a mais por um caminhão — a marca garante que pela economia proporcionada em consumo, menor desgaste e aumento de produtividade compensa a diferença de preço. **AD**

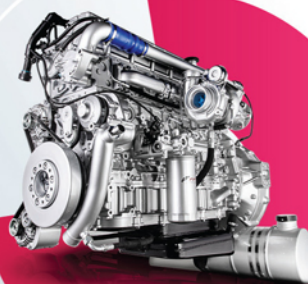


“É um tempo que o aplicativo economiza e que pode ser utilizado para rodar na estrada ou para o caminhoneiro ficar mais tempo com sua família”, pondera Nilton Roeder, diretor de estratégia, desenvolvimento de negócios e suporte a vendas de caminhões para América Latina.

Outra novidade ainda à procura de seu pleno potencial é o Dynafleet, que avalia o comportamento do motorista

rista precisava ligar para o número do serviço, agora basta apertar um botão no painel e imediatamente um operador tem acesso a todos os relatórios eletrônicos do caminhão. Com isso pode não só, por exemplo, identificar um vazamento, como esclarecer a razão deste e orientar o motorista a levar o veículo à concessionária mais próxima, onde o mecânico já estará ciente do problema.

CNH Industrial no Prêmio AutoData 2015

**O ORGULHO VEIO DA INDICAÇÃO EM 4 CATEGORIAS.
O RECONHECIMENTO VIRÁ COM SEU VOTO.**Montadora
de Caminhões:
IVECOProdutor de
Motores:
FPT INDUSTRIALVeículo Comercial:
TECTOR ECONOMYMontadora de
Máquinas Agrícolas
e de Construção:**CASE IH e CASE CONSTRUCTION**

A CNH Industrial é líder global no setor de bens de capital. Com força mundial, experiência reconhecida e uma ampla gama de produtos, possui 12 marcas, 65 fábricas, 49 centros de pesquisa e desenvolvimento e mais de 69 mil empregados.

Presente em todo o Brasil atuando em todos os segmentos essenciais para o desenvolvimento da economia, a CNH Industrial também tem o objetivo de conquistar o seu reconhecimento.

VOTE NAS MARCAS DA CNH INDUSTRIAL.

AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA

Imersão tecnológica

Engenheiros, acadêmicos e dirigentes de empresas têm data marcada para debater a busca de competitividade no País

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Produtividade e tecnologia: A nova revolução na Indústria da Mobilidade é o tema deste ano do 24º Congresso e Mostra Internacionais SAE Brasil de Tecnologia da Mobilidade, a ser realizado de 22 a 24 de setembro no Pavilhão Azul do Expo Center Norte, em São Paulo. O foco do evento, de acordo com Roberto Cortes, CEO da MAN Latin America e presidente do evento deste ano, não poderia ser mais conveniente dada às



Divulgação/MAN

condições atuais do ambiente econômico do País.

“Produtividade e tecnologia precisam ser obsessões, assuntos mandatórios e vitais para a sobrevivência. E não somente dentro das fábricas e nos centros de desenvolvimento, mas no Brasil. Trabalhar a questão do custo-Brasil em si, porque sem isso nunca seremos produtivos e inovadores. Não dá para pensar em ser competitivo com uma frota de caminhões com mais de dezessete anos e estradas nas condições que sabemos como estão.”

OPORTUNIDADE – Segundo Cortes, a tendência é o País abrir cada vez mais suas portas para o mundo, mas até lá muito ainda deve ser feito e debatido para melhorar a produtividade, como também reforçar o desenvolvimento tecnológico local. “Seja qual for a tecnologia, o importante é desenvolvê-la aqui dentro e o congresso torna-se uma grande oportunidade para discutir a questão.”

O Congresso SAE Brasil é o maior fórum da América Latina do gênero e o segundo mais importante do mundo, atrás somente do de Detroit, promovido pela SAE International. Segundo Cortes, no entanto, a organização decidiu fazer um evento diferente, mais acessível às pequenas empresas.

“Não se trata de uma adaptação pela situação difícil do País, mas uma ideia para que todos tenham possibilidade de participar, por exemplo, as startups. Queremos com isso também maior participação de players e no número de novidades, além dos tradi-

cionais participantes, normalmente as grandes empresas.”

Apesar da luz que lança sobre a tecnologia da mobilidade, o que naturalmente desperta mais interesse aos atores da ciência, da engenharia e da academia, o evento deste ano também traz um caráter mais comercial ao incluir rodada de negócios com empresas recém-chegadas ao País, criando assim oportunidades para encontrar novos fornecedores ou mesmos parcerias estratégicas.

O Congresso SAE Brasil 2015 será composto pela Mostra Tecnológica com 3,6 mil m², no qual estarão dispostos 133 estandes. Até meados de agosto, já estavam confirmadas 64 empresas, das quais 15 inéditas, e outras dez com espaços reservados. O evento será marcado por três painéis-âncora: A produtividade desde o desenvolvimento do produto, Últimos desafios de tecnologia e eficiência da indústria automotiva global e ao final o tema-título do congresso com a participação de presidentes das montadoras locais.

Além desses, haverá mais outros catorze painéis temáticos, das mais diversas áreas da mobilidade, e ainda a apresentação de 144 papers selecionados dentre trabalhos de engenheiros do Brasil e do Exterior. A expectativa de Cortes é de, no mínimo, repetir o sucesso que foi o congresso no ano passado, quando levou mais 10 mil visitantes. “O importante é aproveitar o máximo esses três dias e fazer uma imersão para dali sair com soluções que possam melhorar a produtividade das empresas e do País.”

AD

Congresso SAE Brasil 2015

Quando

22 a 24 de setembro

Onde

Expo Center Norte, Pavilhão Azul, São Paulo

Por quê?

Dezessete painéis dos mais variados temas da tecnologia da mobilidade, 144 apresentações técnicas, mostra tecnológica com 3,6 mil m²

Como

<http://portal.saebrasil.org.br/>



0800-703 FORD
3 6 7 3



Novo Motor Cummins com 150cv:
melhor performance e maior
economia de combustível.



Freios ABS com EBD:
mais segurança
para você.



Nova transmissão EATON:
5 velocidades: oferecendo
maior conforto ao dirigir.

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



**TODO DIA É UMA BATALHA.
ESCOLHA O CAMINHÃO CERTO PARA VENCÊ-LA.**



Ar-condicionado:
escolha a temperatura ideal
para seu conforto na cabine.

**2 ANOS
DE GARANTIA**

**FORD F-4000.
TÃO FORTE QUANTO VOCÊ.**

Confira os serviços da Ford Caminhões:

**FORD
TRAC**

**FORD
SERVICES**

**S.O.S.
FORD**

**DISK
FORD**
0800 703 0078





Gallier Oliveira

União de esforços

Setor automotivo vê no ganho de eficiência principal ferramenta para contornar turbulência econômica

Lize Küster Gevaerd | redacaoad@autodata.com.br

No fim de agosto a AutoData Editora reuniu os principais dirigentes das fabricantes de veículos e de autopeças para discutir os desafios e as oportunidades para o setor nos próximos anos no 1º Fórum Automotivo Regional do Paraná, realizado no Centro de eventos da Fiep, Federação das Indústrias do Estado do Paraná, em Curitiba, PR. Os representantes do setor foram unânimes em apontar os investimentos no aumento

da competitividade, da competência técnica e da capacidade de inovação como as principais ferramentas para que as empresas enfrentem o período de desafios impostos pelo atual cenário econômico brasileiro e também se preparem para a retomada do crescimento, projetado pela grande maioria para o médio prazo.

A gerente dos Observatórios do Sesi, Senai e Instituto Evaldo Lodi, Marília de Souza, ressaltou a importância

Volker Germann,
diretor de
produção da
Volkswagen/Audi



O setor automotivo responde por 18%
do PIB industrial do Paraná e por 10%
dos investimentos no Estado

do setor automotivo para a indústria paranaense, na qual fabricantes de veículos e autopeças, juntos, ocupam a segunda posição na geração de PIB industrial no Estado, representando 18% do total.

Grande responsável pela mudança de perfil da região, tradicionalmente agrícola, esse setor é hoje o terceiro principal gerador de empregos industriais no Paraná. Em 1990, o Estado era responsável por 0,5% da produção de veículos no Brasil. Hoje, representa 11% da produção nacional.

“O setor elevou o Estado para um patamar de desenvolvimento que dificilmente seria alcançado dentro de seu perfil tradicional de produção”, comentou Marília de Souza.

Embora no período de 2014 a 2015 a indústria automotiva tenha sofrido redução de 7,8 mil postos de trabalho no Paraná, caindo das 46 mil vagas existentes em 2013 para 39 mil colocações, a expectativa é de recuperação.

Também segundo informações dos Observatórios, o setor automotivo responde por quase 10% dos R\$ 60 bilhões em intenções de investimento no Paraná, para o período 2011-2023.

COMÉRCIO INTERNACIONAL — A exportação foi outro caminho defendido por Antônio Megale, vice-presidente da Anfavea, como chave para a expansão do setor. Para o dirigente, o grande aumento do consumo interno de veículos nos últimos anos fez com que os fabricantes — que já chegaram a exportar 40% de sua produção — esquecessem o mercado Externo. “Mas,



“O principal desafio é investir em avanços tecnológicos que garantam a produção no Brasil de produtos mundiais

para que a exportação seja viável, o principal desafio de nossa indústria é investir em avanços tecnológicos que nos permitam fabricar um produto mundial.”

Para o representante da Anfavea, a eficiência energética dos veículos é um dos aspectos mais importantes para garantir essa competitividade. “Felizmente o Brasil vem fazendo avanços sólidos nessa área, em grande parte impulsionado pelas exigências estabelecidas no programa Inovar-Auto.”

Na visão de Volker Germann, diretor de produção da Volkswagen/Audi, Carlos Morassuti, vice-presidente de assuntos corporativos da Volvo do Brasil, e Carlos Henrique Ferreira, diretor de comunicação da Renault do Brasil, o momento é também de unir esforços.

Os representantes das três montadoras com operações no Paraná citaram programas internos de redução de custos nos quais os próprios colaboradores propõem ideias para aumentar a eficiência das fábricas.

A Volkswagen/Audi, por exemplo, investe R\$ 1 bilhão em São José dos Pinhais, nas linhas de produção do Golf Geração 7 e de dois modelos Audi: o sedão A3 e o utilitário esportivo compacto Q3.

“Momentos de incerteza econômica como o que vivemos hoje não podem nos paralisar”, lembra Christian Murayama, sócio diretor da KPMG e também participante do evento. “As empresas precisam continuar investindo para ganhar eficiência e ajudar sua cadeia de fornecimento a ser cada vez mais eficiente.”

AD

A INOVAÇÃO É O QUE NOS MOVE.



O Grupo Litens, líder global estabelecido há mais de 30 anos, possui grande experiência e uma extensa história no fornecimento de soluções em design, desenvolvimento de produtos e fabricação de peças para sistemas de transmissão de potência. As soluções inovadoras da Litens em sistemas e produtos, fornecem aos consumidores e aos fabricantes de veículos do mundo inteiro uma considerável redução no consumo de combustível e emissão de poluentes. Além disso, nossos processos globais de desenvolvimento e fabricação, bem como nossos escritórios de suporte técnico comercial, nos permitem oferecer uma gama completa de serviços, onde quer que nossos clientes estejam.

 **Litens**
automotive group
Delivering Innovation™

www.litens.com

Futuro nacional

Antes de ser produzido por aqui, o Jaguar XE já tem a missão de mais do que dobrar as vendas da marca no País

Marcos Rozen | rozen@autodata.com.br



Divulgação/Jaguar

A fabricante ainda prefere des-conversar quando se trata do assunto, mas o Jaguar XE será um dos modelos da Jaguar Land Rover a ser produzido na unidade em construção em Itatiaia, RJ, conforme a Agência AutoData de Notícias revelou em primeira mão em junho do ano passado. Antes de ganhar a linha de montagem, no entanto, o modelo chega ao País como importado no início

de outubro. Se não garante com todas as letras a produção local, a empresa pelo menos não nega mais.

Durante o lançamento, realizado em São Paulo, em meados de agosto, Terry Hill, presidente da Jaguar Land Rover para América Latina e Caribe, afirmou que “por enquanto o único modelo que podemos confirmar para a fábrica brasileira é o Land Rover Discovery Sport”.

Independentemente do fato, o novo sedã médio da fabricante britânica já chega com árdua missão: mais do que dobrar as vendas da marca no País — assim a montadora quer aproveitar e achar seu cantinho no excelente momento vivido pelas marcas premium no País, como Audi, BMW e Mercedes-Benz.

De acordo com números da Abeifa a Jaguar vendeu no Brasil no ano passa-

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



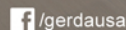
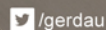
O aço da Gerdau tem a força da transformação.

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.



GERDAU

www.gerdau.com



Lançamento

Empresa quer vender mais de 150 unidades do XE no último bimestre do ano



do 381 unidades, crescimento de 30% ante 2013. No primeiro semestre deste ano foram 189, nova alta de 22,7% ante a primeira metade de 2014. Como referência, só do XE a marca pretende negociar seiscentas unidades em um ano, das quais 150 a duzentas no último bimestre de 2015, aproveitando o impacto do lançamento.

Serão duas as opções de motor para o mercado nacional: 2.0 quatro cilindros turbo com 240 cv e 3.0 V6 supercharged de 340 cv, ambos acoplados a transmissão automática ZF de oito velocidades.

Como concorrentes diretos a Jaguar entende os Audi A4 e A5, o BMW Série 3 e o Mercedes-Benz Classe C. Os preços vão de R\$ 170 mil a R\$ 300 mil, dependendo da motorização e versões.

DISTRIBUIÇÃO — A rede, que possuía apenas duas casas há três anos — São Paulo e Rio de Janeiro, RJ - atualmente

é de 33, sempre conjugada com a Land Rover, e chegará a 46 até 2017.

Para ajudar o lançamento e “mostrar que um Jaguar pode sim ser acessível”, nas palavras do diretor de vendas Ruben Barbosa, a Jaguar Land Rover ofertará para o XE o mesmo plano de financiamento hoje aplicado para alguns modelos Land Rover: entrada de pelo menos 20%, 23 parcelas e a 24ª como parcela-balão de 50% do total após dois anos, com garantia de recompra deste montante.

Para quem optar por este financiamento a montadora oferecerá manutenção básica, como troca de óleo e dos filtros, gratuita. Aos que pagarem à vista ou em outras condições haverá pacote, válido por três anos, ofertado a R\$ 2,7 mil.

O seguro também poderá ser adquirido conjuntamente por cerca de R\$ 3,9 mil, dependendo do perfil do motorista.

AD





Vote Schaeffler no Prêmio AutoData 2015

A Schaeffler é uma das indicadas ao Prêmio AutoData 2015 na categoria Qualidade e Parceria como resultado de sua classificação entre as quatro primeiras empresas no Ranking AutoData. Feita com base na opinião das principais montadoras e entidades do segmento, esta indicação reforça o compromisso da empresa com a qualidade de seus produtos e sua capacidade de oferecer soluções completas para motor, transmissão e chassi de acordo com a necessidade de seus clientes. Vote Schaeffler, uma empresa que produz resultados que geram reconhecimento.



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

Faça revisões em seu
veículo regularmente



SCHAEFFLER

**Só tem uma coisa melhor
que dirigir o carro do ano:
dirigir o carro do ano que vem.**

O novo Audi Q3 2016 já está disponível.
Você pode ter o carro do próximo ano
com condições de 2015. Confira as opções
de motores de 150 cv, 180 cv e 220 cv.



Novo Audi Q3 2016

Para mais informações, acesse audi.com.br ou visite nossas concessionárias.

Aproveite o programa de Vendas Corporativas Audi. Saiba mais em cs@audi.com.br ou pelo telefone 0800 777 2834 (opção 3).

www.audi.com.br. Oferta válida nas Concessionárias Audi Autorizadas, para veículos básicos, vendidos até 30/9/2015, ou enquanto durar o estoque por modelo. Audi Q3 Attraction 1.4 - (código 8UGAKX), ano/modelo 15/16, zero-quilômetro. Estoque nacional de 10 unidades. Preço à vista a partir de R\$ 119.990,00 ou financiamento pela Audi Finance, operado pelo Banco Volkswagen, com entrada de R\$ 59.995,00 + 24 prestações mensais de R\$ 2.924,42. Primeira prestação com vencimento em até 30 dias. Taxa de juros: 0,99% a.m. e 12,55% a.a. Total da operação: R\$ 130.180,99. CET para esta operação: 16,63% a.a. Capitalização de juros mensal. IOF e cadastro inclusos no cálculo das prestações e no CET. Os custos de

Audi
Vorsprung durch Technik



**Na Audi, você mantém
a garantia após a blindagem.***

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



registro de contrato serão aplicados de acordo com o DETRAN de cada Estado ou autoridade estadual competente para a realização do registro. A critério do cliente, no caso de inclusão dos custos de registro de contrato e demais despesas decorrentes deste no financiamento, os valores deverão compor o CET e serão informados ao cliente previamente à contratação. Condições válidas apenas para venda de varejo. Crédito sujeito a aprovação. SAC: 0800 770 1926. Acesso às pessoas com deficiência auditiva ou de fala: 0800 770 1935. Ouvidoria: 0800 701 0000. Central de Relacionamento Audi Concierge: 0800 777 2834. Imagens meramente ilustrativas *Consulte as parcerias e condições na rede de Concessionárias Autorizadas Audi.

Tudo pelo conforto

Desenvolvimento de novos materiais e soluções para o cockpit são fundamentais para ampliar o bem-estar nos veículos

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Um projeto bem equilibrado certamente proporciona além de segurança, conforto. O bem-estar oferecido aos ocupantes de um veículo, no entanto, está longe de se limitar aos itens dos sistemas de direção e suspensão. Boa dose da percepção de conforto é entregue pelo ambiente interno e, nele, o cockpit se apresenta como protagonista. Basta uma espiada no tempo para perceber em quanto motoristas e passageiros ganharam a bordo. Os rústicos painéis de madeira ou mesmo aproveitando o metal da própria carroceria cederam lugar ao plástico e acabamentos mais sofisticados, como também a introdução de sistemas de ventilação e de iluminação interna.

O tema é relevante às montadoras e aos seus fornecedores, afinal, a sensação de conforto pode determinar a decisão de compra até mesmo no mais simples dos modelos, o que representa



Divulgação/GM

os mais vendidos. Gigantes do ramo não cessam suas pesquisas no desenvolvimento de novos materiais ou soluções capazes de ampliar o bem-estar de motoristas e passageiros no interior dos veículos.

“A produção de carros hoje no País é majoritariamente dos segmentos A e B, cujo acabamento é feito de plástico, injetado simples ou injetado e pintado”, diz Serge Giannitrapani, diretor geral da FMM, joint venture da Faurecia e Magneti Marelli. “A tendência dos interiores dos veículos modernos, no entanto, é de ser mais rica em revestimentos, como pele sintética ou couro, como também trazer mais texturas.”

PELÍCULA — As considerações de Giannitrapani encontram eco nas atuais linhas de trabalho do Grupo Continental para a indústria local. De acordo com Luiz Ribeiro, diretor de engenharia de desenvolvimento da unidade de negócios instrumentation and driver, a empresa espera apenas a questão de validação para começar

a oferecer no mercado espécie de película que permitirá acabamentos que suprimem a percepção do plástico.

O desenvolvimento é em parceria com a Benecke-kaliko, empresa do grupo especializada em interiores. “A película, aplicada durante a fabricação, na injeção do plástico, é uma solução destinada aos modelos de entrada que melhora a aparência e a sensação de maior qualidade no painel e em regiões do cockpit.”

Não há dúvida que ao entrar no automóvel o painel de instrumento à frente é um dos principais itens na gestão de conforto e, se a qualidade do material utilizado for além da simples superfície plástica, maior será a sensação. “Um revestimento espumado é mais macio ao toque e, em oposição ao plástico duro, transmite a sensação de conforto”, lembra Giannitrapani. “Esse tipo de acabamento é encontrado em modelos de alta gama, mas em nível intermediário, um painel revestido com pele sintética, sem espuma, já confere um toque mais suave.”

As soluções para o cockpit não se limitam apenas ao estético e sensorial, mas também para entregar mais eficiência

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

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

AGCO
Your Agriculture Company



Divulgação/Peugeot



Divulgação/Honda

O conforto está em um conjunto de elementos, dos materiais utilizados ao sistema de iluminação

As soluções para o cockpit trazidas pelos fornecedores, porém, não se limitam apenas ao estético e ao sensorial. Muitas vezes a evolução se encontra longe dos olhos. O Grupo Continental é uma das empresas que também busca entregar inovações na substituição de materiais a fim de proporcionar maior eficiência. Ribeiro conta a respeito de projeto em andamento que resultará na possibilidade de substituir o metal pelo plástico nas

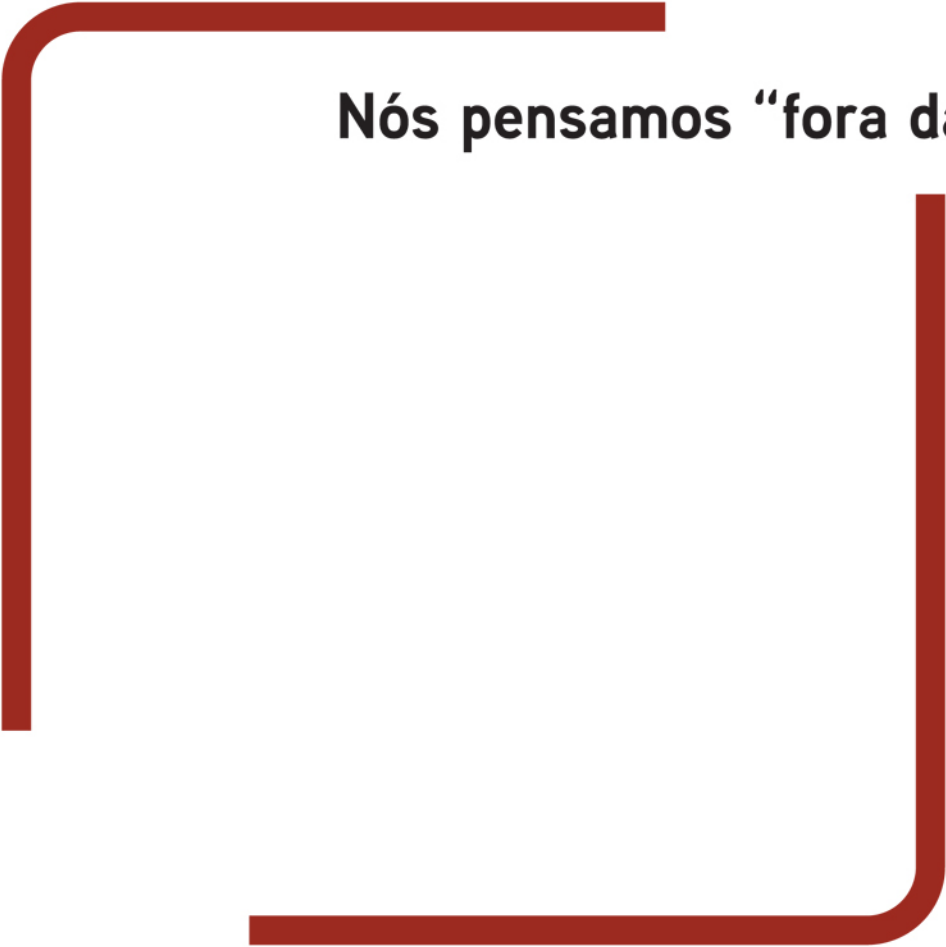
estruturas internas do cockpit. “Essa interferência na carroceria também implica em menos solda e material metálico, o que permitiria reduzir o peso do carro e até 30%.”

O interior do veículo, como se vê, é também uma área capaz de contribuir com a redução de peso e, assim, aprimorar a eficiência energética. No próprio Grupo Continental o diretor de engenharia de desenvolvimento lembra de estudos baseados no uso de recursos naturais, como madeira e fibras, o que permitirá também produção de peças menores. “Os estudos podem resultar no desenvolvimento de novas matérias-primas, como também no reforço de resinas plásticas.”

Resinas, no caso, já experimentam algumas tentativas para a substituição do vidro convencional. A Lexan, marca da Sabic, além de permitir redução de peso, garante eficiência térmica. A solução contribuiu em projetos da Ford, no Fusion, como também em conceitos de modelos elétricos, afinal, menor peso favorece a autonomia do carro.

Lidar com o desenvolvimento de interiores cada vez mais confortáveis e eficientes também passa necessariamente por arranjos que promovem um ambiente agradável, como a iluminação e a ventilação. “Muitas das soluções já são usadas e muitas delas vão e voltam com o tempo em virtude das demandas das montadoras e clientes”, destaca Ribeiro, da Continental. “Iluminação interna indireta ou design utilizado nas saídas de ar são preponderantes para garantir conforto térmico e ambiental.”

AD



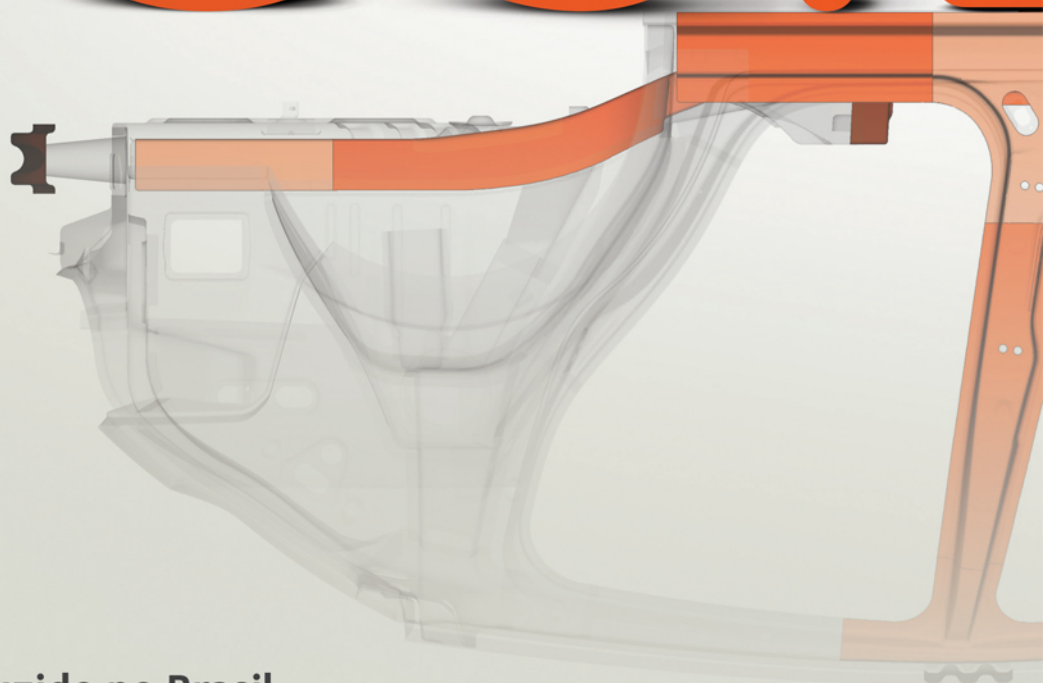
Nós pensamos “fora da caixa”!

A criatividade e inovação são fundamentais em tempos de crise.
Por isso, estamos sempre à frente, superando obstáculos,
enxergando oportunidades e criando novas idéias.

**Truck Bus Rubber Parts - líder de mercado no desenvolvimento
e produção de soluções de antivibração e vedação**

Um veículo mais leve, seguro e sustentável.
É aço Usibor®.

USIBOR



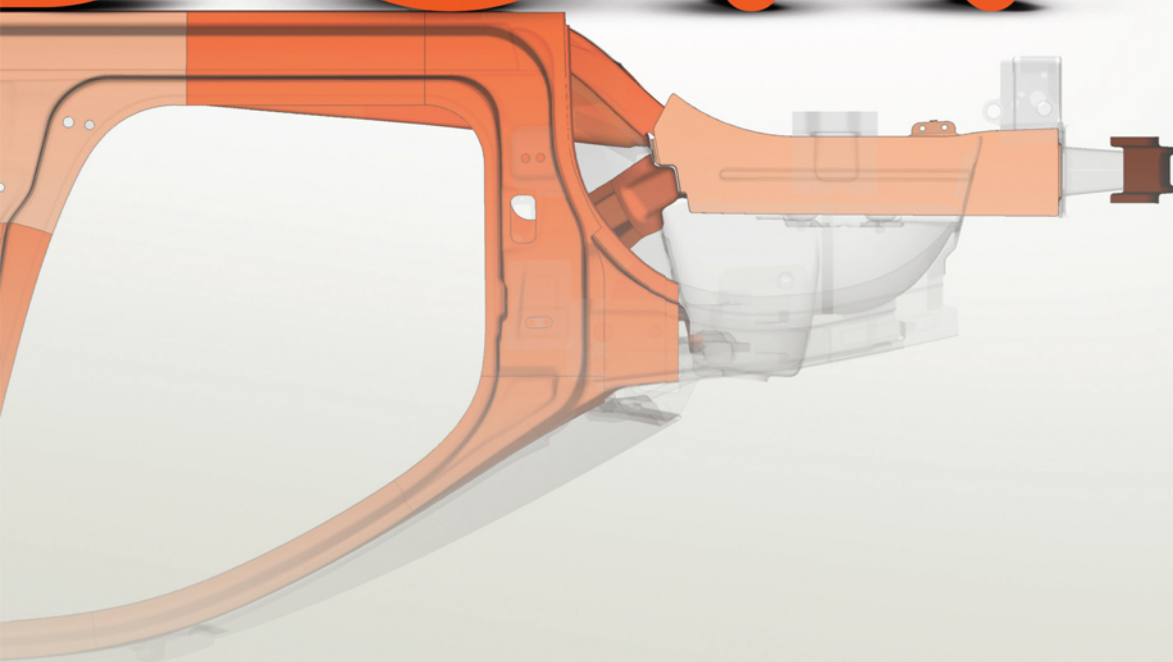
Usibor®. Agora produzido no Brasil.

A aplicação da solução em aço **Usibor®** contribui para a diminuição do peso da carroceria, economia de combustível e redução das emissões de CO₂, além de proporcionar maior resistência contra impactos. Tudo isso com a qualidade e a sustentabilidade da ArcelorMittal, **a maior empresa do setor de Siderurgia e Metalurgia no ranking da edição especial EXAME Melhores & Maiores 2015.**



ArcelorMittal

BOR[®]



brasil.arcelormittal.com



Divulgação/Volvo

Clima sob controle

Obrigatoriedade de ar-condicionado em editais para operações de transporte urbano pode alavancar segmento de refrigeração este ano

Viviane Biondo | redacaoad@autodata.com.br

A cidade de São Paulo pode ser o fiel da balança para o desempenho das fabricantes de sistemas de ar-condicionado este ano. Em janeiro a Prefeitura publicou portaria segundo a qual todos os veículos de transporte coletivo de passageiros devem ter o equipamento. O edital, se encontrava em fase de consulta pública até 31 de agosto para colher sugestões. “A maior frota de ônibus está

em São Paulo e, por enquanto, menos de 1% dos veículos conta com sistema de refrigeração”, revela Armando Scarcella Jr., gerente regional de vendas da Spheros. “Ou seja, o potencial de fornecimento é muito alto”.

Scarcella calcula que a partir da definição do edital, passando pelas negociações, sejam necessários pelo menos de dois a três meses até os primeiros fornecimentos: “A previsão é de que

no fim do ano tenhamos reflexos positivos, desde que o edital saia muito em breve”.

Embora a produção de chassi de ônibus registre queda de 28,9%, 15,7 mil unidades de janeiro a julho contra 22,1 mil no mesmo período do ano passado, segundo levantamento da Anfavea, as linhas de ar-condicionado da Spheros em Caxias do Sul, RS, produziram 4% a mais.

Luís Carlos Sacco, diretor comercial da empresa, atribui essa aparente contradição à maior demanda pelo equipamento nos veículos e à conquista de participação tanto no Brasil quanto nos mercados externos. “Há queda nas linhas das montadoras, mas

ao mesmo tempo maior número de pedidos dos clientes por sistemas de refrigeração”, contemporiza o diretor.

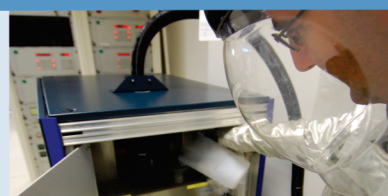
“Tende a ser um ano de equilíbrio face às dificuldades da economia e à crise de confiança. Mas dependemos de grandes compras, motivadas por editais. Se os editais não vierem aí sim a curva produtiva pode virar e chegar à baixa de 15%, pois os pedidos dos encarregadores têm sido baixos para os próximos meses”.

Sacco ainda lembra que há outros mercado com bom potencial além de São Paulo. Casos de Fortaleza, CE, onde a demanda por ônibus equipados com ar-condicionado é crescente, como também Porto Alegre, RS.



Tecnologias Limpas para o Meio Ambiente

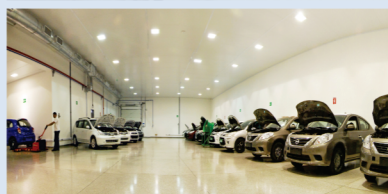
AWD 48" Dinamômetro de Chassis



FTIR dedicado à análise modal de até 23 gases regulamentados e não-regulamentados, incluindo Aldeídos e ANQ (álcool não queimado)



Bancada de Motor
(620 kW – 3500 Nm)



Área de Condicionamento
Soak - Capacidade para
25 veículos

Centro Tecnológico de Emissões Veiculares equipado com os mais modernos equipamentos disponíveis no mercado

Clean air is our business

“No segundo semestre teremos a definição de edital em Porto Alegre, que prevê a instalação de ar-condicionado em 25% da frota urbana”.

No Rio de Janeiro, RJ, a fatia de ônibus com ar-condicionado, hoje de 30%, também deve crescer, contando com algum impulso dos Jogos Olímpicos de 2016: “São degraus a subir até que as normas se consolidem”.

Preparando o terreno para a alta provisionada, a Spheros firmou parceria com o Sest Senat, Serviço Social do Transporte e Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte, desses municípios para oferecer treinamento de mecânicos de manutenção, lembra Scarcella: “Há poucos profissionais especializados no mercado e a mão de obra deve se tornar mais necessária à medida que a frota com o equipamento for ampliada”.

A apresentação do programa de formação será na primeira quinzena de julho e a primeira turma deve começar em agosto. Já no mercado de fretamento, Sacco diz que o cenário não é dos mais promissores: “Há empresas com ônibus parados em decorrência da redução de funcionários nas indústrias. Por isso apostamos nossas fichas no transporte urbano, já que também nos rodoviários o compasso é de espera pela publicação das normas da ANTT sobre o transporte interestadual”.

Paulo Lane, diretor de marketing e produtos da Thermo King para a América Latina, evita estimativas: “O mercado nacional caiu significativamente em função das novas regras do Finame, com taxas de juros mais altas

e maior porcentual de entrada. Não há movimento de ampliação de frota, apenas de renovação, e em ritmo muito mais lento”.

O executivo lembra ainda a encolhimento das operações no transporte de carga, outro segmento da Thermo King atendido por meio de equipamentos importados: “A queda de mercado apurada para as entregas de equipamentos para refrigeração em carreta frigorífica é de 39% e para os caminhões frigoríficos de 28%.”

EXPORTAÇÕES — A conquista de novos mercados para o ar-condicionado em países vizinhos também contribui para o resultado positivo acumulado até maio na Spheros, diz Sacco:

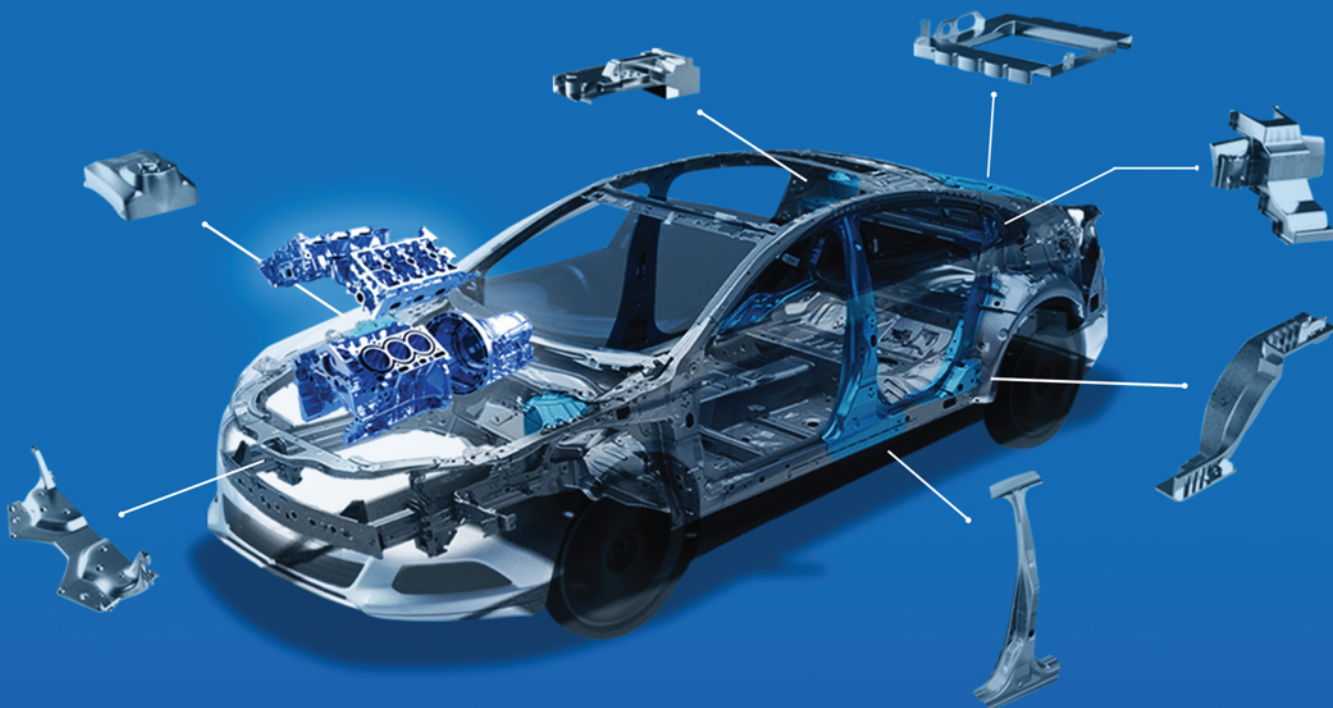
“Nossas entregas ao mercado interno caíram 20%: representavam 70% do total e hoje passaram a 60%. Os embarques, porém, aumentaram de 30% para 40% do total produzido”.

Os principais clientes estão localizados na Argentina, Chile, Colômbia, México, Paraguai e Peru, na proporção de 30% dos equipamentos para ônibus urbanos e 70% para rodoviários. Algo como 25% dos aparelhos seguem diretamente para os países compradores e o restante é enviado já montado nas carrocerias.

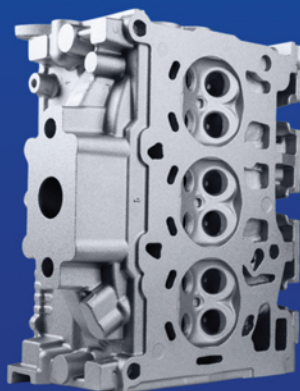
A Thermo King não tem registrado elevação na exportação direta, segundo o diretor de marketing, “mas notamos, sim, crescimento das remessas indiretas, ou seja, a Thermo King vende para o fabricante de ônibus daqui, que monta o equipamento no veículo que será exportado”.

AD

Além de São Paulo outros mercados com potencial são Fortaleza, Porto Alegre e Rio de Janeiro



Nemak, líder global no desenvolvimento e produção de componentes de alta tecnologia em alumínio para a indústria automobilística.



High Tech Aluminum Components



www.nemak.com

Revisão de planos

Ford realiza encontro anual com fornecedores da América do Sul em evento de premiação do Top Supplier 2015

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Em julho a Ford promoveu encontro anual com os seus principais fornecedores da América Sul. O evento, ocorrido em São Paulo, foi a oportunidade para a fabricante apresentar resultados e estratégias aos parceiros, além de entregar o prêmio Top Supplier 2015 aos que mais se destacaram durante os últimos doze meses.

“O prêmio tem papel estratégico. Além de reconhecer os melhores fornecedores, o evento faz parte de nosso processo de comunicação e transparência com nossos parceiros”, lembra Roxana Molina, diretora de compras da Ford América do Sul. “Durante o encontro pudemos rever nossos planos e o que estamos fazendo para melhorar nossa competitividade na região.”

A diretora conta ainda que outros temas estiveram em pauta, como as estratégias para eficiência de custos e melhorias de qualidade, bem como iniciativas para o fortalecimento da parceria com os fornecedores. “O prêmio tem sido um importante incentivo para que nossos parceiros continuem investindo em melhorias. Ele promove as melhores práticas e o desenvolvimento sustentável, atributos que são

Os vencedores do Top Supplier 2015

Carroceria & Exterior	Alboano Cozzuol
Chassis	Pirelli Pneus
Eng. de Sist. Elétricos e Eletrônicos	Valeo Sistemas Automotivos
Interior	Magna do Brasil
Componentes de Powertrain	GKN do Brasil
Instalações de Powertrain	Kautex Tektron do Brasil
Matérias-primas e Estamparia	Metalúrgica Nakayone
Serviço ao Cliente	Plastic Omnium do Brasil
Caminhões	Randon
Material Industrial	Iturri Coimpar
Máquinas e Equipamentos	Dürr Brasil
Serviços	MSX International
Transporte	Terminal Zarate

cada vez mais valorizados em um mercado globalizado.”

De acordo com a montadora, dentre os critérios da premiação são avaliados itens como qualidade, entrega, custo, relacionamento comercial, condições de trabalho e atendimento às necessidades de desenvolvimento do produto, manufatura e logística.

As avaliações, segundo Roxana Molina, são também consequências de programas de desenvolvimento para

a cadeia de fornecedores conduzidos pela fabricante. “Diversas ferramentas globais são aplicadas, desde a avaliação comercial e técnica até o desenvolvimento de produto e controle de qualidade.”

O Top Supplier 2015 premiou treze empresas em treze categorias. Grob do Brasil e Maxion Wheels do Brasil também receberam reconhecimento pela World Excellence Awards, realizado em maio na América do Norte. **AD**

Continental 
The Future in Motion

publicis.com/marketing

No trânsito somos todos pedestres.

Prevenção e proteção contra acidentes de trânsito.

O Grupo Continental dispõe de tecnologias inovadoras voltadas para a segurança de veículos de todas as categorias e disponíveis em todo o mundo.

Fornecer a máxima proteção através de dispositivos de segurança ativa e passiva, que previnem acidentes e protegem motoristas e passageiros, tornando a direção mais segura, é um dos principais objetivos da Continental.

Inovar para deduzir



©Stockphoto.com/aislan13

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Investimento em pesquisa, desenvolvimento e inovação não é apenas uma receita estratégica para empresas, mas também um fortificante para uma nação. Os resultados são os pilares que garantem poder de competição da indústria local e musculatura econômica. No Brasil, o principal mecanismo de incentivo à inovação é baseado na Lei 11.196/2005, a chamada Lei do Bem. “A lei traz uma série de procedimentos para melhorar a economia do País”, observa Sidirley Fabiani, CEO da Gestiona Consultoria Empresarial. “O mecanismo permite melhorar a

A Lei do Bem é ferramenta que torna possível recuperar parte dos gastos em projetos tecnológicos e ainda contribui com a competitividade

das empresas por meio de deduções fiscais sobre projetos de inovação tecnológica.”

De acordo com a legislação, a Lei do Bem permite deduções de 60% a 100% nos gastos em pesquisa e desenvolvimento do IPRJ, Imposto de Renda da Pessoa Jurídica, e da CSLL, Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido. Em termos práticos, dentre outras vantagens, há renúncia fiscal de 20,4% a 34% das despesas com inovação tecnológica, redução de 50% na alíquota do IPI na aquisição de equipamentos destinados à P&D e depreciação ace-



**ESP® salva vidas.
Até 80% menos
acidentes por
derrapagem.**

O Programa Eletrônico de Estabilidade (ESP®) evita a derrapagem: mantém seu veículo estável e reduz o risco de perda de controle da direção. Desenvolvido pela Bosch especialmente para veículos de passeio, o ESP® é considerado por especialistas como a maior invenção para a segurança veicular após o cinto de segurança. Tendo sua efetividade comprovada na redução de mortes e feridos em acidentes de trânsito, o ESP® tem se tornado equipamento padrão em veículos no mundo todo.

**Da tecnologia e serviços de engenharia à produção em série.
Bosch, sua parceria para o presente e futuro da mobilidade.**

Saiba mais: www.bosch.com.br



BOSCH

Tecnologia para a vida

Faça revisões em seu veículo regularmente

A Mercedes-Benz do Brasil é assídua usuária da lei em projetos de inovação e aprimoramento dos produtos

lerada integral dos equipamentos para fins de IPRJ e CSLL. “O processo é assemeelhado ao do Imposto de Renda da Pessoa Física”, lembra Fabiani. “Faz os gastos no projeto para depois serem deduzidos do imposto.”

Para as empresas se beneficiarem, no entanto, é necessário se valerem de uma boa definição para inovação tecnológica. De acordo com o Decreto 5.796/2006, no qual também a Lei do Bem se sustenta, trata-se da “concepção de um novo produto ou processo de fabricação” ou ainda a “agregação de novas funcionalidades ou características ao produto ou processo que implique em melhorias incrementais e efetivo ganho de qualidade ou produtividade, resultando em maior competitividade no mercado”.

DEMANDA BAIXA — Embora não se tenha dúvidas dos benefícios alcançados, visto que de R\$ 1 milhão investido é possível recuperar de R\$ 200 mil a R\$ 340 mil, proporcionalmente são poucas as empresas a utilizarem a lei. No mais recente relatório do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, de 2011, o número de empresas participantes saltou de 130 para 962, das quais 767 foram classificadas pelo ministério. A maior parte, 154, foi do setor de mecânica e transporte. “O fato é que as maiores beneficiárias são as empresas de médio e grande portes”, diz Fabiani. “Convém às empresas possuir uma unidade de P&D.”

O Centro de Desenvolvimento Tecnológico da Mercedes-Benz do Brasil, em São Bernardo do Campo, SP, é refe-

rência no Grupo Daimler para desenvolvimento e produção de chassis de ônibus, além de ser o maior da fabricante fora da Alemanha..

A empresa é assídua usuária de Lei do Bem nos seus projetos. “Nos últimos anos, a Mercedes-Benz do Brasil se dedicou no desenvolvimento do uso de biocombustíveis, como biodiesel e diesel de cana”, conta Simone Frizzo, diretora de assuntos tributários da companhia. “A empresa sempre foi comprometida com a inovação e o aprimoramento dos produtos.”

Segundo ela, com a Lei do Bem o centro de D&P da empresa se tornou mais competitivo diante da concorrência interna do grupo para o desenvolvimento de produtos e processos. “Os estudos tecnológicos relacionados à eletroeletrônica para uso em veículos do mundo todo, por exemplo, será realizado pela equipe do Brasil.”

Para Simone Frizzo é de extrema importância para as empresas o cumprimento e adequação aos requisitos da Lei do Bem para a tomada do benefício: “Com o uso da lei o sistema de controle das atividades de pesquisa e desenvolvimento foi aprimorado. A abertura de projetos em sistemas próprios com descritivos mais robustos, captura diferenciada dos gastos e monitoramento do progresso das atividades é um exemplo.”

Mas também há outros, como a diretora ressalta: “Designação de profissionais exclusivamente dedicados a esta atividade, permitindo maior foco no desenvolvimento do profissional e na retenção de talentos”.

AD

**INOVAÇÃO TRAZ VALOR REAL AOS NOSSOS CLIENTES.
ACREDITAMOS VERDADEIRAMENTE NISSO.**



Respeite a sinalização de trânsito.



A Prima é um grupo multinacional de design e fabricação de subconjuntos metálicos, sistemas de chassi, estruturas de bancos e módulos de operação de veículos automotores.

Nosso principal centro de P&D está localizado em Caserta, na Itália, e inclui um grupo de engenheiros com ampla experiência, os quais trabalham em conjunto com engenheiros e técnicos jovens e dinâmicos. As atividades de desenvolvimento de produtos vão de design e engenharia a testes de validação completos em todos os produtos do grupo (bancos, chassi, suspensão e módulos operacionais).

Há dois anos e meio com produção no Brasil, em Contagem (MG), a Prima inaugurou em janeiro sua segunda unidade no País, em Goiana, PE. A fábrica pernambucana integra o parque de fornecedores da FCA (Fiat Chrysler Automobiles), recebeu investimento de R\$ 200 milhões e já emprega um total de quinhentos funcionários.



**GRUPPO
PRIMA**

www.gruppoproma.it
(031)2564-9927

Silva

A FPT Industrial anuncia Adriano Silva como novo gerente para desenvolvimento da rede de assistência técnica da empresa na América Latina.

Formando em engenharia mecânica, o executivo possui 22 anos de experiência no setor de máquinas de construção.

Nigro



Divulgação/SAE

O engenheiro Francisco Nigro representará a SAE Brasil no SAE 2015 Gasoline Compression Ignition Engine promovido pela Seção SAE de Nápoles, de 17 a 18 de setembro.

Boragina



Divulgação/PSA

Depois de quinze anos na Citroën, Domingos Boragina troca de lado dentro do Grupo PSA e assume como novo diretor comercial da Peugeot do Brasil.

Frasson

A DAF anuncia Antenor José Frasson Junior como novo diretor de vendas. O executivo, que tem mais de dezesseis anos de experiência no segmento comercial para caminhões, ficará na sede administrativa, junto à fábrica, em Ponta Grossa, PR, e se reportará ao diretor comercial Luis Gambim.

Ladeira



Divulgação/Henkel

Hugo Ladeira é o novo gerente de negócios de adesivos industriais da Henkel para a América Latina em substituição a Sérgio Redondo, que se aposenta após 39 anos de atuação na multinacional.

Câmbio

A ZF fecha acordo de fornecimento de transmissões automáticas Ecolife de 6 marchas para frota de 172 ônibus Scania negociados na Colômbia. Os veículos serão movidos a gás e começam a operar no segundo semestre deste ano em Cartagena.

Prêmio

A Zen, de Santa Catarina, conquistou o 22º Prêmio Expressão de Ecologia com o projeto Produção + Limpa, que aumenta a eficiência no uso dos recursos naturais durante os processos de fabricação.

Keko

A Keko reestrutura sua área de inovação e planeja oitenta lançamentos em 2015. Do total, 22 projetos foram entregues no primeiro semestre e outros 58 devem ser lançados nesta segunda metade do ano.



Divulgação/Lifan

2016

O Lifan X60 recebe mudanças no design para o modelo 2016. Montado na fábrica da Lifan no Uruguai, o novo SUV tem preço sugerido de R\$ 60 mil na versão Talent e R\$ 64 mil na versão VIP.

RECONHECIMENTO NÃO É TER MAIS
TEMPO PARA FAZER SEU TRABALHO.
É TER MAIS TEMPO PARA VOCÊ.

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

MBA  **FGV**

PRESENCIAL • ONLINE • CUSTOMIZADO

MBA EM EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA: CONCESSIONÁRIAS
MBA EM EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA: MONTADORAS E FORNECEDORES

Os cursos têm como objetivo desenvolver uma visão global e integrada das organizações, na busca da criação de valor para as mesmas, preparando nossos alunos para assumir posições de destaque na direção dessas Empresas. Para tal, este MBA apresenta e discute conceitos, métodos e instrumentos relevantes, buscando motivar os alunos a serem líderes empreendedores no ambiente das organizações.

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA

A crise econômica brasileira segue seu curso e a indústria automobilística caminha, este ano, para os níveis de 2007. A queda de 21% anunciada pela Anfavea nas vendas ao mercado interno, acumuladas de janeiro a julho deste ano em relação ao mesmo período do ano passado, e de 18,1% na produção, fala, para muitos, de um cenário aterrador. A situação é mesmo séria e é praticamente um consenso que continuaremos a ajustar a demanda em 2016, mas o futuro não está escrito.

Já enfrentamos diversas crises econômicas e sempre voltamos à tona. Em que pese o compreensível desânimo em que a nação parece mergulhada, estimulado em grande parte pelas baixas dos postos de trabalho que abalam a confiança no futuro de pessoas e instituições, é bom lembrar que o País ainda não fez a lição de casa.

O recém-anunciado PPE, Programa de Proteção ao Emprego, que flexibiliza em até 30% a jornada de trabalho, é um alento, e terá seu efeito positivo nesse cenário recessivo, mas não soluciona a crise que atravessamos. É preciso mais para fazer a roda da economia girar, provendo os alicerces para trazer de volta a renda e o consumo das famílias corroído pela inflação e pela falta de confiança.

Diante da queda dos investimentos em infraestrutura, que agora parecem cada dia mais distantes, não é fácil divisar prazos para a retomada do crescimento. Mas há saídas para a recupera-

ção da atividade produtiva brasileira e a primeira delas passa pelo impulso às exportações, com estímulo a acordos ao livre comércio com outros países.

Certamente isso daria um pouco de dinamismo à economia, tendo em vista que os mercados mundiais, ao contrário do nosso, estão reagindo à sua própria crise. A questão que se coloca é que falta ao Brasil competitividade para disputar os mercados em pé de igualdade com o resto do mundo, especialmente no que toca aos custos de toda a cadeia produtiva. A situação requer energia e precisão em ações para a desoneração da atividade exportadora; revisão da metodologia de cálculo do transfer price assim como Recof simplificado, tanto para compras locais como no exterior (com suspensão de impostos). Seriam esses apenas dois exemplos do que alavancaria a atividade industrial no Brasil, ainda de mão de obra intensa.

Internamente, os esforços devem ser dirigidos ao retorno do ambiente de negócios, pautado na confiança de que, apesar da crise, as instituições e os agentes de mudança estão dispostos a deixar o pessimismo e a inércia. Incentivos ao retorno às linhas de financiamento seria um antídoto contra o mau humor que abate o mercado.

Precisamos voltar a crescer. O crescimento depende da produtividade e esta é função do próprio crescimento. Um bom caminho para o Brasil está no inadiável investimento em infraestrutura, onde temos um déficit importante e que não para de crescer.

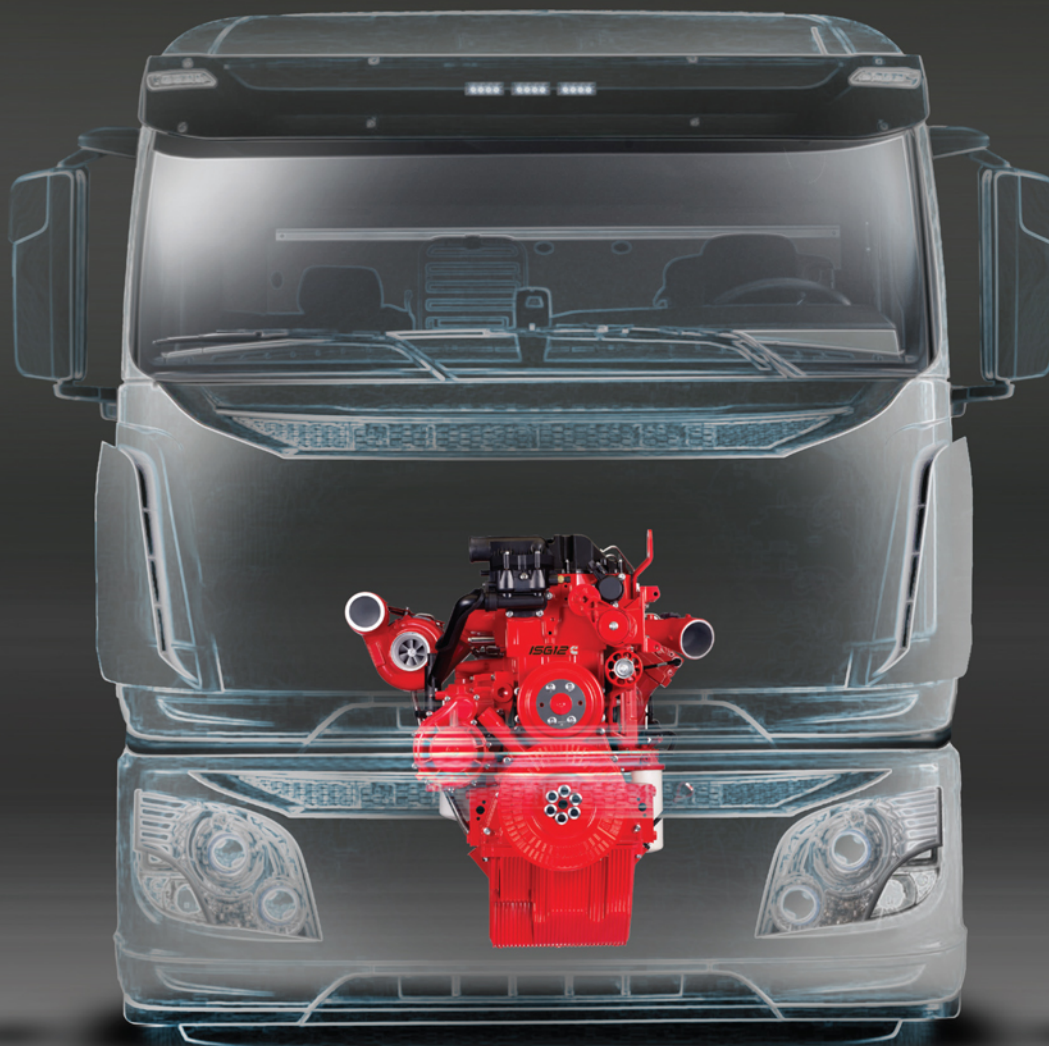
Com isso, só teríamos tudo a ganhar e não apenas com os novos empreendimentos, mas também na restauração de obras antigas para garantir seu bom funcionamento. O Brasil viveu de maneira artificial durante os últimos anos e, agora, precisa urgentemente se reconstruir em bases sólidas. **AD**

O futuro não está escrito. Precisa ser construído.

Frank Sowade | [presidente da SAE Brasil](#)

Nosso coração pulsa mais forte
dentro do seu caminhão.

newmind



Cummins.
Indicada no Prêmio AutoData 2015,
categoria Produtor de Motores.

A tecnologia e inovação constante empregada nos motores Cummins, aliada aos melhores resultados em custo de operação, confiabilidade e durabilidade do mercado, fazem de nossas soluções integradas a escolha certa para fazer parte da sua vida.

**#PARTEDA
SUAVIDA**

0800 CUMMINS
0800 286 6467
falecom@cummins.com
www.cummins.com.br



DESIGN, QUALIDADE, PERFORMANCE PARA ÔNIBUS E CAMINHÕES



Módulos de iluminação principal 90mm.

Com homologações SAE e ECE, entre outras, os módulos HELLA oferecem todas as funções de faróis principais e são uma base ideal para soluções customizadas sob medida para veículos produzidos no Brasil.

Com uma equipe especializada e estrutura para desenvolvimentos e produção local, a HELLA do Brasil está à sua disposição.

HELLA do Brasil Automotive Ltda.
Rua Bom Pastor, 2224 - 15º andar
São Paulo, SP
04203-002 Brasil
Telefone: +55 (11) 2627-7800
info.brasil@hella.com
www.facebook.com/hellabrasil
www.hella-brasil.com

Saiba mais sobre o
nosso portfólio



www.hella-brasil.com

