

AutoData

Ano 23 | Janeiro 2015 | Edição 305



Personalidade do Ano

**Philipp
Schiemer**

Empresa do ano
CNH Industrial



Imagens meramente ilustrativas.



**Nossos caminhões também
são feitos sob medida para darem
motivos de comemoração.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



**MAN Latin America, vencedora do Prêmio AutoData na categoria Veículo
Caminhão com os modelos VW Constellation 19.420, 25.420 e 26.420.
Muito obrigada pelo seu voto.**

MAN Latin America, fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.
www.man-la.com

MAN



**Caminhões
Ônibus**

12 | Capa

Eleito Personalidade do Ano 2014 pelos leitores e assinantes dos produtos da AutoData Editora, o presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO do Grupo Daimler para a América Latina, Philipp Schiemer, faz análise sem rodeios a respeito dos desafios que o setor automotivo tem pela frente e como enfrentá-los

20 | Prêmio AutoData

A cerimônia, os cases de sucesso e os vencedores da nossa tradicional premiação

26 | Montadora do Ano/ Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção

CNH Industrial

30 | Montadora de Automóveis e Comerciais Leves

Honda

34 | Montadora de Veículos Comerciais

Volvo

38 | Sistematiza/Qualidade e Parceria

Bosch

40 | Fornecedor de Peças, Partes e Componentes

Keko

44 | Produtor de Motores/ Exportador

MWM International

46 | Fornecedor de Logística

Veloce Logística

50 | Estratégia de Marketing

Fiat

52 | Produtor de Implementos Rodoviários

Empresas Randon

56 | Gestão

International Caminhões

58 | Inovação Tecnológica

Delphi

62 | Empreendedorismo

Jaguar Land Rover

64 | Encarroçador de Ônibus

Caio Induscar

68 | Sustentabilidade

Pirelli

72 | Veículos Automóveis

Toyota Corolla

74 | Veículo Comercial Leve

Fiat Strada

78 | Veículo Caminhão

Volkswagen Constellation 420

80 | Veículo Ônibus

Mercedes-Benz O 500

84 | Veículo Importado

Mercedes-Benz CLA

88 | Distribuição

Retrato de Alarico Assumpção Jr., o recém-eleito presidente da Fenabreve para o triênio 2015-2017

92 | Premiação GM

O Supplier Quality Excellence Award tem como objetivo principal incentivar a base fornecedora a crescer com qualidade

96 | Prêmio Interação

Mercedes-Benz convoca parceiros a acompanhar a fabricante com investimentos para melhoria da qualidade e redução de custos

98 | Fornecedor

Mann+Hummel, uma das maiores fabricantes de filtros do mundo, completa 60 anos desde que iniciou atividades no Brasil

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

102 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

106 | Artigo

Ricardo Reimer, presidente do Grupo Schaeffler

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

Conselho Editorial

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

Redação

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

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: Simão Salomão

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

Departamento de Negócios

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

Comercial e Publicidade

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

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

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

Apoio

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

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISN 1415-7756

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



Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPEP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/autodata



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Retomada de fôlego

Tudo bem, tudo bem... O ano de 2014 não deixará boas lembranças para boa parte das empresas automotivas daqui, é verdade. Mas, ao menos para aqueles que cultivaram um pouco mais de janela nessa vida setorial, esteve bem longe do pior dos mundos.

Se no passado não tão distante a indústria brasileira conviveu com crescimentos anuais acima de dois dígitos, um pouco mais para trás amargou, algumas vezes, tombos de mesma dimensão. Nenhuma queda, menor ou maior, é desejável, mas a de 2014 — ano de calendário atípico — exibiu uma face bem menos assustadora do que prognosticaram muitos, ainda que cortes na carne, além de férias coletivas programadas, fossem de conhecimento público no transcorrer dos últimos dois meses. Exatamente por isso, imagina-se, 2015 começa com as casas mais bem arrumadas — e preparadas — para aguardados ajustes da economia e, a julgar pela opinião de parcela significativa dos executivos, de vendas internas nos mesmos níveis das do ano passado, no mínimo. Ou seja: um ano que, mais do que pela inauguração de várias fábricas de veículos, poderá ficar marcado como um saudável período de retomada de fôlego para desafios bem maiores logo ali à frente, após 2017 e do Inovar-Auto.

AD

George Guimarães | Diretor adjunto
gguimaraes@autodata.com.br

— NOVO —
CÂMBIO, NOVO RÁDIO,
NOVO INTERIOR.

NÃO DÁ PARA ESPERAR
MENOS DE UM CARRO QUE
TEM NOVO NO NOME.



fiat.com.br/novouno
SAC 0800 707 1000 / 0800 282 1001

Pedestre, use sua faixa.

Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais.

Sistema Start&Stop disponível somente na versão Evolution 1.4. Ganho percentual de até 20% no consumo de combustível entre Sistema Start&Stop ligado e desligado, disponível na versão Evolution 1.4, em trânsito urbano intenso sempre que o veículo estiver parado, atendendo as condições de funcionamento do sistema.



NOVO UNO 2015

DESCOLADO COMO VOCÊ.

Leo Burnett Tailor Made



O Novo Uno Evolution 1.4 foi o vencedor do prêmio "The Best", da revista Car and Driver, como o melhor carro do ano.

SISTEMA START&STOP
Até **20%**
DE REDUÇÃO NO CONSUMO
DE COMBUSTÍVEL

Novo Sistema
Start&Stop



Retrovisor com
câmera de ré
e sensor de
estacionamento

Novo volante
multifuncional



Nova Central
Multimídia
com tela
de 6,2"

MOVIDOS PELA PAIXÃO.



Foton 1

Ainda que o início de operação da fábrica de Guaíba, RS, deva ocorrer somente no primeiro trimestre de 2016, Wang Xiangyin, presidente internacional da Foton, confirmou o interesse da montadora em produzir lá também caminhões pesados.

Foton 2

O executivo revelou ainda estudos para vans e SUVs. Inicialmente Guaíba produzirá caminhão de 10 toneladas, 72% nacionalizado. O pesado viria dois anos depois e na sequência os utilitários leves.

Vendida

A Visteon negociou com o fundo de investimentos Hahn & Company e com a HanKook Tire sua fatia na Halla Visteon Climate Controls, que tem fábrica em Atibaia, SP.

O número

1

mil implementos rodoviários já foram exportados pela Librelato desde a abertura de seu departamento de exportações, em maio de 2012

Polaris

As vendas de quadriciclos e UTVs da Polaris no Brasil cresceram 390% de 2012 para cá e chegaram a 1 mil unidades. Importante: os UTVs, que comportam duas ou mais pessoas, têm preços a partir de R\$ 40 mil, mas há modelos que partem de R\$ 50 mil. São veículos que contam com motores a gasolina ou diesel, câmbio CVT, tração 4x4 inteligente, sistema eletrônico para controle de descidas e até direção elétrica.

A empresa, dona da marca Indian, adquirida em 2011, estuda a produção das lendárias motos custom na Zona Franca de Manaus já a partir do fim deste ano, muito provavelmente por meio de parceria.



Divulgação/Polaris

Troca

Os concessionários Volkswagen brasileiros já negociam o Golf produzido em Puebla, no México, em substituição ao hatch trazido da Alemanha desde a apresentação da nova geração.

Cálculo

Ralf Speth, CEO da Jaguar Land Rover, fez rápida visita ao Brasil e uma previsão: o mercado interno de veículos chegará a 5 milhões de unidades em 2020.

Dürr 50

Com participação de mercado que chega a 80% no segmento de robôs de pintura de veículos, a Dürr comemora cinquenta anos no Brasil. Chegou ao País para atender a Volkswagen na década de 60. O faturamento aqui bateu os € 200 milhões em 2013, cerca de 8% da receita mundial. "Foi o melhor desempenho dentre os Brics", enfatizou Ralf Dieter, CEO global, que encaminha plano de expansão da filial brasileira: até 2017 serão investidos € 3 milhões e a meta é crescer de 5% a 6% ao ano.

Teto baixo 1

Enquanto a maior parte das montadoras amplia seus índices de vendas diretas, a Hyundai segue caminho oposto. Atendendo pedido da Abrahya, Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai, a montadora, surpreendentemente, aceitou negociar um limite para suas vendas diretas.

Teto baixo 2

Ficou decidido que no transcorrer de 2015 não mais do que 5,5 mil veículos HB20, produzidos em Piracicaba, SP, poderão ser vendidos diretamente pela fabricante.

Suor

Foi notável o esforço da Volkswagen e de seus concessionários para aumentar as vendas do Gol em dezembro. Afinal, semanas antes eram fortes os indícios de que o Fiat Palio, de fato, poderia roubar a liderança do mercado após 27 anos de hegemonia do hatch da VW.

Posse

Marca de prestígio prepara-se para assumir as vendas de seus veículos no Brasil, até hoje atribuição de importadora local.



Divulgação/Magneti Marelli

Philippot

O francês Olivier Philippot é o novo presidente da Magneti Marelli Latam, divisão da fabricante de autopeças responsável pela América Latina, região que responde por cerca de 20% do faturamento global do conglomerado italiano. O executivo acumulará suas atribuições atuais de diretor-geral das unidades de negócios powertrain e eletrônica da região. Edison Lino Duarte, que presidia a operação Mercosul da Magneti Marelli desde 2013, permanecerá na empresa como diretor comercial de equipamento original para toda a América Latina.

Segurança

O futuro nacional Jeep Renegade recebeu a classificação cinco estrelas no Euro NCap, com pontuação de 87% na proteção de adultos, 85% na de crianças, 65% na de pedestres e 74% pelos sistemas de auxílio à condução — pontuação geral de 80/100.

Visão

A Jaguar Land Rover apresentou projeto de estudos para desenvolver tecnologias que ampliem a visão externa dos motoristas, como o para-brisa virtual urbano 360. Câmeras instaladas nas colunas A, B e C transmitem em tempo real todo o entorno do veículo.

Carraro

A italiana Carraro Drive Tech escolheu Caxias do Sul, RS, para instalar sua primeira planta industrial no Brasil. Investimento de € 7,5 milhões para fornecer inicialmente eixos para tratores.

Volare

Depois de pouco mais de um ano de obras e investimento de R\$ 35 milhões, a Volare, unidade independente da Marcopolo, iniciou, em dezembro, produção na fábrica de São Mateus, ES. A planta deverá produzir oitocentos micro-ônibus já este ano.

“A Lei Renato Ferrari representa um equilíbrio de forças”

Luiz Moan | presidente da Anfavea

Para usar e vender



Divulgação/Honda

A Honda inaugurou seu primeiro parque eólico do mundo em Xangri-lá, RS, depois de dez meses de obras e R\$ 100 milhões investidos. O complexo tem nove aerogeradores para atender e superar toda a demanda de energia elétrica da fábrica da Honda Automóveis em Sumaré, SP. Por ano devem ser gerados cerca de 95 mil MW e Sumaré consome 75 mil MW. O excedente será vendido. Com o pleno funcionamento do parque a empresa deixará de emitir 2,2 mil toneladas do CO₂ por ano, o que representa cerca de 30% do total gerado pela fábrica de automóveis. Na outra ponta terá custos 40% a 45% menores. Issao Mizoguchi, presidente da Honda na América do Sul, diz que os aportes da Honda Energy, subsidiária criada para administrar a nova atividade da montadora, aumentarão nos próximos anos: “Queremos que nossas outras fábricas também tenham geração própria de energia”.

Uma parceria que dá certo.

Toyota do Brasil: Corolla é o vencedor da categoria Automóvel do Prêmio AutoData 2014.



A Toyota do Brasil agradece a todos que fazem parte desta conquista. Sem o comprometimento e dedicação dos nossos fornecedores, colaboradores, distribuidores e demais parceiros, não seria possível. As parcerias bem-sucedidas são a razão do sucesso das nossas atividades.

www.toyota.com.br



TOYOTA
Pensando mais longe



No trânsito, somos todos pedestres.

A man with short brown hair, wearing a dark grey suit jacket over a light blue button-down shirt, stands in the open doorway of a modern train. The train has a sleek, dark blue and green exterior. The background shows a clear sky with some clouds. The text "From the Top" is written in a white serif font, underlined, above the man's head.

From the Top

Desafios múltiplos

Entrevista a George Guimarães, Michele Loureiro e S Stéfani
redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

Recém-eleito Personalidade do Ano do Prêmio AutoData 2014 Philipp Schiemer voltou ao País em meados de 2013 depois de cinco anos de sua passagem anterior para presidir a Mercedes-Benz em um momento delicado da indústria automobilística, em especial o setor de caminhões. Ainda assim o executivo, formado em economia pela University

of Cooperative Education de Stuttgart, Alemanha, mostra-se otimista com o futuro do País e dos negócios, embora cobre urgência nas medidas governamentais para que a economia volte a crescer rapidamente.

Nesta entrevista Schiemer fala ainda de sua preocupação com a capacidade ociosa das plantas brasileiras, da nova estratégia para a unidade de Juiz

de Fora — “Hoje em situação bem mais cômoda” — e também de relações trabalhistas:

“O Brasil mudou muito nos últimos dez, quinze anos. Mas só aqui, numa situação como esta, fala-se em reajuste salarial equivalente ao índice inflacionário ou acima dele. Criou-se esse automatismo, mas que agora está fora da realidade”.

“A indústria automobilística é um reflexo da economia em geral, principalmente o mercado de caminhões”

O senhor saiu do Brasil em 2009 e retornou há um ano e meio. Em que medida País e setor automotivo nacional mudaram nesse período?

A situação mudou completamente. Até 2009 havia muito otimismo. Naquela época a dúvida era apenas quanto o Brasil cresceria, e ninguém duvidava do crescimento. Cinco anos depois questionamos se o País voltará a crescer e se o mercado interno também. Mas no fundamental pouca coisa mudou: o potencial do Brasil continua muito grande, assim como o de nossa indústria. É certo que as condições para crescer pioraram bastante e a tarefa agora é voltarmos ao quadro que tínhamos lá atrás.

Mas o senhor mantém a posição de que não há motivos para o Brasil deixar de crescer 3% ao ano?

Sem dúvida! Tanto acreditamos que reforçamos nossos planos de investimento para o País. Em meados do ano passado, quando fiz tal comentário, também disse que esse crescimento não vem por si mesmo,

tem que ser trabalhado, precisa das reformas estruturais. É o que esperamos deste novo governo.

Como chegamos a essa situação tão adversa?

A indústria automobilística é um reflexo da economia em geral, principalmente o mercado de caminhões. Se o País não cresce não há investimento e sem ele ninguém compra caminhão. Também não há aumento da renda da população e, com isso, não se vende automóveis. Então estamos extremamente vinculados ao crescimento do PIB, isso é claro. Mas as bases para o crescimento mudaram. Temos um crescimento muito baixo, inflação alta e juros muito altos. E mesmo com esses juros, que são os mais altos do mundo, o governo não tem conseguido controlar a inflação e, como consequência, o País não cresce. Para o investidor vale mais colocar o dinheiro no banco do que arriscar em uma indústria, num projeto. A mesma coisa acontece com o assalariado, que

percebe os seus custos aumentarem e enfrenta financiamentos mais caros, preferindo esperar um momento melhor para comprar. E ele está certo! Por isso temos de quebrar esse círculo, fazer a inflação ceder e, depois, os juros recuaram também. Com juros mais baixos tudo fica mais fácil.

Como a Mercedes-Benz administra o atual momento de mercado em baixa com custos crescentes?

É um cenário desafiador para toda a indústria. De fato o mercado de 2014 fechou em um nível alto se considerarmos a média histórica. Só que não se pode esquecer que em 2009, 2010 e 2011 todo mundo se preparou para um mercado muito maior. Hoje a capacidade produtiva vai muito além do mercado. E isso combinado com os aumentos de custos e a adoção de motores Euro 5, que encareceu nossos produtos de 5% a 7%. Sem poder repassar tudo isso para o preço final chegamos agora a um limite. Este ano será de muitos desafios também, um período para nos prepararmos e daí sairmos fortalecidos, ajustando capacidade. Não tenho dúvida de que alguns concorrentes terão muitas dificuldades nos próximos meses.

Qual é a ociosidade hoje?

Nossa capacidade produtiva é da ordem de 80 mil caminhões por ano e fabricamos uns 65% disso. Portanto não precisamos pensar em expansões tão cedo. Antes precisamos aprimorar nossos processos e encontrar meios

para baixar custos ou para pelo menos mantê-los nos níveis atuais.

Juiz de Fora surgiu para produzir carros, depois passou a fabricar caminhões e agora se concentrará na produção de cabines. Afinal, qual é a vocação dessa fábrica?

A Mercedes-Benz tanto acredita no Brasil que manteve essa fábrica em operação durante todo esse tempo. Diria que 90% das empresas teriam fechado Juiz de Fora sem pensar duas vezes. Quando decidimos que ela passaria a produzir caminhões falamos que essa transformação demoraria um tempo, mas que era uma vocação produzir caminhões. Não mudamos nossos planos em nada. Iniciamos com a montagem do Accelo e do Actros e, agora, começaremos uma segunda fase: Juiz de Fora concentrará a produção das cabines de todos os modelos de caminhões. Essa mudança representa uma grande vantagem, pois poderemos fechar a pintura e a área de montagem de cabines em São Bernardo do Campo e ganhar em produtividade. Em contrapartida o Accelo volta a ser montado lá, onde também será produzido o novo Actros em uma segunda etapa. Outro aspecto vantajoso é que centralizaremos a distribuição de nossos produtos no ABC. Então Juiz de Fora agora tem uma situação bem mais cômoda, pode respirar. Não depende das vendas de apenas um ou outro modelo, ela fabricará de 50 mil a 60 mil cabines para toda a linha.

“Este ano será de muitos desafios, um período para nos prepararmos e daí sairmos fortalecidos, ajustando capacidade”



A ESTRADA NOS PREMIA COM MUITAS ALEGRIAS.
**O SEU RECONHECIMENTO
É A PRINCIPAL DELAS.**



Randon, vencedora do Prêmio Autodata 2014 na categoria Produtor de Implementos Rodoviários.

RANDON[®]
IMPLEMENTOS

Mas os trabalhadores de Juiz de Fora não devem gostar de tantas mudanças...

Primeiro é importante dizer que com essa nova estratégia nenhum posto de trabalho foi cortado ou está em perigo. Ao contrário: temos possibilidade de crescer lá. E sempre dissemos isso para o sindicato. Os trabalhadores, claro, ficam inseguros. Mas é preciso fazer um balanço e ver que temos uma fábrica grande em São Bernardo do Campo, que igualmente precisa de produção para ser eficiente. Diria que hoje a situação de Juiz de Fora é mais tranquila do que a do ABC, onde temos a maior parte de nossa produção e que está em fase de renovação de maquinário. Mas se a economia ajudar não há problema para ninguém.



A Mercedes-Benz fechou 2014 com um estoque mais equilibrado?

Decidimos parar a produção em dezembro inteiro para começar 2015 com estoque mais justo, novo ânimo e produto com ano-modelo novo.

A Mercedes-Benz ampliou o lay-off para um grande número de empregados e por conta própria. Por quê?

A gente sabe da nossa responsabilidade social e da importância de funcionários que foram treinados durante muito tempo e que não gostaríamos de perdê-los. A ideia é manter pessoal o máximo possível para que numa eventual retomada não precisemos recomençar

do zero. Agora tenho de falar a verdade: se o mercado não melhorar a situação ficará muito complicada.

O mercado reagirá este ano?

Dependerá das condições de financiamento. Ainda é muito difícil fazer qualquer projeção, a não ser que será um ano desafiador pelos ajustes que deverão ocorrer na economia e que refletirão na demanda. Se os ajustes forem corretos e rápidos podemos esperar alguma reação para o segundo semestre. Potencial para essa reação há o suficiente: é só falarmos em infraestrutura, na agricultura, que seguirá muito forte, e na necessidade da renovação da frota

em geral. E muitos transportadores pequenos tiveram dificuldades para obter financiamento nos últimos anos. Com juros menores, esse pessoal terá condições de trocar de caminhão. Isso sem falar no Programa Nacional de Renovação de Frota.

A tendência para este começo de ano, no entanto, é de vendas mais conservadoras...

O transportador tem problemas semelhantes aos nossos. Os custos deles estão aumentando e muitos dependem fortemente do custo operacional de suas frotas. E, sem dúvida, uma frota nova tem custos inferiores. Lógico, mais uma vez,



Nenhum posto de trabalho foi cortado ou está em perigo em Juiz de Fora. Ao contrário, temos possibilidade de crescer lá.

tudo dependerá das condições de financiamento, do choque inicial. A gente sempre fala: o que mais precisamos é previsibilidade.

A Mercedes-Benz brasileira tem uma forte dependência do mercado argentino nas exportações...

Perto de 80% do que exportamos em caminhões segue para a Argentina. Dos ônibus é quase a metade do total. E o mercado lá caiu acima de 30% em 2014. Dá até para perguntar porque não caiu mais, mas há sempre uma demanda contínua por caminhões em função de o país ser um forte produtor agrícola. O problema da Argentina é que ela não tem mais acesso ao mercado internacional de capitais, não tem dólar e, portanto, não tem como pagar as contas. A Mercedes-Benz está até em uma situação favorável, porque geramos divisas com a exportação da Sprinter e, por isso, conseguimos vender alguma coisa para mercado argentino. Alguns concorrentes até já pararam de vender lá. A Argentina, entretanto, achará uma solução para essa crise, no fim de 2015 haverá eleições presidenciais. Então a partir de 2016 poderá acontecer alguma coisa.

Dólar a R\$ 2,60 é um bom patamar para a indústria automobilística?

Não existe dólar bom ou ruim. O importante é um câmbio estável e previsível. O dólar de hoje, de um lado, representa importações mais caras, de outro, exportações mais atraentes. Infelizmente o reflexo no

custo é muito mais rápido que nas exportações. Não se conquista ou retoma vendas externas de um dia para o outro. Não se pode esquecer: mesmo com o dólar a R\$ 2,60 o Brasil não é competitivo em produtos industrializados. Não concorremos com a Europa, mas com China e Índia, onde os custos de produção são inferiores e a exportação é subsidiada, enquanto aqui é taxada e diante de e uma infraestrutura deficiente. Os custos logísticos de São Bernardo do Campo para o Chile são mais altos do que da Alemanha para o Chile.

Mas o câmbio não ajudará?

Claro, as exportações brasileiras melhorarão, conseguiremos uma ou outra venda a mais, mas não salvarão nossas vidas. Não dá para esperar um milagre.

O senhor falou que, neste momento, não dá para repassar aumento de custos para o produto final. Esse é o discurso para os seus fornecedores?

O desafio é para todos da indústria. O que acontece conosco acontece com os fornecedores. Se não há como crescer com o mercado, a única coisa que podemos fazer, que está nas nossas mãos, é ajuste de custos. É um fato, uma mensagem que ninguém quer ouvir, mas uma realidade que temos de encarar. E falamos a mesma coisa para os nossos funcionários. Eles entendem e se sentem respeitados. O pior é esconder os fatos e, depois, surpreender as pessoas.



“Não existe dólar bom ou ruim. O importante é um câmbio estável e previsível. E mesmo com dólar a R\$ 2,60 o Brasil não é competitivo.”

Neste imaginado cenário de ajustes há espaço para aumentos reais dos salários como aconteceu nos últimos anos?

O Brasil mudou muito nos últimos dez, quinze anos. Era um País relativamente barato para produzir e hoje não é mais. O que isso quer dizer? Haverá cada vez menos demanda para trabalhos menos qualificados. Não dá para sonhar que seja diferente. Os trabalhadores precisam investir em formação e qualificação. É um desafio para a empresa e para a sociedade. Já falamos para nossos colaboradores que 2015 será de sacrifícios e que todos terão de colaborar. Nesse sentido conseguimos fechar um acordo com os trabalhadores que foi bom, sensato, que congela a

base salarial. Em uma crise todos necessitam apertar os cintos.

Isso significa abrir mão de reajustes reais ou até mesmo de mera reposição da inflação?

Só no Brasil, numa situação como esta, fala-se em reajuste salarial equivalente à inflação ou acima dela. Em qualquer outro país em recessão — verdade seja dita, o Brasil esteve em recessão em 2014 — os salários são congelados, não se fala mais sobre isso. No Brasil, infelizmente, criou-se um automatismo que quando se fala em ajuste salarial a pergunta é: quanto acima da inflação? Mas isso agora está fora da realidade.

Agora, se a empresa ganha dinheiro o funcionário também deve ganhar e isso funciona muito bem por meio de participação nos lucros. Creio que isso é justo, merecido, e deve ser a fórmula do futuro em vez de aumento de custo fixo.

Alguns funcionários excedentes nas fábricas de caminhões poderiam ser aproveitados na futura planta de automóveis de Iracemápolis?

A grande maioria será contratada na região, que tem muitas indústrias e mão de obra relativamente fácil de ser encontrada. Agora, sem dúvida, pretendemos oferecer para uma parte de nosso pessoal uma oportunidade lá. Tanto de São Bernardo do Campo quanto de Juiz de Fora, que já trabalhou com carros e é qualificada. Mas será a minoria, com certeza. **AD**

*Nossa fábrica de Joinville conseguiu
ser mais verde do que a gente esperava.*

As iniciativas sustentáveis da fábrica da GM em Joinville trouxeram muito mais benefícios que os esperados para o meio ambiente, comunidade e região. Como reconhecimento, fomos a primeira fábrica da indústria automotiva da América do Sul a receber o certificado LEED Gold.





A noite dos vencedores

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Cerca de trezentos representantes de fornecedores, montadoras e associações relacionadas ao setor automotivo prestigiaram a 15ª edição do Prêmio AutoData na noite de quinta-feira, 27 de novembro de 2014, no auditório do Cenesp, Centro Empresarial de São Paulo, no bairro de Santo Amaro. Foram revelados os premiados nas 23 categorias da mais tradicional premiação do setor automotivo brasileiro e feitas duas homenagens especiais.



Divulgação/Marcos Finotti

Cerimônia reuniu cerca de trezentos representantes da indústria automotiva no auditório do Centro Empresarial de São Paulo

O Prêmio AutoData — Melhores do Setor Automotivo é realizado anualmente desde 2000 de forma ininterrupta. Os jornalistas da AutoData Editora escolhem por votação interna os melhores cases selecionados dentre as publicações da casa e os leitores da Revista AutoData, Agência AutoData de Notícias e os participantes do Congresso AutoData Perspectivas elegem os grandes vencedores.

Coube à CNH Industrial, representada pelo seu presidente Vilmar Fista-

rol, receber o tributo especial Empresa do Ano, um dos mais importantes da indústria. A companhia, criada há um ano, foi a escolhida pelo conselho de notáveis do setor, formado por Alencar Burti, Francisco Bueno, Luiz Adelar Scheuer, Luiz Carlos Mello e Maurício Muramoto.

Outro importante prêmio, o Personalidade do Ano, foi entregue a Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO para América Latina, em reconhecimento ao seu tra-



“Thomas Schmall recebeu homenagem especial pelo seu trabalho frente à Volkswagen do Brasil nos últimos sete anos

balho no último ano e meio à frente da companhia.

ISCAS INTELECTUAIS — A descontraída cerimônia no Cenesp foi conduzida pelo palestrante Luciano Pires, que por 26 anos trabalhou na divisão de marketing da Dana, tradicional fornecedor de componentes e peças para veículos leves e pesados.

Suas iscas intelectuais pescaram a atenção da plateia enquanto os premiados de cada categoria eram chamados ao palco para receber o troféu. Ao fundo, a banda Seis Com Casca conduziu grandes sucessos da música nacional e internacional de maneira inusitada, com arranjos mais eruditos.

Antes de o primeiro vencedor da noite ser chamado ao palco, porém,

o protocolo foi quebrado: Pires convocou Thomas Schmall, presidente e CEO da Volkswagen do Brasil e Personalidade do Ano 2013 do Prêmio AutoData, para subir as escadas junto com os diretores de AutoData Editora Márcio Stéfani, S Stéfani e Vicente Alessi, filho, para receber uma homenagem especial.

Após sete anos à frente da Volkswagen brasileira Schmall retorna a Wolfsburg, na Alemanha, para compor o Conselho de Administração da marca Volkswagen, na divisão de Componentes.

Por toda a sua participação e colaboração com AutoData em entrevistas, palestras nos Seminários e Congressos, foi homenageado com uma escultura da artista plástica austríaca

SIEMENS

Inove a Fabricação de Veículos.

Siemens PLM Software: Decisões mais inteligentes, produtos melhores.

Entregue veículos de qualidade no prazo, o tempo todo.

Com o ritmo acelerado da inovação, as montadoras tem que atingir o volume ideal de produção mais rápido e ao mesmo tempo lidar com variantes de produto mais complexas.

Para se destacar, você precisa inovar. Sua equipe precisa executar um "Lançamento Preditivo" com máxima eficiência. Você precisa atingir as metas de qualidade na primeira vez, minimizar problemas de produção – e repetir processos globalmente.

A Siemens PLM Software pode ajudar. Nossa solução de Manufatura Integrada ajuda você a planejar, validar e executar processos de powertrain, body-in-white e montagem final em um ambiente integrado.

O resultado? A oportunidade para ter produtos melhores, processos confiáveis, alta produtividade... e maiores lucros.

Saiba mais sobre nossa solução para Lançamento Preditivo em bit.ly/siemensad



A Manufatura Integrada da Siemens PLM Software ajuda montadoras a executar programas de carros globais com máxima eficiência e qualidade na primeira vez.



Respostas para Indústria.

Signe Möbus, que simboliza a Amizade. “Schmall deixará saudades, não somente como um grande profissional, mas como um amigo”, afirmou o diretor de AutoData, Márcio Stéfani, quando entregou a escultura ao alemão naturalizado brasileiro — que agradeceu a honraria e prometeu deixá-la em local de destaque em seu escritório ou residência.

MAIS HOMENAGEM — O protocolo foi quebrado novamente pelo apresentador Luciano Pires quando anunciou a Volvo como vencedora na categoria Montadora de Veículos Comerciais do Ano. Para representar o grupo pediu que subisse ao palco Roger Alm, presidente para a América Latina, que, como Thomas Schmall es-

tava para deixar o País e foi agraciado com homenagem especial.

O sueco foi escolhido para comandar a operação da companhia na Europa do Norte, responsável pelos negócios de 35 países, após cinco anos à frente da divisão latino-americana. Como Schmall, o executivo recebeu uma escultura da artista plástica austríaca, que simboliza a Visão.

Findas as quebras de protocolo, um a um os laureados da noite foram chamados ao palco do auditório do Centro Empresarial de São Paulo e receberam o desejado troféu do Prêmio AutoData 2014. Todos os premiados, bem como seus cases, estão nas próximas páginas desta edição e na seção From the Top a entrevista com o Personalidade do Ano, Philipp Schiemer. **AD**

Antes da entrega
dos prêmios
os convidados
participaram
de coquetel de
confraternização
na ante-sala do
auditório



COM O VOTO DOS NOSSOS CLIENTES, A KEKO VENCEU O PRÊMIO AUTODATA.



A Keko venceu pela segunda vez o Prêmio Autodata. Maior que nossa alegria, apenas nossa gratidão. Na estante está o prêmio, em nossos agradecimentos, você. Obrigada por votar na Keko.



Fornecedor de Peças,
Partes e Componentes.



Novo conglomerado

O grupo fatura mundialmente US\$ 33,5 bilhões, dos quais 19% provenientes dos negócios gerados na América Latina

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Anunciada oficialmente em outubro de 2013, a CNH Industrial surgiu da união das empresas da Fiat Industrial com as da CNH Global, integrando as operações de equipamentos agrícolas e de construção da Case e da New Holland com os caminhões e veículos comerciais da Iveco e os motores e transmissões da FPT. A partir da fusão a nova companhia consolidou-se dentre as maiores do mundo em bens de capital, com 64 fábricas em todo o globo, presença em 170 países e um faturamento de US\$ 33,5 bilhões em 2013.

Da receita total registrada, conforme revela Vilmar Fistarol, presidente da CNHi América Latina, a região respondeu naquele ano por 19%, com crescimento em relação ao ano anterior, quando a fatia no bolo global tinha sido de 15%.

Na América Latina a companhia

Vilmar Fistarol



Simão Solomão

opera com onze fábricas, sendo sete no Brasil, três na Argentina e uma na Venezuela, que geram juntas mais de 11 mil empregos diretos, impulsionando o desenvolvimento agrícola, de transportes e de infraestrutura, além de colaborar para o desenvolvimento social e econômico dos municípios onde opera.

Todas as fábricas da CNHi na América Latina operam com WCM, World Class Manufacturing, um modelo de gerenciamento com alto padrão de qualidade presente em todas as unidades da empresa ao redor do mundo. Além das plantas produtivas a CNHi também está presente na região com um moderno centro de distribuição de peças em Sorocaba, no Interior de São Paulo, um centro de suporte ao cliente em Cuiabá, MT, um campo de provas em Sarzedo, MG, e três centros de treinamento para equipamentos agrícolas e de construção, sendo dois no Brasil e um na Argentina.

Nos segmentos de máquinas agrícolas e de construção o grupo reúne as marcas New Holland e Case.

A New Holland Agriculture produz completa linha de tratores de pequena, média e grande potência, além de colheitadeiras de grãos e forrageiras, dentre outros equipamentos. A Case IH tem linha composta por colheitadeiras de grãos Axial-Flow, colhedoras de cana, café e algodão, além de tratores de todas as potências, pulverizadores autopropelidos e plantadeiras.

A Case Construction está presente no Brasil há mais de noventa anos e é uma das líderes de mercado, com ampla li-

nha de produtos de alta tecnologia, desde máquinas de menor tamanho, como minicarregadeiras, miniescavadeiras e retroescavadeiras, até equipamentos mais pesados, como motoniveladoras, pás-carregadeiras e escavadeiras hidráulicas de grande porte, de até 80 toneladas. A New Holland Construction completou sessenta anos por aqui em 2010, oferecendo máquinas para infraestrutura, mineração, construção civil e segmento florestal.

EXPANSÃO CONTÍNUA – Ante faturamento global de US\$ 33,5 bilhões em 2013 a CNH Industrial tem por objetivo, segundo Vilmar Fistarol, atingir receita mundial de US\$ 38 bilhões em 2018: “Os veículos comerciais respondem por cerca de 33% desse total, máquinas agrícolas por 45%, máquinas de construção por 11% e powertrain também 11%”.

Na América Latina os segmentos que mais se destacam, de acordo com o executivo, são aqueles que têm a ver com produtividade.

“A potência dos tratores cresceu algo como 20% nos últimos cinco anos. E isso tem gerado muitas compras, também em colheitadeiras. Temos um cliente no Rio Grande do Sul que está trocando vinte colheitadeiras por apenas cinco novas. Isso pra ganhar em produtividade”.

O presidente da CNHi revela ainda que a empresa investe no País perto de US\$ 150 milhões ao ano em pesquisa e desenvolvimento, fornecedores, ferramenta e adaptação e atualização das linhas de produção.

AD

A CNHi é uma das maiores empresa do mundo em bens de capitais, com 64 fábrica ao redor do globo



WORKSHOPS

TENDÊNCIAS SETORIAIS

AUTO DATA



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

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

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

MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

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

25
de fevereiro

14H45/15H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS MÁQUINAS AGRÍCOLAS, MERCADO
DOMÉSTICO

VALENTINO RIZZIOLI, PRESIDENTE CNH; JOHN DEERE E AGCO

15H30/15H45 • COFFEE BREAK

15H45/16H30 • PAINEL
TENDÊNCIAS MÁQUINAS DE CONSTRUÇÃO, MERCADO
DOMÉSTICO

**ROQUE REIS, DIRETOR CNH; ROBERTO MARQUES, COUNTRY
MANAGER BRASIL JOHN DEERE CONSTRUCTION & FORESTRY
E AFRÂNIO CHUEIRE, PRESIDENTE VOLVO CE.**

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

INVESTIMENTO
R\$ 980,00

Apoio



E MAIS...

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS CAMINHÕES

27
de abril

WORKSHOP TENDÊNCIAS SETORIAIS AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES

25
de maio

WORKSHOP TENDÊNCIA SETORIAIS ÔNIBUS

29
de junho

INFORMAÇÕES

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

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ANTECIPADAS PELO TELEFONE

(11) 5189-8938/8940

OU PELO E-MAIL

SEMINARIOS@AUTODATA.COM.BR

PARA SE INSCREVER NOS DEMAIS
WORKSHOPS ENTRE EM
CONTATO CONOSCO.

SEMINARIOS@AUTODATA.COM.BR
(11) 5189-8938

AUTODATA Seminários **AUTODATA**

Sem perder o ritmo

Com vendas estáveis em 2014 a fabricante inaugura nova fábrica em dezembro e, assim, dobra sua capacidade produtiva no País

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Carlos Eigi Miyakuchi

A até o fim do ano a Honda inaugura sua segunda fábrica no Brasil, que terá capacidade para 120 mil unidades/ano e recebe investimento, por meio de capital próprio, de R\$ 1 bilhão. Localizada em Itirapina, a 100 quilômetros da unidade industrial de Sumaré, no Interior paulista, a nova linha de produção gerará cerca de 2 mil empregos diretos.

Operando atualmente no limite de produção, a Honda dobrará sua capacidade no Brasil quando a nova fábrica entrar em operação. Lá serão produzidas as novas gerações do Fit e do City e um novo modelo. As duas fábricas serão complementares e apenas o Civic, montado sobre plataforma diferente, será exclusivo de Sumaré.

Em setembro a empresa lançou o novo City e, em outubro, durante o Salão do Automóvel de São Paulo, apresentou o HR-V, um misto de mini-van com SUV que chegará ao mercado em março e será o quarto modelo da marca com produção local.

Simão Salomão

De acordo com o vice-presidente comercial da Honda Automóveis, Roberto Akiyama, a proposta com o HR-V é abrir um novo segmento no mercado brasileiro. “Nosso SUV é diferente, por isso dizemos que ele se posicionará num segmento ainda sem concorrente. Nosso foco é oferecer produtos atrativos em todos os aspectos para exceder as expectativas dos consumidores brasileiros”.

Com motor 1.8 Flex-One [que dispensa o uso do tanquinho de gasolina], o mesmo da linha Civic, o HR-V deverá proporcionar maior volume de vendas para a empresa no ano que vem. Issao Mizoguchi, presidente da Honda América do Sul, disse que a expectativa da empresa é atingir 155 mil emplacamentos em 2015 – incluindo modelos importados –, ante os cerca de 140 mil do ano passado.

Só do novo SUV serão produzidos, ao longo de um ano, 50 mil unidades. Segundo Mizoguchi o HR-V tem mais de 70% de índice de nacionalização e a empresa – que hoje conta com quase duzentos fornecedores no País – investirá na ampliação deste índice.

ENERGIA PRÓPRIA – Em novembro do ano passado, ao participar de inauguração do parque eólico de Xangri-lá, RS, que garantirá a geração da energia total consumida em Sumaré, Mizoguchi revelou planos de ampliar investimentos na área energética para também suprir no futuro a demanda da fábrica de Itirapina:

“Os aportes da Honda Energy, subsidiária criada para administrar a nova

atividade da companhia, aumentarão nos próximos anos”.

Com investimento de R\$ 100 milhões o parque eólico de Xangri-lá possui nove aerogeradores e, por ano, pode gerar 95 mil MW, o equivalente ao consumo de energia de uma cidade com população aproximada de 35 mil pessoas. Para abastecer a unidade de Sumaré a Honda necessita de 75 mil MW/ano e, portanto, a empresa ainda lucrará com a comercialização da energia extra no mercado livre. Mizoguchi, no entanto, garante que o lucro não foi o agente decisivo para a construção do parque: “Esse é um símbolo do nosso comprometimento com a sustentabilidade”.

Com o pleno funcionamento do parque a empresa deixará de emitir 2,2 mil toneladas do CO₂ por ano, o que representa cerca de 30% do total gerado pela fábrica de automóveis no Interior paulista. Na outra ponta a montadora terá custos 40% a 45% menores na fábrica.

Com relação ao potencial do País o vice-presidente comercial da Honda Automóveis, Roberto Akiyama, destacou que a empresa enxerga boas oportunidades no mercado brasileiro: “Acreditamos que podemos atuar de acordo com as necessidades e realidade dos diferentes perfis de consumidores espalhados pelas cinco regiões do Brasil. Por isso, manteremos o cronograma de lançamentos e expansões, de produção e da rede de concessionárias. A Honda acredita muito no Brasil e seus recentes investimentos demonstram esta confiança. **AD**

“A segunda fábrica de carros da Honda no País recebe R\$ 1 bilhão e terá capacidade para 120 mil unidades/ano



CNH
INDUSTRIAL

Domini & Pizzuto

CASE 
SIGNATURE

CASE
CONSTRUCTION

Onde tem desenvolvimento, tem a nossa marca.
AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA



É CAMPEÃ!

**CNH Industrial.
A Empresa do Ano.**

Pode bater no peito e gritar é campeã. Em um ano de muitos desafios, a CNH Industrial foi eleita a "Empresa do Ano" no Prêmio AutoData. Além disso, faturou também o prêmio de "Máquinas Agrícolas e de Construção". Tudo isso graças à força de um dos maiores grupos industriais do mundo. Que venha 2015, com novos desafios!



IVECO

**IVECO
BUS**

IVECO
VEÍCULOS DE DEFESA

MAGIRUS



Passos à frente

Volvo passou a produzir no País os seus mais modernos caminhões da linha F

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Em 2013 a Volvo registrou fato inédito em sua história no Brasil ao bater o recorde de vendas de caminhões, com 20,7 mil unidades emplacadas, alta de 30,6% sobre o resultado de 2012. Com o desempenho a fabricante alcançou participação de 20% do segmento, passando a ocupar o terceiro lugar no ranking de vendas da Fenabrave, à frente da Ford. Vale lembrar que a fabricante de Curitiba, PR, atua somente em duas categorias de caminhões, semipesados e pesados, enquanto a rival dispõe de ofertas desde os semileves.

O ano passado foi difícil para todos, mas ainda assim a Volvo conseguiu se manter como uma das que menos registrou queda. Segundo as estatísticas da Anfavea, de janeiro a novembro o mercado absorveu 17,7 mil caminhões da Volvo, recuo de 5,9% ante o mesmo período de 2013.

Até aquele momento o resultado representava participação de 14,3%, ainda como a terceira fabricante de caminhões que mais vende, atrás somente



Roger Alm

Simão Solomão

das tradicionais fabricantes Mercedes-Benz e da MAN.

O ano que começa ainda se mostra nebuloso para o mercado de caminhões em virtude dos caminhos que a economia brasileira pode tomar. De qualquer a maneira a Volvo investe desde o ano passado US\$ 320 milhões para nacionalização de novos produtos, pesquisa e desenvolvimento e processos de manufatura.

Parte dos resultados dos recursos passa a ser vista a partir deste mês com o início da produção dos novos caminhões da linha F, apresentada em outubro do ano passado. Composta pelos FH, FM e FMX, os modelos são os mais modernos da companhia, os mesmos que rodam na Europa. O lançamento também representou a mais importante atualização de produtos já feita pela Volvo no Brasil.

“É uma família de caminhões totalmente nova que estamos agora trazendo para o País”, resumiu o presidente do Grupo Volvo América Latina, Roger Alm, na ocasião do lançamento. “Estamos entrando na era digital do transporte. E com estas novidades a Volvo se coloca a dois ou três passos à frente da concorrência.”

A atualização trouxe novas cabines, mais aerodinâmicas e maiores internamente. Na linha, os modelos FH são oferecidos com motores de 420, 460, 500 ou 540 cv nas configurações 4x2, 6x2, 6x4, 8x2 ou 8x4. Os FMX, além de toda linha de motores incluindo dos de 370 ou 380 cv, também oferece opções de tração 4x4 ou 6x6. Já os FM saem de fábrica com motores de 370

“
Desde o ano
passado a
empresa investe
R\$ 320 milhões
em nacionalização
de novos
produtos, P&D e
manufatura

ou 380 cv em versões 4x2, 6x2 ou 8x2.

Para esta nova linha a Volvo investiu cerca de US\$ 3 bilhões no desenvolvimento mundial. Foram seis anos dedicados ao projeto, que somou 10 milhões de horas de engenharia, 1 mil simulações em computação gráfica, 18 milhões de quilômetros rodados e 25 teste destrutivos.

Para receber a nova linha de caminhões, a unidade de Curitiba ganhou atualizações, com a chegada de 34 novos robôs para fechamento da cabine e outros dezesseis na área de pintura.

TIPO EXPORTAÇÃO – “Nossa fábrica é hoje uma das mais modernas da Volvo em todo o mundo e nosso sistema de produção está sendo exportado para outras unidades”, conta Jorge Marquesini, diretor de produção. “Isto é fruto de um trabalho iniciado há mais de dez anos e que envolveu todos os funcionários.”

A chegada da nova linha F também trouxe novidades tecnológicas como o I-See, sistema que reconhece e registra a topografia das estradas e memoriza as informações de dirigibilidade de cada caminho. Em uma viagem futura pelo mesmo trajeto o sistema busca os dados e, automaticamente, controla as trocas de marcha, a aceleração e a frenagem do veículo, tornando-o mais eficiente principalmente em relação ao consumo de combustível.

Outro dispositivo inédito é o My Truck, recurso que permite ao motorista e ao transportador acesso a informações como níveis de combustível, Arla 32 e óleo do motor no celular. **AD**



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

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



TODOS JUNTOS FAZEM UM TRÂNSITO MELHOR.



HONDA
The Power of Dreams

Nacionalização em curso

Robert Bosch acentua investimento em localização de sistemas, comprometida com a busca por mais eficiência energética

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Carlos Eduardo Abdalla

Em junho do ano passado a Robert Bosch já havia emplacado o segundo lugar no Ranking Qualidade e Parceria da AutoData Editora e, assim, passou a concorrer automaticamente ao Prêmio AutoData no que ficou estabelecido como mais uma categoria. Em 27 de novembro a empresa somente reforçou o destaque que recebeu meses antes ao ser a vitoriosa pelo voto dos leitores e assinantes da AutoData em Qualidade e Parceria. A companhia investe forte e continuamente em inovação, além de participar atualmente dos diversos projetos da indústria automotiva com o objetivo de reduzir consumo de combustível, especialmente aqueles relacionados às metas do Inovar-Auto.

O Grupo Bosch, que em 2014 comemorou sessenta anos de Brasil, registrou crescimento de 8% em seus negócios na América Latina em 2013, alcançando faturamento líquido de R\$ 5,1 bilhões. O Brasil respondeu por 86% desse total, ou R\$ 4,4 bilhões, 2,3% a mais do que em 2012. O seg-

Simão Salomão

mento automotivo apresentou crescimento de 6,1%.

Segundo informações da empresa suas vendas na região mais do que dobraram nos últimos dez anos e a meta é duplicar novamente até 2020. Na última década a companhia aplicou R\$ 2 bilhões na América Latina e, em 2014, investiu R\$ 108 milhões na instalação de novas linhas no Brasil e para nacionalização de alguns produtos. Dentre as novidades do ano passado está a produção local da sonda lambda, utilizada no sistema de injeção.

START-STOP – Outra destaque foi a parceria com a Fiat para introduzir o start-stop no novo Uno. O sistema demorou quatro anos para integrar um carro produzido no País. De acordo Rafael Borelli, do marketing e gerenciamento de produtos da Bosch, foram dois anos de negociações e outros dois de desenvolvimento. “Fizemos muita pesquisa e muitas clínicas. Colocamos carros dotados com o dispositivo para que clientes experimentassem. A Fiat desenvolveu o sistema que desejava, descreveu as suas virtudes e nós o produzimos de acordo.”

Basicamente, o start-stop é constituído de uma unidade de comando de origem brasileira, de um motor de partida por enquanto importado, de um sensor de bateria, também importado devido a falta de fornecedores locais, e de uma bateria nacional.

O comando global da Bosch mostra confiança nas oportunidades a serem geradas pelo setor automotivo brasileiro. A matriz alemã acredita que o

País poderá alcançar o posto de terceiro maior mercado mundial de veículos até 2020, quando vendas internas responderiam por 6,6 milhões de unidades. A projeção foi revelada em comunicado divulgado à imprensa internacional no fim de março de 2014.

Para a Bosch “o mercado para avanço de tecnologias automotivas continuará a crescer nos próximos anos. Boa parte da frota de transporte é envelhecida e não mais atende às crescentes demandas de crescimento da economia brasileira”.

A matriz da sistemista cita ainda em seu comunicado que “como a proibição aos carros a diesel poderá ser derubada, o mercado carrega a promessa de continuidade de crescimento nos seus negócios com sistemas que utilizam este combustível”.

Para Markus Heyn, presidente da divisão Diesel da Bosch, “o governo brasileiro tradicionalmente proíbe o uso do diesel em automóveis como forma de evitar importação do combustível. Mas como atualmente o País tem condições de chegar à autossuficiência, estamos supondo que os motoristas em breve poderão optar por abastecer também com Diesel”.

A sistemista recorda ainda em seu comunicado internacional as particularidades locais, como a tecnologia flex. Para Stefan Seiberth, presidente da divisão Gasolina da matriz da Bosch, “o sistema flex fuel completo é um dos carros-chefe em tecnologia”. Na nota destaca-se que a Bosch está representada em mais de 80% dos veículos flex brasileiros.

AD

“Dentre as novidades apresentadas pela empresa destaca-se o start-stop desenvolvido para o Fiat Uno



Simão Salomão

Crescimento contínuo

Natural da Serra Gaúcha a empresa brasileira amplia negócios interna e externamente, vendendo para 35 países nos cinco continentes

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Líder brasileira em personalização automotiva, a Keko venceu na categoria Fornecedor de Peças, Partes e Componentes pelas suas ações inovadoras no mercado interno e externo, com foco principalmente em logística. Em dezembro, com os números consolidados dos três primeiros trimestres, a empresa projetava faturamento de R\$ 155 milhões em 2014, com crescimento de 19% sobre a receita líquida de R\$ 129 milhões do ano anterior. De 2008 a 2012 a empresa já havia obtido crescimento médio anual nessa mesma faixa de 19%.

“Mesmo com um ano restritivo e cheio de percalços conseguimos crescer acima do mercado no qual atuamos e da indústria”, comenta Juliano Scheer Mantovani, diretor de mercado e inovação da Keko. “Atribuímos esse

A Bosch sente-se honrada pela conquista
do Prêmio Autodata 2014.

Categorias **Sistemista** e
Qualidade & Parceria.



O setor da mobilidade está sempre em transformação e a Bosch é uma das protagonistas dessa evolução. Por meio das nossas tecnologias e serviços, proporcionamos redução do consumo de combustível e de emissão de CO₂. Ao mesmo tempo, buscamos alcançar a realidade de uma condução sem acidentes.

Nossos votos de muito sucesso em 2015.



BOSCH

Tecnologia para a vida

Faça revisões em seu veículo regularmente.

resultado aos projetos que estavam em tratativas com as montadoras desde 2013, que agora estão se concretizando, e também aos lançamentos no mercado de reposição, como a capa de estepe K3 do EcoSport”.

Para 2015 a estimativa é de incremento de 13%, chegando a uma receita de R\$ 175 milhões.

“Vamos crescer a partir do desenvolvimento de novos produtos, especialmente para as fabricantes brasileiras de veículos, e pretendemos utilizar nossa capacidade já instalada para impulsionar os negócios, além de tornar a empresa mais competitiva e próxima dos clientes.”

Mantovani prestigiou a entrega do Prêmio AutoData e subiu ao palco para receber o troféu:

“É com grande satisfação e alegria que recebemos esse prêmio, resultado do trabalho e dedicação de toda a equipe Keko em busca da melhoria contínua para atender e superar as expectativas dos nossos clientes, tanto das montadoras como do aftermarket e do mercado externo”.

Em 2013 a Keko abriu um mod center na Bahia, completando o ciclo da cadeia automotiva com a montagem de acessórios. Além disso investiu no Centro de Distribuição de São Paulo, com 2 mil m² de área física, para oferecer agilidade na logística e estar mais próxima dos clientes. Também avançou no Exterior, iniciando negociações com mercados como Índia e Suíça. Atualmente a Keko exporta para 35 países nos cinco continentes.

Fundada há 28 anos em Caxias do Sul, no coração da Serra Gaúcha, a Keko tem sido precursora de tendências em seu segmento, destacando-se pelo pioneirismo, inovação, design, tecnologia e qualidade dos produtos. Dentre seus clientes estão Ford, General Motors, Mitsubishi, Toyota e Volkswagen. E mantém marcante presença no mercado de reposição doméstico.

Seu mix de produtos inclui protetores frontais, estribos, santantônios, engates de reboque, bagageiros, capotas marítimas, protetores de caçamba, protetores de porta-malas, guinchos e faróis.

INSTALAÇÕES NOVAS – A empresa transferiu-se de Caxias do Sul em 2011, quando completou 25 anos de fundação, para um moderno parque industrial em Flores da Cunha, ali pertinho, também na Serra Gaúcha, com 25 mil m² de área construída.

Projetada com conceitos de sustentabilidade, ecoeficiência e compromisso social, a nova estrutura foi planejada para atender aos planos de crescimento da empresa e às demandas do setor automotivo brasileiro e mundial, colocando a Keko no padrão de qualidade e competitividade dos grandes players globais.

No ano passado, como parte da estratégia de ampliar sua participação no segmento de pesados, a companhia gaúcha estreou na Automec Pesados&Comerciais. Sua meta é ter 10% da sua receita proveniente de vendas nessa área.

AD

Em 2011, ao completar 25 anos, a empresa transferiu-se de Caxias do Sul para Flores da Cunha, também na Serra Gaúcha

OFTEN INVISIBLE
ALWAYS ESSENTIAL



Obrigado novamente.

Pela terceira vez consecutiva a Freudenberg-NOK Sealing Technology é reconhecida pela GM com o GM Supplier Quality Excellence Award.

Para nós é a evidência que o nosso conceito de qualidade vai muito além de fabricar produtos com excelência.

Capacidade local e externa

MWM reforça desenvolvimento de produtos e assina novos contratos para fornecimento internacional

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Os últimos meses têm sido profícuos para a MWM International. A empresa contabiliza o aumento de sua carteira com clientes inéditos nas áreas agrícola e industrial, fechando contrato de fornecimentos de motores com JCB, Sanyo, Pauny, XCMG e Atlas Copco. A fabricante tem nos seus planos estratégicos a diversificação de operações no País, além de contínua busca por novos clientes, especialmente aqueles que precisam de engenharia e conteúdo local. As demandas geram desenvolvimento de produtos como também aprimoramentos na linha existente. Somente em 2014 a companhia rea-



José Eduardo Luzzi

Simão Solomão

lizou 22 lançamentos, um pacote que vai de projetos de downsizing a componentes de motor.

Um dos bons exemplos das novidades vindas de lá é o lançamento do novo motor da Série 229 para atender a aplicações destinadas ao segmento de geração de energia.

O motor é um 4 cilindros em linha de 4 litros desenvolvido para suprir necessidades na faixa de 96 cv a 106 cv. A adoção de cabeçotes individuais e camisas úmidas removíveis permitem reparo sem necessidade de removê-lo do local em que está aplicado.

Segundo a fabricante a novidade utiliza tecnologia downsizing e substitui os aspirados de 6 cilindros que atendiam ao segmento. De acordo com o gerente da divisão de engenharia de motores, Cristian Prates Malevic, “o downsizing está cada dia mais presente na estratégia da empresa, pois proporciona aos clientes consideráveis ganhos operacionais”.

INSTALAÇÕES NOVAS – A companhia também assinou em outubro de 2014 a renovação de contrato de fornecimento de motores com a MAN Latin America. O evento para formalizar a parceria destacou o volume de 500 mil motores já entregues à fabricante de caminhões e ônibus de Resende, RJ.

O primeiro contrato, estabelecido em 2009, tratou da instalação de uma linha exclusiva da MAN Latin America na fábrica da MWM International no bairro paulistano de Santo Amaro.

No mix de produtos atualmente fornecidos para a MAN estão os mo-

tores MaxxForce 3.0H, 4.3H, 4.8H Euro 3, 6.5H e 7.2H para exportação, e os motores MAN D08 Euro 5 de 4 e 6 cilindros para os mercados local e internacional.

A MWM também é reconhecida pela sua vocação exportadora há bom tempo. Nos últimos cinco anos, por exemplo, os embarques da empresa para o segmento fora de estrada cresceram 150%.

Mais recentemente trouxe novo negócio internacional ao assinar contrato de fornecimento de motores com a UrsusPolonia, fabricante de tratores. Os modelos Ursus 8014H serão equipados com os motores MaxxForc 4,1A de 83 cv produzidos em Canoas, RS, para abastecer o mercado etíope. Com o novo contrato já somam 75 clientes da empresa no Exterior, presentes em trinta países.

Outro importante contrato externo firmado pela MWM International no final do ano passado foi com a empresa Egypt Power, envolvendo entrega de 2,4 mil motores Série 10 pelos próximos quatro anos.

Com essa mesma companhia a MWM já mantinha parceria há algum tempo por meio de contrato que envolvia o fornecimento de oitocentos motores, também da Série 10, por três anos.

No total, a MWM International já embarcou 13,5 mil motores diesel para o Egito.

A compradora presta serviços de re-pontecimento para frotas do governo local e da região, como também com geradores de energia.

AD

Somente em 2014 a MWM International realizou 22 lançamentos, incluindo o motor da Série 229 para a área de energia



Evolução limpa

Veloce Logística amplia negócios no setor automotivo e fundamenta crescimento a partir de gestão sustentável

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Paulo Guedes



Em apenas cinco anos de atividades desde que foi fundada, em 2009, a Veloce Logística já se posiciona dentre as vinte principais operadoras de transporte de carga do Brasil. No período a empresa registrou crescimento de 231% e planejava faturar R\$ 300 milhões no ano passado.

Em 2013 iniciou um grande contrato com a unidade da General Motors em Guarulhos, SP, prestando serviços de agendamento de entregas, gestão de pátio, recebimento de materiais, estocagem, separação de pedidos, expedição para clientes e gestão de estoque em um centro de armazenagem de 33 mil m² e um pátio de 6 mil m².

Simão Salomão

Inspirados
pela segurança,
movidos
pela **inovação.**



Volvo. Líder mundial em inovação, tecnologia e segurança.



👍 www.facebook.com/volvobr
www.volvo.com.br

VOLVO

“Para atender contrato com a GM a Veloce investiu R\$ 4,3 milhões em infraestrutura e dobrou o quadro de funcionários

Para isso a companhia investiu R\$ 4,3 milhões em infraestrutura e dobrou o quadro de funcionários com mais quatrocentos postos de trabalho no País. A operação com a GM representa mais de 50% dos negócios da companhia e, embora possa se supor forte dependência, Paulo Guedes, presidente da Veloce, enxerga com bons olhos, pois “aprimora a qualidade e a competência da empresa para atender novos clientes.”

O objetivo de aumentar a carteira de clientes acompanha práticas sustentáveis capazes de proporcionar rentabilidade. Ainda em seu primeiro ano de atividade a Veloce criou seu SGS, Sistema de Gestão para a Sustentabilidade, com a missão de minimizar os impactos socioambientais. Dentro dele, a adoção de certificação para caminhões com fumaça controlada, a iniciativa de fazer compras coletivas para renovação de frota e o uso de roteirizadores como forma de reduzir distâncias percorridas já contabilizam resultados animadores.

Faz parte do SGS o Registro Público do Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa no Programa Brasileiro GHG Protocol, a metodologia mais utilizada no mundo para medir e acompanhar as evoluções das empresas em termos de impactos ambientais. Assim, de 2010 a 2013 a Veloce reduziu em 12,6% suas emissões de gases de efeito estufa, embora tenha aumentado em mais de 40% o volume de carga transportado no período.

Dentre as medidas provenientes do SGS estão a introdução de carretas

com baú de alumínio no lugar de modelos tipo sider, bem como aumentou o tamanho das carretas utilizadas no transporte internacional para 15,4 metros, permitindo ampliar a capacidade de carga de 28 para trinta pallets, o que significou aumento de 5% a 7% no volume transportado por quilômetro rodado. A empresa também trouxe para dentro de casa o próprio posto de combustível e, com isso, consegue oferecer um diesel menos poluente e 3% mais econômico, com preços diferenciados para os transportadores contratados. A iniciativa ainda reduz manutenção, pois se tem maior controle sobre o que entra no tanque de combustível.

CERTIFICADO — Ao caminhar pela seara da sustentabilidade a companhia instituiu o Selo Verde, uma certificação concedida às transportadoras agregadas que preservam os veículos dentro dos padrões de emissão de gases de efeito estufa determinados pelos fabricantes e governo.

Também criou o Clube de Oportunidade, um grupo de compras coletivas no qual a Veloce reúne fabricantes de veículos, de autopeças e empresas de serviços para oferecer produtos em condições mais vantajosas às empresas de transporte de carga e motoristas autônomos que prestam serviço à operadora logística.

A Veloce Logística é uma empresa do Grupo Mutsui, conta com uma frota de 660 veículos, 119 parceiros de transporte no Brasil e na Argentina, além de ter 27 bases operacionais espalhadas pelos dois países. **AD**

O SEU RECONHECIMENTO FEZ A
INTERNATIONAL SER A VENCEDORA
DO PRÊMIO AUTODATA 2014,
CATEGORIA GESTÃO.

NOSSO MUITO OBRIGADO!

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Desenvolvido

Objetivo híbrido

Tecnologia conecta clientes aos especialistas da marca e incentiva a ida ao concessionário para realização de test-drive

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

O projeto Fiat Live Store garantiu à fabricante de Betim, MG, a conquista do prêmio AutoData na categoria Estratégia de Marketing. Único no mundo, segundo a empresa, o programa usa a tecnologia para conectar os clientes a especialistas nos produtos da marca Fiat de forma interativa e em tempo real, por meio da página eletrônica www.fiat.com.br/livestore.

Após preencher um curto cadastro ou se conectar pelo facebook a pessoa escolhe um modelo que queira conhecer melhor. Um especialista, usando headset equipado com câmara de alta resolução e microfone, dialoga com o potencial cliente e mostra exatamente o que foi pedido pelo consumidor em um carro real, além de tirar dúvidas em uma conversa direta.

O projeto, de acordo com a Fiat, tem perfil e objetivo híbrido, cumprindo um papel de divulgação dos produtos e aproximando ainda mais o consumi-

Elisa Sarti



Simão Solomão

dor da marca. Ele também incentiva o agendamento e ida às concessionárias para realização do test-drive. Segundo a empresa já foram registradas mais de 2,2 milhões de visitas on-line.

Para a Fiat Live Store, desenvolvida em parceria com a Agência Click Iso-bar, foi montado um estúdio de mais de 600 m² em Betim. Em junho do ano passado o projeto trouxe para o Brasil o inédito prêmio de Inovação do Cannes Lions 2014, um dos eventos de comunicação mais importantes do mundo, realizado anualmente na França.

Segundo a gerência de marketing da fabricante, a Fiat Live Store representa uma grande oportunidade para a empresa aproximar o on-line do off-line e deixar o consumidor mais bem preparado para uma experiência completamente real que é o test-drive. Atualmente registra-se média de cinquenta atendimentos semanais nesse espaço. Hoje são seis os modelos disponíveis na Fiat Live Store: Uno, Palio, Punto, Strada, Fiat 500 e Freemont.

MERCADO — A Fiat encerrou novembro com mais de 630 mil automóveis e comerciais leves emplacados no acumulado do ano, consolidando a liderança no mercado brasileiro com 21,2% de participação nas vendas totais. E, após seis meses na primeira colocação do ranking de vendas por modelo, o Fiat Palio, em novembro, superou o Gol em licenciamentos acumulados do ano, encerrando o balanço dos onze meses como líder no segmento dos automóveis mais negociados do mercado.

A Fiat Live Store representa uma grande oportunidade para a empresa deixar o consumidor preparado para o test-drive

Além de inovar em marketing, a Fiat Chrysler também tem investido fortemente em novas tecnologias. Coube ao novo Fiat Uno o pioneirismo de sair de uma fábrica brasileira equipado com o sistema start-stop, velho conhecido da indústria, mas nunca antes adotado pelos fabricantes locais.

A tecnologia está disponível na versão Evolution, à venda desde setembro e, segundo a fabricante, permite economia de até 20% no consumo de combustível, em especial nas situações em que seu uso é constante — como nos grandes congestionamentos.

A FCA, Fiat Chrysler Automotive, investe R\$ 15 bilhões no Brasil no período de 2011 a 2016, dos quais R\$ 7 bilhões na fábrica de Betim, concentrados na modernização, desenvolvimento de produtos, novas tecnologias e processos. A empresa promete quatro novos modelos nos próximos dois anos gerados na unidade de Minas.

Com capacidade anual para 800 mil veículos, a planta de Betim é a maior do Grupo Fiat Chrysler no mundo. Ela ganhará nova cabine de pintura, sistemas automatizados de movimentação e logística interna e, segundo a fabricante, estará ainda mais preparada para projetar, desenvolver e produzir veículos que atendam às novas exigências do consumidor.

E os investimentos do grupo não param por aí. Em março a FCA inaugura nova fábrica em Goiana, PE, onde inicialmente produzirá o Jeep Renegade. Pelo menos mais dois modelos deverão entrar na linha de produção pernambucana ainda este ano. **AD**

Lucro e expansão

Empresas Randon mantém expectativas positivas e segue plano estratégico de descentralização da produção de implementos

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Wilson Ferri

Apesar das dificuldades do mercado no ano passado, especialmente para o segmento de veículos comerciais, a Empresas Randon registrou no primeiro semestre de 2014 lucro líquido de R\$ 129,7 milhões, evolução de 20% sobre o mesmo período de 2013. As metas de desempenho para o ano naquele momento, no entanto, era de receita bruta de R\$ 5,4 bilhões e líquida de R\$ 4 bilhões, quedas de 15% e 10%, respectivamente, em relação à 2013. Também foi reduzida em quase 20% a expectativa de exportações, para US\$ 210 milhões, e de importações em

Simão Salomão

Inovação.



Está em nosso DNA.

Delphi. Vencedora da Categoria
"Inovação Tecnológica"
no Prêmio AutoData 2014.

DELPHI

Inovação para o Mundo Real

Programada para
iniciar produção
em 2016, a
nova fábrica
da Randon em
Araraquara recebe
investimento de
R\$ 100 milhões

23%, para US\$ 85 milhões. Mas manteve as estimativas de US\$ 90 milhões em receitas geradas no Exterior e de R\$ 150 milhões em investimentos.

As projeções menores, porém, não alteraram os planos estratégicos do grupo. Em outubro do ano passado, a empresa dava mais um passo no sentido de descentralizar seus ativos - hoje ainda com 80% deles concentrados no Rio Grande do Sul - ao assentar a pedra fundamental de sua futura unidade em Araraquara, SP, para produção de vagões ferroviários e semirreboques canavieiros. A fábrica será a quarta da Randon fora do Estado. De acordo com o presidente David Randon, o grupo busca presença nos principais polos brasileiros de desenvolvimento com seus produtos destinados ao transporte.

A Randon inaugurou sua primeira fábrica fora do Rio Grande do Sul em 1965, em Guarulhos, SP. Em 2011 avançou sua produção para Chapecó, SC, com a aquisição da Folle - Randon Brantech -, fabricante de semirreboques para cargas frigoríficas. A unidade em construção no Interior paulista é mais uma representante da política da companhia em atender aos mercados por meio de estruturas próximas. A região de Araraquara é reconhecida pela vocação para o plantio de cana-de-açúcar, possui infraestrutura adequada, com acessos ferroviários e rodoviários, além de disponibilidade de mão de obra.

O mesmo ocorreu em 1998, quando a companhia fundou a Randon Argentina e, quatro anos depois, foi

concluída a construção da unidade industrial de Alvear, em Rosário, Província de Santa Fé. O objetivo, mais uma vez, foi estar mais perto dos clientes daquele país e suprir o mercado com os mais variados equipamentos, especialmente aos destinados a grãos.

LIMITE — André Randon lembra que as instalações industriais de Caxias do Sul se encontram no limite de suas capacidades. Reforça também que todas as unidades do grupo no País estarão interligadas de maneira a complementar a produção e, juntas, atenderem à demanda onde quer que esteja o mercado comprador.

A fábrica de Araraquara deverá iniciar a produção em 2016, com estimativa de gerar perto de dois mil empregos quando estiver em plena atividade. O projeto contempla, inicialmente, investimentos da ordem de R\$ 100 milhões em obras físicas e equipamentos. As obras de terraplanagem já começaram e esta primeira etapa deverá contar com o total de 25 mil m² a serem ocupados por fábrica, área administrativa e de apoio, dentro de terreno de 122 hectares. A construção dos pavilhões já está andamento.

De acordo com o prefeito de Araraquara, Marcelo Barbieri, a cidade já colhe resultados positivos antes da efetiva chegada da empresa. Outros empreendimentos começaram a se instalar no município, como também ganhou melhorias na infraestrutura com a construção de acesso asfaltado pelo governo do Estado para a região onde a Randon se instalou. **AD**

Muito obrigado Mercedes-Benz.
A Natureza também lhes agradece...



Truck Bus Rubber Parts
Vencedora da 5ª edição do
Prêmio Mercedes-Benz de
Responsabilidade Ambiental.



Nossa maior premiação é a
conquistar a confiança e
satisfação de quem temos
admiração e respeito.

Para atender metas agressivas de
responsabilidade ambiental, a Truck Bus
optou por construir um imóvel modelo para
uso próprio. Surgiu aí o projeto "Planta
Industrial Ecológica". O novo site permite a
operação com foco na preservação de
recursos e na gestão de energia e resíduos,
assegurando inúmeros ganhos ambientais.

Nosso maior orgulho é participar
desta iniciativa da Mercedes-Benz
em prol do Meio Ambiente. Afinal,
o planeta é nossa casa.



Grandes conquistas

A entrega de 889 caminhões para o MDA, dentro do programa PAC 2, acabou gerando benefícios à marca recém-instalada no País

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

A International concluiu em meados de 2014 a entrega de 889 caminhões DuraStar 6x4 para o Ministério do Desenvolvimento Agrário, dentro do programa PAC 2 do governo federal. Iniciadas em agosto de 2013, apenas três meses depois de a empresa iniciar operações no País, as entregas ocorreram ao longo de dez meses e foram destinadas aos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte e São Paulo.



Guilherme Ebeling

Simão Solomão

Os veículos entregues pelo contrato, atualmente usados em obras de infraestrutura e em ações de combate à seca pelas prefeituras das cidades contempladas, receberam implementos rodoviários do tipo caçamba basculante de 12 m³ ou de cisterna de 10 mil litros.

“Nossos contratos junto ao MDA nos trouxeram grandes desafios”, revela Guilherme Ebeling, presidente da International Caminhões, presente na cerimônia de entrega do Prêmio AutoData, em novembro, para receber seu troféu na categoria Gestão. “Quando vencemos as licitações do governo nossa nova fábrica em Canoas havia começado a operar há menos de três meses e estávamos iniciando uma nova fase da expansão da nossa rede de concessionários. Obviamente, isso exigiu que acelerássemos todos os nossos planos.”

Para atender ao pedido do MDA a empresa aumentou a produção de dois para sete veículos por dia, revisando e tornando processos produtivos, logísticos, fiscais e de compras mais eficientes: “Também capacitamos mais serviços autorizados com o objetivo de aumentar ainda mais a cobertura de serviços nas regiões onde os veículos vendidos ao MDA estão operando”.

O Prêmio AutoData na categoria Gestão foi conquistado pela decisão da International de acelerar a sua produção lançando mão de todos os recursos disponíveis para cumprir o contrato sem provocar, após o término das entregas, impacto no nível de emprego da unidade.

CASE VENCEDOR — Uma das soluções foi a utilização conjunta de funcionários da MWM International, empresa do grupo que produz motores e divide o complexo industrial de Canoas, RS, com a área de caminhões. Finalizadas a produção e as entregas deste grande volume de modelos de caminhões semipesados DuraStar os funcionários simplesmente voltaram à sua rotina normal de trabalho na unidade de motores.

De acordo com Ebeling, os contratos junto ao MDA tiveram um papel importantíssimo no crescimento da fabricante no último ano:

“Aumentamos nossos volumes e, com isso, conquistamos participação de mercado, ganhamos em exposição, tanto em relação ao produto quanto a marca, e alavancamos importantes ações comerciais e de relacionamento sobre estes veículos. Ou seja, se os desafios foram grandes, as conquistas foram ainda maiores”.

Quando inaugurou sua fábrica no Rio Grande do Sul, a International revelou plano de ocupar as linhas até o seu limite: 5 mil unidades/ano em três turnos até 2017. Para isso traçou estratégia de introduzir novos modelos ao seu portfólio brasileiro, o que inclui caminhões leves.

Além do semipesado DuraStar 4x2, 6x2 e 6x4, a empresa também fábrica o pesado 9800i 6x2 e 6x4, com motor de 410 cv. Desde que iniciou suas atividades na unidade gaúcha, a companhia vem trabalhando no aumento do índice de nacionalização de seus modelos de veículos. **AD**

Para cumprir contrato de licitação a International utilizou funcionários da MWM, empresa do grupo



Economia garantida

Empresa desenvolve minicompressor variável para veículos de entrada, que contribui para a redução do consumo de combustível

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Luiz Roberto Corrallo

A Delphi aproveita as novas demandas geradas pelo Inovar-Auto e intensifica investimento em produtos e soluções que visam reduzir peso e consumo dos veículos brasileiros. Com investimento anual na casa de R\$ 40 milhões iniciou a produção em sua fábrica de Jaguariúna, SP, de um novo compressor, componente utilizado nos sistemas de climatização e arrefecimento.

Simão Salomão

MWM INTERNATIONAL Motores.

Vencedora do Prêmio AutoData 2014 nas
categorias **Produtor de Motores** e **Exportador**.



Produtor de Motores ✓



Exportador ✓



A conquista desses dois importantes prêmios é motivo de grande orgulho para a MWM INTERNATIONAL. Agradecemos a todos os clientes, parceiros e colaboradores pelo apoio, empenho e confiança em nossos produtos.



Denominado minicompressor variável de alto desempenho o produto foi especialmente desenhado para entregar uma solução onde o problema é o espaço reduzido, além de possuir menor peso. Destina-se, portanto, ao segmento de veículos de entrada, conforme revela o presidente da Delphi para a América do Sul, Luiz Roberto Corrallo: “Como no Brasil 50% das vendas de automóveis são de modelos pequenos, desenvolvemos os minicompressores para suprir a necessidade da indústria local”.

O produto também apresenta vantagem no que se refere ao desempenho. De acordo com a sistemista, um automóvel equipado com esse compressor pode economizar até 11% no consumo de combustível quando comparado a veículos equipados com compressores de deslocamento fixo.

SOLUÇÃO – A Delphi é a única fabricante de compressores variáveis da América do Sul e detém cerca de 50% do mercado de ar-condicionado na região. Segundo Corrallo a empresa investe fortemente em produtos que ofereçam soluções mais econômicas para a indústria automotiva:

“Em tecnologia nós, sistemistas, é que temos de apresentar novidades às fabricantes de veículos. Somos nós que as provocamos para adotar novidades em seus produtos. Já quanto à nacionalização são elas que têm de nos procurar”.

A Delphi está trabalhando a tecnologia do minicompressor variável com dois clientes em fase inicial de utiliza-

ção. Além disso outros fabricantes de veículos estão em tratativas para utilizar o componente.

A unidade fabril da Delphi em Jaguariúna, local onde os minicompressores são produzidos, é também responsável pela manufatura de outros itens como compressores, condensadores e radiadores, todos utilizados em sistemas de ar-condicionado e arrefecimento de motores.

Dentre as tecnologias destinadas a aumentar a eficiência energética dos veículos, a Delphi destaca uma de trocadores de calor, de alta eficiência, que promove redução de peso e, consequentemente, menor consumo de combustível, em linha com os requisitos do mercado atual.

Outra frente na qual a Delphi atua hoje é na do desenvolvimento de cabos de alumínio para substituir os de cobre: “Além de termos disponibilidade interna de alumínio, reduzindo com isso o preço do componente, esse insumo é mais leve em até 50% e, com isso, contribuirá para diminuir o consumo de combustível, uma das principais metas do Inovar-Auto”.

Em outubro de 2013 a Delphi abriu sua décima segunda fábrica no Brasil, em Mococa, SP. A unidade produz sistemas de transmissão de energia para veículos, os chicotes elétricos, reforçando a produção do componente no País.

A empresa também criou um Conselho Consultivo Global para o desenvolvimento de novas tecnologias para tornar os veículos mais seguros, conectados e ecológicos. **AD**

A Delphi é a
única fabricante
de compressores
variáveis da
América do Sul



Soluções em transporte

Modelos para todas as aplicações



Obras iniciadas

O primeiro veículo a sair das linhas de montagem fluminense será o Discovery Sport no primeiro trimestre de 2016

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

A Jaguar Land Rover iniciou em dezembro a construção de sua fábrica em Itatiaia, RJ, com investimentos de R\$ 750 milhões. A cerimônia de assentamento da pedra fundamental realizada no início de dezembro do ano passado contou com a participação do CEO global da companhia, Ralf Speth, além de autoridades estaduais e municipais.

A unidade fluminense começará a produzir o SUV Discovery Sport no primeiro trimestre de 2016 e a empresa não descarta a possibilidade de uma nova fábrica, com capacidade para 24 mil unidades/ano, abrigar outros modelos. O Discovery Sport será lançado no Brasil em março deste ano e custará

Gabriel El'Bredy



Simão Solomão

R\$ 180 mil, inicialmente importado da Europa para gradual substituição pela versão nacional.

A princípio, de acordo com Ralf Speth, a unidade de Itatiaia atenderá exclusivamente aos consumidores brasileiros: “Não temos planos de exportar os veículos a partir daqui, pois a prioridade é o mercado local.”

Para garantir o cumprimento dos planos já há uma equipe alocada no Rio de Janeiro, negociando com possíveis fornecedores. O CEO garante que a ideia é “atingir o maior índice de nacionalização possível”. Outro ponto que será reforçado é a área de vendas: até o início da fabricação local a Jaguar Land Rover terá dez novas concessionárias — passando das atuais 36 para 46 casas até março de 2016. Todas serão adaptadas para as duas marcas.

“A região Nordeste ganhará parte importante desta expansão da rede de concessionárias, pois é uma região promissora e que atualmente representa cerca de 10% das nossas vendas no País.”

EDUCAÇÃO — Na solenidade que oficializou o início das obras, a Jaguar Land Rover anunciou planos para abrir seu primeiro centro educacional na América Latina. Tendo por base o bem-sucedido programa de educação que a empresa mantém no Reino Unido, esse novo espaço proporcionará aos participantes uma ampla gama de atividades em sala de aula, com o objetivo de ajudar crianças em idade escolar da região a desenvolver habilidades e conscientização em relação

A unidade
brasileira da
Jaguar Land Rover
representa mais
um passo da
empresa em sua
meta de ser cada
vez mais global

à vida profissional, além de inspirá-los a seguir carreiras na própria empresa futuramente.

Para Ralf Speth, o início da construção da fábrica brasileira representa mais um passo adiante nos planos da empresa de ser cada vez mais uma fabricante global: “A confirmação do primeiro centro educacional da Jaguar Land Rover na América Latina demonstra nosso compromisso no auxílio ao desenvolvimento das habilidades necessárias para uma geração de futuros trabalhadores, de forma a criar uma indústria sustentável de construção de veículos premium no Brasil”.

Apesar da construção de sua fábrica no Brasil estar apenas no início, a empresa vem criando forte vínculo com as comunidades de Itatiaia e Resende. Recentemente lançou a primeira fase de seu programa chamado Inspirando os Trabalhadores de Amanhã na região sul-fluminense.

Em conjunto com o Senai, a empresa oferece treinamento e experiência a jovens entre 17 e 26 anos de forma a prepará-los para o trabalho no setor automotivo. É o primeiro programa do gênero que a Jaguar Land Rover desenvolve fora do Reino Unido.

A nova unidade industrial terá 60 mil m² e irá gerar cerca de quatrocentos empregos diretos. A empresa está presente no Brasil há mais de vinte anos. A Land Rover detém cerca de 50% do mercado de SUVs premium, enquanto a Jaguar é uma das marcas que mais crescem no segmento de carros luxo. Em 2013, por exemplo, suas vendas quadruplicaram no País. **AD**



Maurício Lourenço da Cunha

Simão Salomão

Agora em Barra Bonita

Caio Induscar inicia nestes primeiros meses do ano as atividades produtivas em sua nova unidade fabril no Interior paulista

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Líder no segmento de urbanos e segunda maior fabricante de carrocerias de ônibus do Brasil a Caio Induscar inaugura ainda neste primeiro trimestre sua nova fábrica de Barra Bonita, SP, fruto de investimento de R\$ 25 milhões.

A nova unidade industrial tem 25 mil m² de área construída, às margens

da rodovia que liga o município-sede a Jaú, em um terreno de 72 mil m². Lá serão produzidos inicialmente veículos de motor dianteiro e já no ano passado a empresa contratou 250 funcionários para a nova instalação.

Também em andamento está investimento de R\$ 30 milhões na ampliação do complexo industrial de

Philipp Schiemer

Presidente da Mercedes-Benz do Brasil
e CEO para a América Latina

- Eleito Personalidade
do Setor Automotivo

Chassi O 500

Superarticulado

- Vencedor na categoria
Veículo Ônibus

Mercedes-Benz CLA

- Vencedor na categoria
Veículo Importado

O Prêmio AutoData confirmou o que nossos
consumidores já sabiam: as estrelas
da Mercedes-Benz não param de brilhar.

Mais uma vez a Mercedes-Benz se destaca no Prêmio AutoData
com três grandes conquistas: Personalidade do Setor Automotivo,
Veículo Ônibus e Veículo Importado. Um reconhecimento
que reforça seu empenho em manter o elevado padrão
de qualidade e confiabilidade de seus produtos e serviços.
Porque na Mercedes-Benz a inovação não para.

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



Mercedes-Benz

Botucatu, SP, unidade com potencial de produção que pode chegar a quarenta carrocerias/dia.

Vários executivos da Caio Induscar, premiada como o Encarroçador de Ônibus do ano, prestigiaram a solenidade de entrega do Prêmio AutoData na noite de 27 de novembro do ano passado, no Centro Empresarial São Paulo, no bairro de Santo Amaro. Estiveram presentes o diretor industrial, Maurício Lourenço da Cunha, a diretora de marketing e recursos humanos, Simonetta Pucciarini da Cunha, o gerente geral industrial, Antônio Robson Volante, o gerente de controladoria, Luciano Calonego, e a gerente de comunicação e marketing, Tânia Pires de Souza.

De acordo com a diretoria, ganhar o Prêmio AutoData representa o reconhecimento da qualidade dos produtos e serviços da empresa, oferecidos no Brasil e no Exterior. “É uma conquista de todos e de cada um”, observa o diretor industrial. “Parabéns por esta vitória!”

No ano passado a produção da encarroçadora registrou queda de 15% com relação a 2013, quando foram fabricadas 9 mil 262 carrocerias, resultado 1,5% superior ao de 2012. O mercado interno em 2014 respondeu por 94% do total produzido.

A diretoria da Caio Induscar estima que 2015 será um ano parecido com 2014, com uma variação de cerca de 5% para mais ou para menos. No ano passado vendeu internamente 7,1 mil ônibus urbanos, 165 rodoviários e oitenta micro-ônibus. Exportou 495

unidades, totalizando 7 mil 849 veículos comercializados.

Em novembro do ano passado a empresa participou da 10ª Fetrans-Rio, realizada no Rio Centro, no Rio de Janeiro, RJ. No evento a encarroçadora expôs o novo Apache Vip, líder em vendas no País no segmento de urbanos, a carroceria Solar, desenvolvida para os serviços de transporte rodoviário e fretamento, e o micro-ônibus Foz 2400 executivo para aplicações urbanas ou rodoviárias.

LÍDER BRASILEIRO — De acordo com a encarroçadora o novo Apache Vip foi concebido com conceitos de design inéditos, mantendo seu tradicional baixo custo de manutenção. Externamente, dentre outras novidades, os conjuntos óticos ganharam nova geometria e luz de posição de LED, evitando a queima constante das lâmpadas.

A principal mudança interna foi a central elétrica, com mais espaço para acomodar e organizar todos os componentes envolvidos na crescente tecnologia embarcada do modelo urbano. Destinado ao transporte rodoviário e fretamento o modelo Solar tem interior com iluminação de LED que gera maior economia de energia e facilita a manutenção, piso antiderapante, que dá mais segurança aos usuários e é mais fácil de limpar. Possui também luz de leitura individual e ajustável, trazendo mais comodidade aos passageiros, e numeração iluminada, que facilita a localização dos assentos.

AD

Nova fábrica da
Caio Induscar
recebeu R\$ 25
milhões e gerou
emprego direto
para 250 pessoas

SCHAEFFLER



Confiabilidade é Tudo.

Quando se trata de alta qualidade e performance, a Schaeffler repete mesmo.

Pelo segundo ano consecutivo, a Schaeffler recebe da GM o *Supplier Quality Excellence Award*, uma premiação global que reconhece a excelência em performance e qualidade dos fornecedores. A busca constante pela satisfação do cliente e a inovação no desenvolvimento de soluções para sistemas de motor, transmissão e chassi, foram novamente responsáveis por esta conquista. Afinal, confiabilidade é tudo.

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



Faça revisões em seu
veículo regularmente



Conjunto de espelhos

Fabricante de pneus substitui o gás natural por luz solar na produção e reduz emissão de CO₂ em 2 mil toneladas

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Roberto Fernando José Ruoppolo



A Pirelli constrói em Feira de Santana, BA, sistema inédito em seu ciclo de produção, jamais aplicado em uma unidade de pneus em qualquer lugar do mundo. Trata-se do aproveitamento da energia solar para criar vapor, que é tradicionalmente aplicado em uma das etapas mais importantes da produção de pneus, a moldagem, quando os diferentes elementos que compõem o

Trabalho reconhecido por quem nos
conhece há 40 anos.

Estamos muito orgulhosos pela homenagem e reconhecimento prestados pela Mercedes-Benz do Brasil ao nosso trabalho através da 23ª edição do Prêmio Interação na categoria Inovação Tecnológica.

Como fornecedora líder de soluções powertrain, a BorgWarner acredita e investe em inovações que colaboram com o desenvolvimento dos nossos parceiros.



 **BorgWarner**

borgwarner.com

feel good about driving

produto, como borracha, sílica e negro de fumo, são cozidos em conjunto.

Usualmente este vapor necessário ao processo industrial é gerado por meio do aquecimento de gás natural em caldeiras, o que consome energia e emite CO₂ na atmosfera. A novidade é que agora o vapor será obtido utilizando-se um enorme conjunto de espelhos, que concentrarão a luz do sol, direcionando-a para tubos metálicos por onde passará a água. O investimento necessário para instalação do sistema atinge € 1,5 milhão. O início de seu funcionamento será nos próximos meses.

O objetivo da fabricante de pneus é substituir uma parte do uso do gás natural pela energia solar na unidade. A área dos espelhos, chamados coletores solares – que serão instalados dentro do complexo industrial –, é calculada em 2,4 mil m². Com este equipamento 2 mil toneladas de CO₂ deixarão de ser emitidas em cinco anos.

A tecnologia foi desenvolvida pelo grupo italiano Angelantoni, que utiliza a marca ATT, com o apoio do Ministério do Meio Ambiente da Itália. Por isso o órgão estatal participará com uma parte do investimento necessário para construção do sistema em Feira de Santana, mas a Pirelli não revela os percentuais.

A unidade da Bahia foi escolhida em primazia por suas condições climáticas favoráveis, com abundância de calor e luz solar. A partir da instalação do sistema, os resultados serão analisados para possível aplicação em outras fábricas da empresa no mundo.

A Pirelli também não revela percentuais de economia com custo de energia a partir do uso da luz solar, bem como o período esperado para amortização do investimento realizado.

INVESTIMENTOS – A Pirelli anunciou dois grandes investimentos no primeiro quadrimestre do ano passado. Na fábrica de Campinas, SP, responsável pela produção de modelos para veículos de passeio e utilitários esportivos, a companhia aplica R\$ 500 milhões na compra de máquinas de última geração para ampliar a produção de pneus verdes.

O aporte em Campinas representa metade do investimento programado para a América Latina no plano de 2014 a 2017. A fábrica paulista é a principal unidade produtiva da Pirelli no Brasil – e sua maior de pneus para veículos de passeio do mundo. No Estado de São Paulo também tem fábrica em Santo André e Sumaré, além das instalações produtivas em Gravataí, RS, na Argentina e na Venezuela.

O outro investimento anunciado em 2014 refere-se ao segmento agrícola, no qual a empresa é líder com 40% de participação no mercado original. A fabricante decidiu alocar R\$ 90 milhões para o desenvolvimento de novos produtos e modernização da unidade de Gravataí, onde são produzidos pneus para tratores e similares. Com dezessete tipos de pneus radiais destinados ao segmento, a meta é desenvolver cinco novos produtos até o fim deste ano e chegar a trinta produtos até 2016. **AD**

O vapor necessário para o cozimento dos elementos que compõem o pneu será gerado pelo aquecimento da água via luz solar

PARA A ZF, EFICIÊNCIA, SUSTENTABILIDADE E TECNOLOGIA GERAM JUNTAS A ENERGIA DO FUTURO

Mais do que oferecer inovações tecnológicas e soluções modernas para diversos segmentos, a ZF trabalha dia a dia, pelo uso eficiente de energia e recursos naturais e, consequentemente, por um futuro mais sustentável.



MOTION AND MOBILITY

Projeto de liderança

Pouco tempo depois de chegar ao mercado, nova geração do Toyota recupera com folga o primeiro lugar nas vendas de sedãs médios

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/Toyota

Na ocasião do lançamento do Corolla 2015, em março do ano passado, a fabricante não apresentou alternativa para o carro se não retomar a liderança no segmento de sedãs médios. Até aquele momento o modelo era o 18º automóvel mais vendido e vice-líder em sua categoria, de acordo com os dados de emplacamento da Fenabreve. Entretanto, bas-

taram as vendas de cinco meses para que a novidade da Toyota superasse o rival Honda Civic e permanecesse no topo da lista pelo menos até novembro, com 55,7 mil unidades negociadas e participação por volta de 27% dentre seus adversários.

O rápido retorno do Corolla ao primeiro lugar no ranking das vendas de sedãs médios não foi surpresa. Quan-

do foi lançado o vice-presidente da companhia, Luiz Carlos Andrade Jr., observava que a rede já tinha lista de 5 mil consumidores à espera da novidade. Mas o carro também somou mais atributos com relação à sua geração anterior. A começar pelo tamanho.

O projeto privilegiou conforto ao aumentar a distância entre-eixos em 10 centímetros e reposicionar a caixa

de rodas mais às extremidades do veículo. Nem é preciso ser engenheiro para entender que o novo arranjo proporciona mais espaço interno aos ocupantes. O carro também ganhou mais rigidez, com reforços e material de alta resistência, segurança com mais air bag e comodidade com a introdução de partida a frio.

Além disso, dois de seus argumentos de venda são imbatíveis para quem almeja liderança: o carro é 12% mais econômico que o Corolla de antes e, embora traga mais conteúdo, o preço ficou só 2% mais caro, em média. Na época do lançamento, o diretor de pós-vendas, Frank Gundlach, justificou que os itens incorporados na versão de entrada, por exemplo, a GLi, representavam acréscimo de R\$ 4 mil, mas que a empresa repassou apenas R\$ 800, política que foi adotada em toda a linha.

OPÇÕES — A oferta do Corolla parte de três versões de acabamento. Além da GLi, há a intermediária XEi e a mais sofisticada Altis. A primeira é encontrada apenas com motor 1,8 litros de 144 cv se abastecido com etanol, mas com opção de câmbio manual de 6 marchas ou automático, chamado Multi-Drive. Nas outras duas, o motor é um 2.0 de 154 cv, também com etanol, e a transmissão é automática.

Desde a versão de entrada, o modelo traz direção eletroassistida, ar-condicionado, chave do tipo canivete com comandos do alarme e computador de bordo. As opções acima vêm com ar-condicionado automático digital e

sistema multimídia em tela de seis polegadas. A do topo de linha soma ainda luzes auxiliares de LED, dispositivo de partida sem chave e ajuste elétrico no assento do motorista. Todas as versões receberam também air bag de joelho para o condutor.

Ao contrário do desempenho do mercado de automóveis em 2014, com recuo nas vendas próximo a 9% até novembro, a Toyota esperava crescer 6% na comparação com 2013, com volume de negócios em torno de 191 mil unidades. Expectativa bem pé no chão para quem acumulou até o penúltimo mês do ano 173,5 mil unidades vendidas e registra licenciamento em torno de 20 mil veículos mensalmente. A contribuição do Corolla é significativa no bolo, com média de 6 mil emplacamento por mês.

AD



Luiz Carlos Andrade Jr.

Simão Salomão

O novo Corolla conquistou 27% de participação no seu segmento, com venda próxima de 6 mil unidades por mês

Em time que ganha também se mexe

Com mais de 50% do segmento de picapes pequenas a Fiat Strada recebeu amplas alterações para seguir na dianteira

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

A Fiat Strada chegou ao que se pode chamar de uma nova geração, embora sua fabricante prefira não adotar o termo. Em outubro de 2013 a nova picape foi apresentada ao mercado com trezentos novos componentes, a maior parte na carroceria, e, na linha, uma versão cabine dupla com uma terceira porta traseira

do lado direito, solução sem precedentes no mundo para picapes pequenas, segundo a Fiat.

“A ideia não é exatamente inédita”, observa Claudio Demaria, diretor de engenharia da companhia. “Mas o sistema da maçaneta, todo desenvolvido pelos engenheiros de Betim, é uma patente nossa.”

A Fiat decidiu repensar uma inovação que já era sua, pois a opção de cabine dupla em picape pequena foi seu pioneirismo. De acordo Lélío Ramos, diretor comercial, atualmente 50% das vendas da Strada são dessa versão. Nada mais natural, portanto, do que concentrar esforços em uma solução que facilitasse o acesso à parte



Divulgação/Fiat

VELOCE

LOGÍSTICA

MELHOR FORNECEDOR DE LOGÍSTICA
NO PRÊMIO AUTODATA 2014

**VERSATILIDADE PARA SE ENCAIXAR
NO SEU NEGÓCIO, COM A VELOCE É ASSIM.**

Experiência operacional, administrativa e grande capacidade de investimentos para executar uma operação logística que atende as suas necessidades. Assim você pode se dedicar ao que realmente interessa: fazer o seu trabalho ainda melhor.

INFINITAS
POSSIBILIDADES

www.velocelog.com.br

ABOL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
OPERADORES LOGÍSTICOS

de trás do veículo: “Colocar novidades no mercado é uma necessidade nossa, mas importante que seja diferente dos que os outros já fazem”.

Acompanha a terceira porta da cabine dupla — a versão somente com duas portas neste tipo de carroceria deixou de existir — uma reforma geral no visual da gama, com linha de cintura mais alta, novos conjuntos ópticos e novas dianteiras. As mudanças na aparência também proporcionaram alterações técnicas. Com laterais mais largas a caçamba cresceu 8 centímetros em altura, aumentando, portanto, a capacidade volumétrica de carga. No caso da cabine simples, a mais beneficiada, a expansão foi de 120 litros.

A oferta parte de três versões de acabamento: Working, Trekking e Adventure. Também o portfólio contempla três motores, combinados de acordo com o nível de acabamento. A Working, encontrada em carrocerias de cabine simples, estendida ou dupla, tem motor Fire 1.4 Flex de 85 cv. A Trekking, apenas com cabine dupla, possui motor E-Torq 1.6 16V Flex, de 115 cv, e, por fim, a Adventure, com cabine estendida ou dupla, vem com motor E-torq 1.8 16V Flex, de 130 cv.

METADE — A Fiat estimava que 55% das vendas do modelo seriam Working, 35% de Adventure e o restante da Trekking. No universo da oferta de cabines a proporção é de 50% para cabine dupla, 30% para a estendida e 20% para a cabine simples. Independente do mix, no entanto, a Fiat Strada é lí-



Roberto Baraldi

Simão Salomão

Além da terceira porta na versão cabine dupla a picape da Fiat teve ampliada a sua capacidade de carga

der disparada na categoria há muitos anos. No ano passado, até novembro, o modelo acumulava mais de 139 mil unidades vendidas, o que representava até então fatia de 56,6% do segmento.

Toda a reformulação, bem como o desenvolvimento da terceira porta da nova Strada, custou à Fiat R\$ 200 milhões. O projeto, segundo o diretor de engenharia, Cláudio Demaria, demandou por volta de vinte meses e 160 protótipos. Eliminar a coluna central para a adoção da terceira porta exigiu novos modelos de cálculos para garantir segurança: “Os reforços e as fixações precisam fazer o papel da coluna que deixou de existir”.

Em maio de 2014 a picape da Fiat chegou à marca de 1 milhão de unidades vendidas no Brasil, volume alcançado em quinze anos de mercado. **AD**



NAS ESTRADAS E AVENIDAS, O PROGRESSO FLUI, SEGUE EM FRENTE.

Talvez você ainda não saiba que, há mais de 100 anos, a PETRONAS trabalha para fazer fluir melhor a vida das pessoas, criando produtos de altíssima qualidade, amigáveis à natureza e que estão no Brasil e em todos os continentes. E faz isso de um jeito único: entendendo as necessidades dos consumidores para desenvolver lubrificantes e fluidos funcionais adequados a cada tipo de uso. Assim, você tem certeza que os maiores avanços tecnológicos do mundo fazem parte do seu caminho, da sua vida. Agora, que você sabe tudo isso, permita nos apresentarmos: **muito prazer, somos a PETRONAS.**



Veículo Caminhão
Constellation 420



Divulgação/MAN

Reforço na potência

MAN Latin America incorpora na linha de pesados caminhões na faixa de 400 cv, uma das que mais cresce no País

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Em setembro de 2013 a MAN Latin America ampliou sua família de caminhões Volkswagen Constellation com o lançamento dos cavalos-mecânicos 19.420 4x2, 25.420 6x2 e 26.420 6x4. Com isso a companhia preencheu uma ausência de ofertas que tinha na categoria de extrapesados com potência igual ou superior a 400 cv, uma das fatias do transporte de carga que mais cresce no segmento dos chamados extrapesados. Integrantes da gama Tractor, os veículos são equipados com motor Cummins ISL de 420 cavalos e torque máximo de 1 mil 850 Nm integrado à caixa de transmissão automatizada V-Tronic, modelo fornecido pela ZF com 16 velocidades, a mesma utilizada nos modelos MAN TGX.

O desenvolvimento dos modelos focou em atender às demandas das aplicações rodoviárias de até 63 toneladas de PBT, Peso Bruto Total. O norte do projeto veio da percepção da companhia de que clientes procuravam por veículos mais potentes, capazes de proporcionar velocidades médias mais elevadas, mas que também entregassem uma boa relação custo-benefício.

De acordo com a fabricante, a opção pela caixa de transmissão automatizada foi um dos acertos a fim de minimizar os custos operacionais. O câmbio, além de proporcionar baixa manutenção, garante conforto, segurança e, consequentemente, produtividade às operações. A V-Tronic também tem carcaça de alumínio e dispensa o uso de anéis sincronizadores, fato que reduz o peso do veículo.

Os novos caminhões Constellation também trazem o que a MAN conveniou chamar de EasyStart. Instalado na caixa de câmbio, o dispositivo auxilia o arranque do veículo em rampa, pois mantém o freio acionado por até três segundos logo após o motorista tirar o pé do pedal, evitando assim que o caminhão se desloque para trás.

Sem a presença do pedal de embreagem, a V-Tronic é acionada por meio de alavanca instalada ao lado do banco do motorista. Pode ser utilizada tanto de forma automatizada - quando as trocas são realizadas automaticamente - quanto de maneira sequencial, com toques na alavanca. Na linha, a fabricante também reforçou a oferta com itens de segurança com freio ABS, EBD e ATC, recursos que impedem o

travamento das rodas, equilibram as forças de frenagem entre os eixos e controlam a tração e a estabilidade do veículo. Outra conveniência para a gama é a opção de cabine leito de teto baixo, especialmente adequada para operações de transporte de automóveis, de carga frigorificada ou para qualquer outro implemento que avance sobre o habitáculo do caminhão.

Junto com a chegada dos novos Constellation, a MAN Latin America anunciou investimento de R\$ 11 milhões na ampliação de produção da fábrica de Resende, RJ, passando de oito para dezesseis unidades por turno. E, pela primeira vez, a companhia fez um lançamento simultâneo com produtos que atuam aqui e nos mercados externos, como Argentina, Chile e Colômbia.

AD

O projeto teve como objetivo conciliar mais potência com melhor relação custo-benefício

Ricardo Barion



Simão Salomato

Capacidade operacional

Família de chassi da Mercedes-Benz tem sido uma das mais escolhidas para corredores exclusivos e sistemas BRT Brasil afora

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/MBB

Exemplo da capacidade do centro de desenvolvimento da Mercedes-Benz, localizado em São Bernardo do Campo, SP, a linha de chassis superarticulados O 500 MDA e UDA é destinada para atendimento em corredores ou vias segregadas. Há versão com piso baixo, adequado para embarques na altura da calçada, bem como o destinado a corredores

dotados de plataformas elevadas de acesso. A plataforma permite encarroçamentos de até 23 metros de comprimento e capacidade para duzentos passageiros. Configurados como 8x2, possuem quatro eixos, sendo o último deles, o traseiro, direcional com suspensão independente. O arranjo permite reduzir o raio de giro do ônibus, facilitando a movimentação em termi-

KATHREIN

Automotive

A Kathrein teve a honra de receber este ano da GM do Brasil o Supplier Quality Excellence Award, prêmio global que reconhece a excelência em qualidade de nossos produtos. Essa conquista é fruto do compromisso da Kathrein em garantir a satisfação de seus clientes, investindo esforços em pesquisa de novas tecnologias, inovação e qualidade de seus produtos.



A Kathrein é uma empresa de presença global, reconhecida pela sua tecnologia de ponta e liderança em antenas e equipamentos de rádio-frequência para transmissão e recepção de dados no setor de telefonia celular.

No Brasil, a sua divisão automotiva a Kathrein Automotive é parceira das principais montadoras do país, fornecendo soluções dedicadas de sistemas de recepção de rádio e GPS e antenas de transmissão de dados GSM.

Com sua nova fábrica recentemente inaugurada em Julho/2014 em Minas Gerais a Kathrein Automotive se tornou o mais competitivo fornecedor de antenas automotivas do mercado e continua investindo no Brasil, em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias, para atender a necessidade por inovação exigida pelos nossos clientes do setor automotivo.

Conheça mais sobre nossa empresa e produtos acessando www.kathreinautomotive.com



nais e estações, além garantir menor desgaste dos pneus. O conjunto conta com motor OM 457 de 357 cv, associado a caixa de transmissão automática ZF Ecolife de 6 marchas.

O modelo é uma das opções do mercado que o operador do transporte tem mais investido para compor suas frotas urbanas. Desde as primeiras unidades negociadas, em 2012, mais de quatrocentas já circulam pelo País, como também no Exterior, principalmente em corredores segregados ou mesmo em sistemas BRT.

Na cidade de São Paulo, por exemplo, lote com seiscentos ônibus para renovar frota, dos quais 342 são do O 500 UDA — piso baixo — encarroçados pela Caio Induscar com o modelo Millennium BRT. Além da suspensão pneumática, sistema de ajoelamento

São Paulo,
Fortaleza, Rio de
Janeiro e Curitiba
são algumas das
capitais
que optaram
pelos ônibus
Mercedes-Benz

e freio ABS, 250 deles possuem ar-condicionado, uma iniciativa inédita, segundo a fabricante. No lote há outras cinquenta unidades de articulados e 173 chassis para ônibus tipo Padron, todos igualmente da família O 500.

Também em Fortaleza, CE, foram os O 500 os escolhidos para o corredor exclusivo Antônio Bezerra/Centro. Para a Capital cearense, no entanto, o chassi é a versão MA — piso alto — com capacidade para cem passageiros e configurado com portas altas à esquerda para acesso junto ao canteiro central no corredor. Os modelos ainda foram equipados com ar-condicionado e suspensão pneumática.

Mas a exemplo de São Paulo e Fortaleza, os O 500 também trafegam no Rio de Janeiro, Belo Horizonte, MG, Vitória, ES, Brasília, DF, Porto Alegre, RS, Curitiba, PR, e Florianópolis, SC. No Rio de Janeiro são pelo menos 170 ônibus Mercedes-Benz circulando nos sistemas BRT Transoeste e Transcarioca, e em Belo Horizonte são quinhentos, dos quais duzentos são os articulados O 500 MA para os corredores do MOVE.

O sucesso comercial da família O 500, especialmente das versões articuladas, contribui para que a Mercedes-Benz preserve a liderança no segmento de ônibus urbanos, com 60% de participação. Segundo a fabricante, outro diferencial dos articulados é que os chassis prometem rentabilidade operacional durante todo o período de utilização e não somente nos horários de pico, o que aumenta as vantagens para os operadores.

AD

Walter Barbosa



Simão Salomão

OBRIGADO

Pela terceira vez consecutiva a NGK
é premiada pela General Motors

2014 GM SUPPLIER QUALITY EXCELLENCE AWARD

GM

CERAMICA E VELAS DE IGNICAO NGK DO BRASIL
898984455

Grace D. Lieblein
GRACE D. LIEBLEIN

VICE PRESIDENT
GLOBAL PURCHASING
AND SUPPLY CHAIN

Alicia S. Boler-Davis
ALICIA S. BOLER-DAVIS

VICE PRESIDENT
GLOBAL QUALITY AND
CUSTOMER EXPERIENCE

Paris Pavlou
PARIS PAVLOU

VICE PRESIDENT
GLOBAL PURCHASING
AND SUPPLY CHAIN
GM SOUTH AMERICA



Sheri E. Hickok
SHERI E. HICKOK

EXECUTIVE DIRECTOR
GLOBAL SUPPLIER QUALITY

A parceria de mais de 50 anos entre a NGK e a GM é um "case" de sucesso. Estamos muito orgulhosos com a premiação, que reconhece os nossos esforços para atender a todos os requisitos técnicos da montadora com excelência.

NGK **NTK**
VELAS DE IGNICÃO CERÂMICAS TÉCNICAS
CERÂMICA E VELAS DE IGNICÃO
NGK DO BRASIL LTDA.

www.ngkntk.com.br

De olho em um novo público

O cupê de quatro portas CLA mantém o luxo e a sofisticação da marca, mas ganha visual mais arrojado

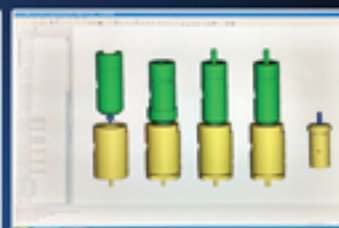
Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/MBB

Em janeiro a Mercedes-Benz iniciou importação da Hungria de seu novo sedã de entrada, o CLA. Para estrear no País a fabricante começou com o CLA 200 Turbo em versão especial de lançamento, a First Edition. O modelo é um novo integrante de compactos da empresa e inaugura categoria de cupê de quatro portas. Com aparência esportiva, o carro tem motor

1.6 turbo que gera 156 cv e 250 Nm de torque combinado com transmissão automática de dupla embreagem e sete velocidades, a 7G-DCT. De acordo com a fabricante, o carro também traz o menor coeficiente aerodinâmico do mundo dentre os veículos fabricados em série, de 0,23, o que contribui com a redução do consumo e menores emissões de poluentes.



Mais uma vez a qualidade da Lipos foi reconhecida. Desta vez, pelo prêmio GM SUPPLIER QUALITY EXCELLENCE AWARD 2014.



Parafusos Lipos, empresa ISO/TS 16949, fabricante de fixadores dentro dos padrões de qualidade global.

PARAFUSOS



Qualidade Estampada®

Av. Queiroz Pedroso, 138 - CEP 09370-360 - Mauá - SP - Brasil

e-mail: contato-vendas@lipos.com.br

Tel.: 55 11 4516-5005

“O modelo possui faróis bi-xenônio, rodas de liga de 18 polegadas com raios duplos e amplo teto solar deslizante com tela de isolamento



Dimitris Psillakis

Simão Salomão

O CLA faz parte de uma nova era na história da Mercedes-Benz. Sua missão é angariar outro público, menos conservador do que aquele que a marca está acostumada a satisfazer. Não deixa de ter luxo e sofisticação, como segue a tradição da fabricante alemã, mas tem visual menos sóbrio e características inconfundíveis, como a ausência da coluna central entre as janelas laterais.

TRÊS CARNAVAIS — O modelo possui faróis bi-xenônio, rodas de liga de 18 polegadas com cinco raios duplos e amplo teto solar deslizante com tela de isolamento. O interior combina requinte e esportividade, tanto em virtude do material utilizado quanto pelo acabamento impecável. No painel de instrumentos há cinco saídas

de ar redondas, herança do esportivo SLS 63 AMG, e tela que permite acesso a diversos recursos do carro, como controle de ar-condicionado digital, navegação por GPS e conexão com a internet e bluetooth. O sistema multimídia ainda aceita DVD, CD e dispositivos USB e S-Card.

O pacote de tecnologia que integra o CLA ainda é composto de controle eletrônico de estabilidade, controle de tração, sistema que detecta sonolência do motorista e dispositivo que mantém o carro parado no tráfego sem necessidade de o motorista ficar com o pé sobre o pedal de freio.

O modelo da Mercedes-Benz também traz sete airbags: além dos dois dianteiros, há dois laterais na frente, tipo cortina, e um para proteção dos joelhos do motorista.

AD

Prego na botina

Novo presidente da Fenabrave conta um pouco da sua história, fala dos desafios à frente e dá uma receita: tirar o prego em vez de tomar remédio.

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Pra prego na botina não adianta tomar remédio. Tem de tirar o prego. Resumir pensamentos e posições por meio de provérbios como esse é característica marcante do novo presidente da Fenabrave, Alarico Assumpção Jr., que assumiu dia 1º de janeiro para um mandato de três anos.

“Estou aqui para imprimir a minha digital. Meus pilares serão trabalhar politicamente em todas as esferas, garantir qualidade nos relacionamentos, seja com as entidades como Anfavea, Sindipeças e Abraciclo, como com o governo, e melhorar a parte de comunicação educacional da entidade”.

O gosto pelos provérbios assim como pelo negócio automotivo e pela vida corporativa, o novo presidente da Fenabrave diz ter herdado do pai, Alarico Assumpção.

O novo presidente da Fenabrave conta com orgulho o que aprendeu em dezenove anos de convivência com ele e não esconde a frustração por tê-lo perdido ainda tão jovem:

“O primeiro emprego do meu pai, no fim dos anos 30, foi como office-boy em uma emissora de rádio de Ribeirão Preto, Interior paulista. Como tinha uma voz boa, de vez em quando cobria a ausência de um ou outro locutor. Bastou para que uma rádio de Araguari, MG, a PRJ-3, o chamasse para fazer um programa”.

O dono da PRJ-3 era Joaquim Aníbal, que também tinha loja de varejo, a Casa Aníbal, na qual Alarico, o pai, trabalhava para complementar salário. Com suas economias abriu uma loja de ferragem, a Femego, e depois uma de material de construção.



Divulgação/Fenave

Alarico Assumpção Jr., eleito para o triênio 2015-2017, gosta de usar provérbios para resumir suas posições. Orador de turma, quer imprimir sua digital no novo mandato.

“Na época ele viajava muito a São Paulo para fazer compras e atendia pedidos dos mais variados, de dentistas a alfaiates, para levar coisas que só se achavam na Capital paulista. Foi aí que começou a receber encomenda de carros, que comprava em São Paulo e levava pra lá.”

Resumindo a história, no final da década de 50 conseguiu concessão para abrir uma revenda Volkswagen em Uberlândia, a primeira da marca em Minas Gerais. Com 14 anos, Alarico, o filho, começou a trabalhar como balconista na Auto Minas Gerais.

“Meu pai fez jornalismo e economia em Campinas, criou uma associação de concessionários em Minas Gerais, a Uniminas, antes mesmo de haver entidades de classe desse gênero e sempre exigiu dos cinco filhos que fossem oradores de turma.”

Com sua morte, em 1974, os cinco filhos — quatro homens e uma mulher — passaram a ter participação igualitária em todos os negócios herdados. Com o tempo houve venda parcial da concessionária VW e ao final ela saiu das mãos da família.

É aí que Alarico Jr. cita outro provérbio: luz alta não se combate com luz alta. Partiu para nova empreitada aproveitando a experiência que adquiriu trabalhando com o pai e em 3 de setembro de 1979, em sociedade com Antônio Pezzi, abriu uma concessionária Volvo em Uberlândia, a Nacional Expresso, quando a marca sueca iniciava operações por aqui. Foi uma das cinco primeiras revendas Volvo a se instalar no País.

O empresário dirige uma holding que reúne mais de vinte empresas em diferentes estados e emprega 2,5 mil funcionários

CONGLOMERADO — Hoje Alarico, o filho, é diretor superintendente do conselho de acionistas da Holding Deriva Participações S/A, o Grupo Suécia, que reúne 21 empresas nos estados de Tocantins, Goiás, Distrito Federal e Minas Gerais, empregando 2,5 mil funcionários. Detém as concessionárias Suécia Veículos S/A [Volvo], Viking-Center — Seminovos Pesados, Urca Motors Veículos [Hyundai], Urca Imports, Urca Automóveis [Honda] e Juruá Empreendimentos, com seis empresas de ônibus rodoviários que operam em oito estados.

Na vida associativa foi presidente do conselho deliberativo e da diretoria executiva da Abravo, Associação Brasileira dos Distribuidores Volvo, de 1992 a 2004, conselheiro deliberativo da Fenabreve nesse mesmo período e vice-presidente da Fenabreve de 2005 e 2008. Nas duas últimas gestões, de 2009 a 2014, ocupou a presidência executiva da entidade.

Em sua empresa imprimiu o que prega para o setor como um todo. Profissionalizou os negócios em 1997 e cuidou da sucessão tanto de sangue, como refere-se à família, como profissional. Um dos seus três filhos, Leandro Assumpção, está na empresa desde os 23 anos e participa ativamente do negócio.

Do lado profissional também já tem definido os possíveis sucessores: “Temos seis profissionais preparados para isso”. E a empresa faz planejamento de longo prazo, para os próximos vinte anos, sempre considerando dois cenários: positivo e negativo.

Dentre os maiores problemas da rede — ou pregos na botina — Alarico destaca a questão da modalidade da venda direta. Defende que as associações de marca e suas respectivas montadoras têm de definir parâmetros, regulamentando preço e limite de participação desse tipo de negócio nas vendas totais, bem como prazo para revender o carro em questão.

Cita como exemplo recente negociação da Hyundai brasileira com a Abrahya, a associação dos concessionários da marca, que definiu para este ano um teto de 5,5 mil HB-20 a serem comercializados por meio de venda direta, o equivalente a 3% da capacidade produtiva da fábrica de Piracicaba, SP.

Outro prego na botina é o baixo volume de venda por concessionária principalmente no segmento de motos: “Temos de revisar isso”. Ou seja, em alguns casos é preciso haver um enxugamento para garantir vendas por concessionária compatível com o negócio e, assim, uma operação rentável para o concessionário.

Lembra que quando foi presidente da Abravo, nos anos 90, 25 grupos econômicos detinham trinta casas Volvo. Hoje são doze grupos com setenta casas. É, avalia, processo natural para fortalecer as redes de distribuição.

Sobre a economia brasileira e o setor de distribuição comenta: “De 2003 a 2013 vivemos em céu de brigadeiro. Isso porque a crise de 2008-2009 foi postergada e os problemas desabaram em 2014. Cabe ao governo definir como será a medicação: se numa dose só ou em doses homeopáticas”. **AD**



Technyl® da Rhodia Plásticos de Engenharia - a especialista global em soluções em Poliamida - celebrou em 2013 seus 60 anos como o material de escolha dos maiores players da indústria. Desde 1953, a tecnologia de alta performance do Technyl permitiu criar valor através de inovação em diversos mercados como o automotivo e transporte, construção e energia, bens de consumo e equipamentos industriais. Hoje a família do Technyl está mais forte do que nunca com quatro novos produtos de diferenciação e serviços oferecidos - Technyl® Force - os quais a Rhodia Plásticos de Engenharia possui liderança e expertise. Para mais informações: www.technyl.com

For Europe, Middle-East and Africa, contact us at technyl-emea@solvay.com

For North and South America, contact us at technyl-americas@solvay.com

For Asia-Pacific, contact us at technyl-apac@solvay.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

60 YEARS OF PERFORMANCE: TECHNYL® IS STRONGER THAN EVER

THE TECHNYL FORCE



FLUID BARRIER
by TECHNYL®

Assegurar excelente resistência química em ambientes altamente exigentes



FIRE PROTECTION
by TECHNYL®

Atender aos mais rigorosos padrões para máxima segurança em performance



METAL REPLACEMENT
by TECHNYL®

Otimizar o design da sua peça enquanto alcança significativa redução de peso



THERMAL MANAGEMENT
by TECHNYL®

Manter componentes do motor em temperaturas ideais de operação



Divulgação/GM

Quanto mais melhor

Supplier Quality Excellence Award, da General Motors, indica melhoria de qualidade na base fornecedora brasileira

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

Sem limite. Assim o diretor de engenharia de qualidade e desenvolvimento de fornecedores da General Motors América do Sul, Orlando Cicerone, resume o espírito do Supplier Quality Excellence Award, que em sua terceira edição contemplou 55 fornecedores, um aumento de quase 50% com relação à edição anterior.

Esse prêmio, ao contrário dos reco-

nhcimentos tradicionais do setor, não tem restrições ao número de eleitos: “Basta atingir as treze métricas para ser premiado. Seu objetivo é incentivar a base a crescer com qualidade, por isso não tem limite”.

A GM tem dois prêmios distintos ligados a fornecedores. No primeiro semestre realiza o Supplier of the Year, que tem por base os pilares qualidade, serviço de engenharia, competitividade

de do produto e tecnologia, com número de vencedores mais limitado. Já o realizado no segundo semestre, em novembro, é exclusivo de qualidade, como reforça Cicerone:

“O Supplier Quality Excellence Award é global, com premiação por país. Dos 310 fornecedores que temos no Brasil 55 foram reconhecidos. Nosso objetivo é criar relacionamento de mais longo prazo. Quando o fornecedor chega neste nível de qualidade mostra que é diferenciado e isso nos dá segurança para novas negociações”.

A fabricante procura priorizar negociações com parceiros existentes e só em áreas específicas, com carência de fornecedores, é que se parte para ampliação: “Daí incentivamos novas empresas a investir em produção local, inclusive gente de fora”.

Cicerone admite que, embora o Supplier Quality Excellence Award tenha foco exclusivo em qualidade, acaba tendo reflexo em outras áreas, contribuindo para a redução de custos.

Sem revelar percentuais o diretor da GM informa que o índice de nacionalização da companhia está voltando a crescer, destacando que os objetivos de 2014 foram todos cumpridos:

“A gente quer se colocar no mercado com competitividade, por isso o processo de localização é contínuo, assim como a modernização do nosso portfólio”.

Conforme comunicado do presidente da GM América do Sul, Jaime Ardila, a evolução do número de empresas premiadas no Supplier Quality Excellence Award reflete o aprimora-

mento da cadeia de suprimentos: “Em épocas desafiadoras como essa que o setor está enfrentando, a qualidade é a chave da competitividade, pois fomenta o desenvolvimento de produtos melhores e mais acessíveis”.

Também presente na cerimônia de premiação, o vice-presidente de engenharia de produto da GM América do Sul, William Bertagni, afirmou que “além dos consumidores estarem cada vez mais exigentes, as normas impostas pelos legisladores também estão ficando mais rígidas, o que demanda

O prêmio de qualidade da General Motors tem o objetivo de incentivar a base de fornecedores a crescer com qualidade

Os vencedores do Supplier Quality Excellence Award 2014

Chassis			
Wapmolas	Loopsmol	Urepol	ThyssenKrupp
Progeral	Lipos	Rassini	SKF
Zen	Neumayer	Fibam	Schrader
Cebi	Sanoh	Mubea	Rivets
Body/Exterior			
3M	Niken	Produflex	
Fanandri	Asbrasil	Bruning	
Delga	Aisin	Huf	
Stabilus	TTB	Sika	
Powertrain			
Rudolf	RCN	ABR	
Tenoplast	Bleistahi	Cestari	
Sada	Sabó	Mgneti Marelli	
Gibbs	NGK	Continental	
Musahi	Freudenberg	Schaeffler	
Electrical Systems			
Ciafundi	Kathrein	Omron	
Tyco	Fiamm	Caso	
Interior/Safety/Thermal			
Coplac	Cobra	Copam	MTA

Santiago Chamorro,
presidente da GM do Brasil



“A evolução do número de empresas premiadas reflete o aprimoramento da cadeia de suprimentos

um esforço constante dos fornecedores e fabricantes na busca pela qualidade total”.

Dentre os treze critérios específicos de qualidade destacam-se dispor de certificações ISO/TS e QSB, prover componentes e/ou subsistemas dentro das métricas de qualidade requeridas pela fabricantes, ter um sistema adequado de gerenciamento de programas e não causar interrupção na linha de montagem durante o período de doze meses.

PREMIADAS — Alguns dos premiados pela GM fizeram questão de se manifestar sobre a importância de estar na lista dos 55 melhores fornecedores da empresa em 2014. Gilberto Maeda, gerente de vendas OEM da NGK, diz que a premiação reflete um case de

sucesso em parceria de mais de cinquenta anos:

“Estamos muito orgulhosos com a premiação, que reconhece os nossos esforços para atender a todos os requisitos técnicos da montadora com excelência. Iniciativas como esta fomentam práticas cada vez melhores, colaborando para a elevação do nível de qualidade dos veículos e encorajando a indústria a aperfeiçoar os seus processos produtivos”.

Outra premiada foi a unidade de negócios do Cellasto da Basf, contemplada pelo segundo ano consecutivo:

“O reconhecimento da excelente qualidade de fornecedor pela GM reflete nossa dedicação e compromisso com nossos clientes”, avalia Jim Miller, gerente de qualidade da América do Norte, gestão de negócios global Cellasto. “Com este prêmio a companhia está honrando as propriedades mecânicas excepcionais, a durabilidade e o alto desempenho do Cellasto, além da expertise da equipe e a ênfase na colaboração.”

Também a Schaeffler, por meio de suas marcas INA, FAG e LuK, foi reconhecida pela General Motors do Brasil no Supplier Quality Excellence Award pelo segundo ano consecutivo. Na avaliação de Ricardo Reimer, presidente da Schaeffler América do Sul, é um orgulho muito grande ser reconhecida pela GM pelo seu desempenho e poder de inovação: “A satisfação de nossos clientes é nossa busca constante, assim como manter nossos altos padrões de qualidade em tudo o que fazemos”.

AD



ÀS VEZES, TUDO QUE VOCÊ
PRECISA É DE UM AUMENTO.
DE QUALIDADE DE VIDA.

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

MBA  **FGV**

PRESENCIAL • ON-LINE • 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.

Início: 18 de abril de 2015
Sábados (quinzenalmente), das 8h30 às 18h
0800 772 2778 | mbafarialima@fgv.br


Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA



Divulgação/MBB

De mãos dadas

Mercedes-Benz reconhece os melhores fornecedores e convoca os parceiros a investir em melhorias para garantir mais qualidade com menor custo

Michele Loureiro | michele@autodata.com.br

O aporte da Mercedes-Benz de R\$ 730 milhões, anunciado em outubro para o período de 2015 a 2018, é praticamente um convite aos fornecedores para que acompanhem este movimento. A avaliação é de Erodes Berbetz, diretor de compras da montadora no Brasil.

O montante se une aos R\$ 2,5 bilhões anunciados anteriormente e, assim, soma R\$ 3,2 bilhões considerando o período de 2009 a 2018.

O executivo afirma que a confian-

ça da companhia no crescimento do mercado de caminhões e ônibus no País precisa se estender à cadeia produtiva como um todo. "Queremos que os fornecedores nos acompanhem e invistam em melhorias. Esta é a única maneira de darmos resposta ao mercado, que exige cada vez mais qualidade com custo menor."

Berbetz fez o convite durante cerimônia de entrega do 23º Prêmio Interação, na noite da terça-feira, 9 de dezembro, na sede da montado-

ra, em São Bernardo do Campo, SP. Cerca de 550 pessoas compareceram ao evento, representando trezentas empresas. Catorze foram premiadas, além de reconhecimento especial para o Senai, pela parceria com a fabricante em capacitação de mão de obra desde 1957 e já formou mais de 5 mil trabalhadores.

O prêmio laureou os fornecedores que mais se destacaram ao longo de 2014 em Inovação Tecnológica, Excelência em Custos, Excelência Opera-

cional em Qualidade, Excelência Operacional em Logística e Excelência em Material Indireto e Serviços. Também foi entregue o 5º Prêmio de Responsabilidade Ambiental.

O diretor de compras afirmou que o trabalho foi mais intenso neste ano. “Nossas reuniões com os fornecedores aumentaram, pois as negociações tiveram de ser mais minuciosas. Por isso precisamos alterar a dinâmica da nossa equipe e estar mais perto dos fornecedores. Afinal, temos 420 parceiros diretos e cerca de trezentos indiretos”.

Berbetz lamentou que parte dos fornecedores, em especial os de pequeno e de médio porte, tenha passado por muitas dificuldades em 2014 e alguns deles estejam em situação delicada.

“Somos parceiros de todas as horas e sempre ajudamos como podemos para que a recuperação seja rápida. Fazemos reuniões e auxiliamos na gestão na medida do possível”.

TRÊS CARNAVAIS — Durante a entrega do prêmio o presidente da Mercedes-Benz do Brasil, Philipp Schiemer, destacou a importância dos fornecedores em um ano repleto de desafios: “Tivemos praticamente três carnavais: o original em março, a Copa do Mundo e as eleições. Nossos parceiros foram fundamentais para que pudéssemos seguir em frente em momentos turbulentos como este”.

Quanto a 2015 Schiemer considerou que “os desafios continuam e o mercado deve repetir os números de 2014. Ninguém gosta de falar de redução de custos, mas essa será uma

de nossas principais pautas para o ano que vem. Vamos precisar estreitar nossas parcerias”.

O executivo acrescentou ainda sobre o próximo ano, que “as exportações passam a ser uma fonte de receita importante e um universo que podemos explorar mais”, ao avaliar a atual paridade dólar-real.

O presidente ainda brincou com os fornecedores e afirmou que “não se pode reclamar de tédio no Brasil, afinal, a situação muda diariamente”.

IRACEMÁPOLIS — Berbetz revelou que a Mercedes-Benz iniciou processo

de seleção de fornecedores para sua nova fábrica de automóveis em Iracemápolis, SP, de início de produção agendado para o começo de 2016.

“Nesta primeira fase ainda estamos trabalhando com os fornecedores indiretos, ligados à fase de construção civil, mas já avaliamos parceiros para se instalarem no nosso parque de fornecedores em breve” — serão de sete a dez, inicialmente.

Foi agendada ainda a cerimônia de assentamento de pedra fundamental da fábrica, que ocorrerá em fevereiro. O anúncio do investimento na unidade ocorreu em outubro de 2013. **AD**

23º Prêmio Interação Mercedes-Benz

Inovação Tecnológica		
BorgWarner Brasil		
Excelência em Custos		
Tuper	Yazaki do Brasil	
Excelência Operacional em Qualidade		
Denso do Brasil	Hengst Indústria de Filtros	
Excelência Operacional em Logística		
Borrachas Daud	Lepe Indústria e Comércio	
Excelência em Material Indireto e Serviços		
Seglo Logística Brasil	Ipiranga Produtos de Petróleo	Grupo Renova
Prêmio Especial 2014		
Senai		

5º Prêmio Mercedes-Benz de Responsabilidade Ambiental

Truck Bus Indústria e Comércio de Autopeças		
Vallourec Tubos do Brasil		
ZF do Brasil		

Sessenta anos filtrando

Mann+Hummel comemora 60 anos de atividades no Brasil registrando resultados positivos apenas no mercado de reposição

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

A concessão de uma licença para a Maumann Gepp produzir filtros no Brasil, ao final de 1954, marcou o início das operações da Mann+Hummel no Brasil. A operação era no bairro de Santo Amaro, na Capital paulista, e só dez anos depois a companhia alemã comprou a brasileira dando início, assim, a Filtros Mann, que acaba de completar sessenta anos no País.

Como todo o setor automotivo a Mann+Hummel sofreu com a queda nas vendas internas de veículos em 2014, amargando redução de 20% na produção destinada às montadoras. Em compensação, o mercado de reposição manteve ritmo de crescimento, expandindo-se na faixa de 4% a 5%. Com a vantagem de ter preços justos, como comenta Marc-François Mousset, presidente da Mann+Hummel no Brasil:

“A área de OEM foi ruim em volume e também em rentabilidade. Como todas as montadoras têm problemas econômicos não conseguimos repassar custos. Já no aftermarket pudemos



praticar preços compatíveis com nossas necessidades”.

Um dos problemas que afeta a indústria, segundo o executivo, é a valorização do dólar. “Nós importamos pouco. Mas como o preço da matéria-prima como o aço e dos produtos químicos são indexados pela moeda estadunidense os nossos custos automaticamente subiram.”

Mousset acredita que 2015 será um ano de recuperação, mas não o suficiente para cobrir as perdas de 2014.

O mercado de reposição em particular deve manter o mesmo ritmo de crescimento do ano passado. O executivo admite que a empresa desacelerou investimentos no Brasil, mas não revela números. Assim como não divulga dados de faturamento local. Destaca, porém, que o Brasil é o quarto país de maior receita dentro dos negócios mundiais do grupo, só perdendo para Alemanha, China e Estados Unidos.

Fundada na Alemanha em 1941, por Adolf Mann e Erich Hummel, a

TODO DIA MELHOR

*A GM evolui a cada dia e reconhece
uma boa parceria de 30 anos.*



Alexandre

O Grupo Condumax é fornecedor de condutores elétricos, cabos de bateria, cordoalhas e terminais para o mercado automotivo. São 50 anos de história e 30 anos de parceria junto à GM. Tempo esse de trabalho sério, muita responsabilidade com cada pedido e dedicação de todo time Condumax. Esse prêmio reforça nosso compromisso em atender com excelência todos nossos clientes.

Condumax. Nossa energia é a confiança.



www.condumax.com.br

Condumax
FIOS E CABOS ELÉTRICOS



Divulgação/Anderson V. da Silva

Mann+Hummel construiu fábrica própria no Brasil vinte anos após sua chegada por aqui.

O ano era 1974 e o local escolhido foi Indaiatuba, SP, até hoje sua sede brasileira. Localizada em área de 120 mil m², a fábrica do Interior paulista é a maior do grupo fora da Europa.

INOVAÇÕES — Durante décadas a fabricante acompanhou a evolução do mercado, sempre lançando produtos com alta tecnologia e qualidade, seguindo todos os padrões das montadoras, de acordo com sua diretoria. Dentre as inovações destaque para os filtros de combustível de plástico com meio filtrante de papel, lançado em 1998 e totalmente desenvolvido no Brasil, e os inovadores filtros Mul-

Marc-François
Mousset,
presidente da
Mann+Hummel
do Brasil: o
País é quarto
em faturamento
dentro do grupo.

ti-filtro, criados em 2005. Em 2008 a Mann+Hummel iniciou uma expansão mais ousada no País, com a inauguração da operação em Manaus, AM, e no ano seguinte em Contagem, MG, ambas as plantas focadas em atender grandes clientes automotivos localizados nas regiões. Em suas três fábricas brasileiras emprega cerca de 1,4 mil funcionários.

Mais um ano se passou e a empresa alemã adquiriu a Fluid Brasil Sistemas e Tecnologia, de Jundiaí, SP, ampliando o seu portfólio e capilaridade comercial.

A partir de ação global a companhia adquiriu, em 2013, a marca americana Purolator. Foi quando o negócio passou a denominar-se Mann+Hummel Purolator Filters LLC. Esta aquisição refletiu diretamente na operação mundial, já que a empresa se torna a maior em capacidade produtiva no mundo.

A estratégia atual da companhia é reforçar cada vez mais a presença da marca no território nacional. “Ainda não é costume do brasileiro, tão apaixonado por carro, chegar num posto de troca de óleo e pedir por uma marca de filtro. Para isso, planejamos nos aproximar cada vez mais dos técnicos em lubrificação para que atuem como formadores de opinião do consumidor final”, explica Pedro Ortolan, diretor de vendas, negócios e marketing.

Em sessenta anos de Brasil, a empresa, como diz Ortolan, se consolidou pela qualidade e tecnologia de seus produtos. “Temos o compromisso com o desenvolvimento e com a satisfação dos nossos clientes”.

AD



Premiada pelo “Supplier Quality Excellence Award”, o Grupo Huf agradece a General Motors pelo reconhecimento em performance e qualidade.



O Grupo Huf desenvolve e produz sistemas de segurança para fechamento e imobilização veicular tais como: Locksets, Chaves Mecânicas, Chaves com Controle Remoto, Maçanetas internas e externas, Travas de Coluna de Direção, Sistemas de entrada passiva, Sistemas de Telemática e Sistemas de Monitoramento de pressão de Pneu. Fundada em 1908, hoje está instalada em 23 localidades ao redor do mundo.

Lieblein



Grace Lieblein, que presidiu a General Motors do Brasil e é atual vice-presidente global de compras e cadeia logística da empresa, assume a vice-presidência de qualidade global do conglomerado.

Orikassa

Edson Orikassa, gerente de homologação da Toyota, é o novo presidente da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, sucedendo Antônio Megale, diretor de assuntos governamentais da Volkswagen.

Sowade

Frank Sowade, diretor de operações da Volkswagen Anchieta, acaba de assumir a presidência da SAE Brasil, sucedendo Ricardo Reimer, presidente do Grupo Schaeffler. O vice-presidente será William Bertagni, VP de engenharia da General Motors do Brasil.

Hong

Jiang Yong Hong, até então diretor industrial, agora é o novo presidente da Traxx no Brasil. O executivo exerce funções na unidade brasileira desde 2007.

Viviani



A Abracaf reelege Guido Viviani como seu presidente para o mandato 2015-2016. O dirigente é titular da Viviani Veículos, de Rio Claro, SP, e no mandato 2013-2014 sucedera Luiz Romero Farias.

Laboratório

A Mitsubishi Motors do Brasil e a PUC-Rio anunciaram acordo para construção de laboratório de desenvolvimento, testes de emissões e de consumo e durabilidade de motores: a montadora investirá R\$ 5 milhões para finalização do projeto, no município de Xerém, dentro das instalações do futuro parque Tecnológico do Inmetro.

Diesel

O utilitário esportivo BMW X5 agora é oferecido ao mercado brasileiro com opção de motorização diesel. São duas versões: xDrive30d e M50d, com motor 3 litros de 6 cilindros. A primeira sai por R\$ 380 mil e a segunda por R\$ 475 mil.

X4

A Eurobike já oferece o BMW X4 nas versões xDrive28i e xDrive35i. A partir de R\$ 265 mil.



Quiksilver

A Peugeot lança no mercado brasileiro o 308 Quiksilver, série especial limitada em apenas seiscentas unidades, resultado de parceria com a famosa marca para surfistas. Modelo vem equipado com teto panorâmico, faróis em LED com máscara negra, rodas de liga leve de 17" e ar-condicionado digital bizone. Por R\$ 63,2 mil.

EXCELÊNCIA EM QUALIDADE



2011



2012



2013



2014



2012

Receber novamente o "Prêmio Global de Qualidade GM 2014" é uma distinção que nos honra e orgulha. Mais do que isso, é a confirmação da excelência dos nossos produtos e do nosso capital humano.

Estampados e conjuntos soldados para o mercado automotivo.



+55 11 **4744-8090**
www.niken.com.br

ISO TS 16949 | VDA 6.3 | QSB GM
SUPPLIER OF THE YEAR GM (2010-2014)



NIKEN

TRADIÇÃO, INOVAÇÃO, TECNOLOGIA.

Gonçalves

Douglas Gonçalves assumiu a gerência de vendas e marketing da Honeywell Transportation Systems. É responsável pelas atividades no Brasil e na América Latina.

Denardin



A Acav, Associação Brasileira dos Concessionários MAN Latin America, tem novo presidente para o biênio 2015-2016. É Rui Denardin, diretor do Grupo Mônaco, sediado em Belém, PA.

Hirashiki

Osmar Hirashiki é o novo diretor de vendas corporativas da Iveco. Ex-Ford Caminhões, o executivo trabalhará em conjunto com Paulo Goddard, desde julho diretor responsável pelas vendas aos concessionários.

Spinetti



A Iveco anuncia também a chegada de Humberto Marchioni Spinetti como novo diretor de Negócios de Ônibus e Veículos de Defesa para a América Latina.

Mello

Já o executivo Marco Mello assume como diretor comercial e de novos negócios da Magirus, divisão de veículos para combate a incêndio da Iveco. Com mais de trinta anos de experiência profissional, Mello trabalhou na General Electric e Helibras antes de chegar ao grupo italiano.

22 mil

O projeto Ford Odontomóvel Camaçari, que utiliza uma van Transit equipada com consultório odontológico, completa 22 mil ações preventivas e educativas de saúde bucal nas escolas da rede municipal de ensino da cidade baiana.

Para crianças

A Fiat lança nova iniciativa para estimular a responsabilidade no trânsito, agora para o público infantil: caixa de brinquedos traz miniaturas do Uno, Palio e Bravo junto a manual educativo e peças para construir uma cidade. Em parceria com o Box Joanninha.

DAF

O Grupo Borgato inaugura sua primeira concessionária exclusiva DAF em Ribeirão Preto, também a primeira no Estado de São Paulo. Investimento de R\$ 20 milhões.

35 anos

A Assohonda, Associação Brasileira de Distribuidores Honda, comemora seus primeiros 35 anos. Das 791 revendas Moto Honda existentes no País, 739 estão representadas na associação.

1 mil

A Librelato atinge a marca de 1 mil implementos rodoviários embarcados para fora desde a abertura de seu departamento de exportações, em maio de 2012. A fabricante é a segunda maior exportadora de semirreboques do Brasil e lidera as vendas no mercado paraguaio.

20 anos

A MWM Internacional, fabricante independente de motores diesel líder em vendas no Mercosul, comemora 20 anos de parceria com o Senai, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

Reposição

A TMD Friction lança no mercado de reposição pastilhas de freio dianteiro Cobreq para modelos Hyundai e Kia a partir de 2012: Cerato, Elantra, i30 e Santa Fé.

Seminário
AUTO DATA

março
16
2015



COMPRAS AUTOMOTIVAS

A hora e a vez da nacionalização.

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

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

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

Temas que serão abordados:

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

Patrocínio

 **BorgWarner**

**MAGNETI
MARELLI**

 **NORMA
GROUP**

Realização

AUTO DATA
EDITORA

**Informações
e inscrições**

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

www.autodata.com.br

Importante é manter a confiança

Em tempos de mudança e na vigência do Inovar-Auto, que incentiva investimentos em inovação, para a comunidade da engenharia a corrida da competitividade segue seu impreterível curso. Pode, no máximo, alterar seu ritmo, até mesmo acelerar.

No Brasil os avanços tecnológicos antes restritos aos tops de linha já equipam também os chamados carros de entrada, a despeito de não raras oscilações de humor do mercado automotivo que temos assistido.

O fato é que mesmo na tensão do ambiente político e econômico típica do pós-eleitoral, a indústria e a engenharia têm diante de si a oportunidade para seguir o caminho para a inovação até com mais intensidade.

Podemos projetar e somos capazes de realizar um futuro cada vez mais

inclusivo para as pessoas na mobilidade. Por força de exigência da legislação ou não, nossos carros têm evoluído em soluções tecnológicas adaptadas às necessidades dos novos tempos, caracterizados pelo adensamento populacional que só faz aumentar a complexidade da vida nas cidades.

A tecnologia está disponível e já alcança o transporte individual e coletivo, em consonância com a tendência de integração de modais para que o desenvolvimento social e econômico sustentável das cidades e suas populações fluam como devem fluir.

Estou certo de que o melhor ainda está por vir. Temos muito o que fazer do ponto de vista legal para que tecnologias disponíveis, como a que move os veículos autônomos, tenham aplicação prática em nossas ruas. Tam-

bém há inúmeras oportunidades em serviços, como o compartilhamento de veículos, que podem ser soluções específicas para o tráfego nas grandes metrópoles brasileiras.

Do ponto de vista macroeconômico é consenso no setor a necessidade de avanços em políticas que promovam o desenvolvimento e a saúde das operações no País. O retorno a níveis positivos de exportação, importante para o equilíbrio da balança industrial, está entre elas.

O futuro chega a cada minuto e a indústria automotiva mantém sua prática de investimentos de médio e longo prazo, típica do negócio, quase que obrigatória para a sobrevivência no mercado. Os desafios, a superação, e a confiança no Brasil são as nossas ferramentas.

AD

Ricardo Reimer | presidente do Grupo Schaeffler

TEGMA, ELEITA PELA 8ª VEZ CONSECUTIVA A MELHOR EMPRESA DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA DO BRASIL*



* Prêmio Maiores do Transporte & Melhores do Transporte, conferido pela OTM Editora.

Somos o provedor logístico mais preparado para realizar operações complexas e de alta criticidade no Brasil. Prova disso são nossas operações de gestão logística e de transportes, que nos valeram, mais uma vez, o prêmio de melhor empresa de transporte rodoviário de cargas do país. Resultado de um trabalho incessante, aliado a comportamentos que fazem parte da TEGMA: olhar para o futuro, pensar nos clientes, zelar pelos nossos colaboradores e fornecedores, sem jamais abrir mão do cuidado socioambiental e de rigorosa conduta corporativa.



LOGÍSTICA DE VEÍCULOS:

Transferências e Distribuição de veículos OKM, Gestão de pátios, Armazenagem Alfandegada, Nacionalização e PDI (Pre Delivery Inspection) de veículos.



LOGÍSTICA INTEGRADA:

Armazenagem, Gestão e Controle de estoques, montagem de kits, etiquetagem e reembalagem de produtos.



LOGÍSTICA INBOUND:

Gestão de Embalagens, Serviços Conexos, Milk Run, Cross Docking, Coletas Múltiplas, FTL (Full Truck Load), JIT (Just in Time) e Transferências.



www.tegma.com.br



Leia sobre nossa história
do jeito que você dirige:
olhando para trás e para a frente.

LEONARDO

Enrico Fermi



Enrico Fermi



Ercole Marelli



Desde a fundação da empresa, em 1919, na Itália, a inovação sempre fez parte da nossa história. Prova disso é a presença, nos anos 30, de Enrico Fermi, Prêmio Nobel de Física, para liderar nossa área de pesquisa e desenvolvimento. Em 1978, iniciamos nossa história de inovação no Brasil, com o lançamento do primeiro carburador de corpo duplo. Em seguida, vieram a primeira injeção eletrônica brasileira, o revolucionário sistema FlexFuel, que dá a você liberdade de escolher o combustível, e mais: o primeiro câmbio automatizado, a primeira lanterna LED e os primeiros equipamentos de navegação via GPS. O carro do futuro será mais ecológico, seguro e tecnológico. E a Magneti Marelli já está desenvolvendo soluções inovadoras que irão tornar isso possível. Assim, o que você vê é a Magneti Marelli trazendo a inovação para fazer parte da sua vida.



Faça revisões em seu veículo regularmente.



Faz parte da sua vida.