

AutoData

Ano 23 | Agosto 2015 | Edição 312

From the Top
Steve St. Angelo

Prêmio AutoData
Todos os cases

Polo paranaense
Parque atraente

Saída estratégica

Vendas internas em queda e novo patamar cambial colocam o comércio exterior como prioritário nos negócios das empresas. As remessas cresceram e o Plano Nacional de Exportações poderá dar ainda mais impulso.



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



Imagens meramente ilustrativas. O Delivery 5,150 foi o 1º colocado nas categorias Campeão Geral e Caminhão Semileve do Prêmio Maior Valor de Venda - Veículos Comerciais 2015.
*VUC - Veículos Urbanos de Carga com características técnicas apropriadas para carga e descarga de materiais em áreas urbanas, nos termos da legislação vigente. **Fonte RENAVAL 2014.



Linha Volkswagen Delivery.
Ágeis e versáteis, sob medida
para qualquer tipo de negócio.



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



- Conforto de carro de passeio
- PBT de 5 t a 13 t
- Atende à legislação VUC*

- Delivery 8.160, o caminhão leve mais vendido do Brasil**
- Novo Delivery 10.160 Plus 6x2, com maior capacidade de carga



Caminhões
sob medida.

22 | Capa

Na tentativa de driblar a queda das vendas internas os fabricantes de veículos e de componentes automotivos investem na conquista de novos mercados no Exterior. No primeiro semestre do ano os embarques de veículos aumentaram 16,6% em relação ao mesmo período de 2014, para 197,4 mil unidades. Nas autopeças o déficit comercial caiu 32,4%, baixando de US\$ 4,9 bilhões para US\$ 3,3 bilhões no mesmo comparativo.

30 | Investimento

A General Motors dobra sua aposta no mercado brasileiro e anuncia pacote adicional de R\$ 6,5 bilhões no desenvolvimento de uma nova família de modelos, somando R\$ 13 bilhões a serem aplicados por aqui até 2019.

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

12 | From the Top

Steve St. Angelo, da Toyota

88 | Gente&Negócios

O vaivém do mercado automotivo

90 | Artigo

Federico Tagliani, vice-presidente do Grupo ASSA



©iStockphoto.com/luoman

34 | Prêmio

O Prêmio Qualitas da Fiat Chrysler Automobiles reconhece os fornecedores com melhor desempenho em qualidade, inovação, competitividade e nível de serviço.

38 | Prêmio AutoData

Conheça todos os cases dos indicados ao Prêmio AutoData 2015 que reconhece os Melhores dos Melhores do Setor Automotivo. São 81 indicados em 21 categorias.

70 | Seminário AutoData

Representantes de todos os segmentos do setor automotivo reuniram-se no Seminário AutoData Revisão das Perspectivas 2015, realizado na Fecomercio, em São Paulo, para debater o atual ambiente econômico e seus reflexos na cadeia. Na análise dos palestrantes a crise de hoje é mais uma consequência da falta de confiança do que um problema de ordem estrutural.

78 | Polo Automotivo

O Paraná responde por 7,3% do faturamento de US\$ 32,6 bilhões do setor de autopeças, destacando-se como o terceiro Estado mais representativo do País, atrás apenas de São Paulo e Minas Gerais.

86 | Montadora

Apresentado como modelo conceito há quase um ano a Duster Oroch, picape inédita da Renault, começa a ser produzido em São José dos Pinhais, PR.

AutoData

Editora

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

Conselho Editorial

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

Redação

Vicente Alessi, filho, diretor, George Guimarães, diretor adjunto, Márcio Stéfani, editor, S Stéfani, editor de Compatibilização de Conteúdo, Alzira Rodrigues, editora chefe, Décio Costa, editor executivo, Marcos Rozen, editor executivo, André Barros,

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: ©iStockphoto.com/Omer Yurdakul Gundogdu

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Danilo Boccoli Gomes

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900

Paulo Fagundes

Comercial e Publicidade

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

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

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

Apoio

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

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900

ISBN 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/AutoDataEditora



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

Devagar é que não se vai longe

Ouçá um bom conselho/Que eu lhe dou de graça/Inútil dormir que a dor não passa/Espere sentado/Ou você se cansa/Está provado, quem espera nunca alcança.

Troça que faz com provérbios, os versos da canção Bom Conselho de Chico Buarque, em boa medida, cai como uma luva ao que se segue nas próximas páginas, especialmente em tempos bichudos como os de agora. Antes de dormir ou esperar, basta leitura nos cases dos indicados ao Prêmio AutoData 2015 para ali enxergar as tantas iniciativas e soluções encontradas pelas empresas do setor capazes de criar couraça contra a crise e passar por ela com menos arranhões ou mais fortalecida.

Também servem de exemplo os horizontes ampliados pelas companhias que partiram para o ataque em busca de reforço ou mesmo de novos negócios internacionais e, assim, menos expostas aos encalhes do mercado interno.

Claro, não se pode ignorar os desafios que se mostram presentes, como se viu no Seminário AutoData – Revisão das Perspectivas 2015, como também não dá para ficar só cutucando o dedo na ferida. Para esse mal, melhor fez a General Motors ao dobrar o valor de seu investimento no País, para R\$ 13 bilhões. E quem pode dizer que ela está errada se, afinal, como ensinou o poeta, devagar é que não se vai longe.

AD

Décio Costa | editor
decio@autodata.com.br

I V E C O

**ESSA INDICAÇÃO SIGNIFICA QUE ESTAMOS
NO CAMINHO CERTO. AINDA BEM, JÁ QUE
VIVEMOS NA ESTRADA.**

VOTE NA IVECO NO PRÊMIO AUTODATA.



- R\$ 650 milhões investidos no Brasil.
- Linha completa de produtos para cada necessidade do mercado.
- Modernização da fábrica.
- Nova pista de testes, a mais completa da América Latina.



www.iveco.com.br
CENTRO DE ATENÇÃO AO CLIENTE
0800 702 3443



Imagens meramente ilustrativas.
Na cidade somos todos pedestres.

Leo Burnett Talon Made

IVECO

Financie pela Iveco Capital,
unidade de negócios
do Banco CNH Industrial.

IVECO
CAPITAL

Na prancheta

A Volkswagen desenvolve família de automóveis de baixo custo na China com lançamento previsto para 2018, revelou Martin Winterkorn, CEO da companhia em entrevista à imprensa alemã. O projeto contempla um utilitário esportivo, um sedã e um hatch, com valores que variarão de 8 mil a 11 mil euros

Agrale

Hugo Zattera, diretor-presidente da Agrale, assegura a manutenção do cronograma de obras da nova fábrica da montadora no Espírito Santo. A unidade deve entrar em operação em aproximadamente um ano, mesmo diante do atual cenário econômico, afirma o executivo.

O número

40

por cento. Esse foi o crescimento nas vendas de etanol no primeiro semestre do ano

Michelin

A Michelin apresentou a linha Agilis de pneus destinados a furgões e vans. A fábrica de Itatiaia, RJ, será responsável por 80% da produção para abastecimento do mercado brasileiro e demais países da América do Sul. O restante virá de fábricas europeias.

Cinco estrelas

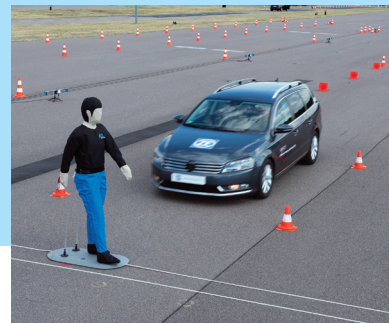
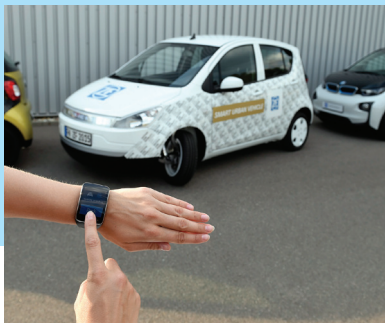
O Jeep Renegade conquistou pontuação inédita para um modelo nacional no teste de colisões do Latin NCap, Programa de Avaliação de Veículos Novos para a América Latina e Caribe: mereceu cinco estrelas, a nota máxima, na proteção tanto para adultos quanto para crianças. O VW up! é outro nacional com cinco estrelas para adultos, mas para crianças conquistou quatro.

Novo mundo

A ZF comemorará seu centenário no mês que vem, mas este é apenas um dos motivos para no Salão do Automóvel de Frankfurt, Alemanha, o estande da empresa ter mais lustro do que de costume. A mostra alemã será palco da primeira grande apresentação do agora terceiro maior conglomerado de componentes, sistemas e tecnologias do setor automotivo: o Grupo ZF, desde maio, oficialmente, acrescido da TRW.

Mais do que um ou outro produto, a ZF jogará seus ho-

lofotes para o fato de ter dobrado de tamanho com a aquisição da TRW e o que isso pode representar em termos de potencial de negócios e desenvolvimento de tecnologias. Tirando o motor, quase tudo que compõe, ou comporá, um automóvel está ao alcance do grupo. Até mesmo sistemas autônomos de condução ou a eles conectados. Traduzindo: a ZF se prepara para participar como uma das protagonistas de um segmento que deve puxar o desenvolvimento dos veículos nas próximas décadas.



Divulgação/ZF

Off

8x2 de fábrica

O cliente tem sempre razão: o mantra foi levado à risca pela área de engenharia da Scania ao desenvolver a nova configuração 8x2 para seu caminhão rodoviário R 440, que chega ao mercado nas próximas semanas.

Chery 1

A Chery confirmou investimento adicional de R\$ 400 milhões na fábrica de Jacareí, SP, para a construção de nova linha de montagem para produção do Tiggo 5, que chegará ao País no fim do ano importado da China. As primeiras unidades deverão sair da nova linha, com capacidade para montar até 30 mil unidades/ano, até o fim do ano que vem. O Tiggo será o terceiro modelo feito em Jacareí. Lá já é produzido o Celer, nas configurações hatch e sedã, e até o fim do ano também o novo compacto QQ.

Chery 2

A empresa também revelou que está em negociação avançada com oito fabricantes de autopeças que devem se instalar no parque de fornecedores próximo da fábrica. A ideia é ter 24 fornecedores no local, com investimentos somados de US\$ 300 milhões.

Equilíbrio

Se o mercado OEM para pneus não anda lá grandes coisas, o de reposição não permite muita reclamação. Levantamento da Anip, Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos, indica elevação de 10,9% no primeiro semestre. Foram negociadas 23,5 milhões de unidades ante 21,3 milhões no mesmo período do ano passado. O resultado quase compensou a redução nas vendas para as montadoras, de 18,7%, e nas exportações, de 12,1%.

Exemplo

Chama atenção a contrariedade de alguns executivos do setor com declarações públicas de que a indústria automotiva brasileira vivencia um turbilhão sem precedentes. “Imagine o que essa molecada”, disse jocosamente um ex-diretor de montadora, “falaria se tivesse que vender carros em meio a inflação mensal de mais de 80%, como há duas décadas”.

Própria

Após três anos competindo no segmento de recapagem de pneus com parcerias, a Continental inaugurou sua primeira recapadora própria no Brasil: a Best Drive. Localizada em Mogi das Cruzes, SP, tem capacidade inicial para confeccionar mensalmente até 1,5 mil pneus recapados para veículos comerciais.

Em casa 1

A Ford reassumiu a operação logística de sua fábrica de São Bernardo do Campo, SP, atividade que estava na mão de terceiros, e manteve cerca de quinhentos funcionários até então considerados excedentes na produção e funilaria.

Em casa 2

Em fevereiro a montadora já tomara iniciativa semelhante na unidade de Camaçari, BA, retomando as responsabilidades sobre as áreas de manutenção e logística.

“Ao investir aqui a Toyota tinha em mente que viveria a montanha russa habitual da região. Quem tanto quer estabilidade que invista na Suíça”.

Luiz Carlos Andrade Junior | vice-presidente da Toyota



Divulgação/Marcopolo

A Marcopolo apresentou numa só tacada cinco novas carrocerias de ônibus: três urbanos e dois rodoviários. “Não podemos deixar de investir no negócio que acreditamos. Se o mercado não está comprador hoje no futuro estará, afinal o ônibus acaba sendo o modelo mais funcional e imediato para a solução do transporte coletivo”, observa Paulo Corso, diretor de operações comerciais da encarroçadora.

Satisfação ou...

A FCA até poderá recomprar dos clientes veículos envolvidos em três recalls, caso seja desejo do consumidor. A ação, ao menos por enquanto, ficará restrita aos Estados Unidos e envolverá modelos Chrysler Aspen, Dodge Durango, Dodge RAM e Dodge Dakota.

... dinheiro de volta

Ao todo os chamados para reparos envolvem cerca de 500 mil veículos e aproximadamente 40% deles poderiam ser renegociados. A iniciativa é parte de acordo da montadora com a NHTSA, órgão de segurança veicular estadunidense.

Finalmente os turbos chegaram aos automóveis 1.0 flex. E a primazia coube ao Volkswagen up!, que chega ao mercado este mês. Produzido em São Carlos, SP, e resultado de investimento de R\$ 460 milhões, o motor EA 211 TSI 1.0 equipará outros modelos da marca e pode gerar até 105 cv com etanol. A empresa espera que as versões TSI elevem de 10% a 15% as vendas do compacto.

O up! com motor 1.0 TSI chegará também ao mercado argentino em breve e na sequência a outros mercados, anunciou o presidente da empresa David Powells, destacando dentre eles o México.



Divulgação/VW



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

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

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

Saiba mais: www.bosch.com.br



BOSCH
Tecnologia para a vida

Faça revisões em seu veículo regularmente



From the Top

Não há milagre

Entrevista a André Barros, George Guimarães, Márcio Stéfani e S Stéfani | redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Simão Salomão

Steve St. Angelo está no Brasil desde 2012 como o primeiro CEO da empresa para América Latina e Caribe, responsável por quatro dezenas de mercados. Foi nomeado pessoalmente por Akio Toyota. Nesse período já contornou problemas do Etios no Brasil, começou a exportar o carro para Paraguai e Uruguai, iniciou a construção da fábrica de motores em Porto Feliz, SP, decidiu ampliar a vizinha unidade de Sorocaba e, agora, colhe participação e

vendas crescentes em meio a um mercado brasileiro deprimido.

Engenheiro com mais de quarenta anos de carreira — onze na Toyota, depois de trinta na GM —, St. Angelo faz tudo isso parecer fácil e lógico. Diz que não há milagre, mas sim uma boa estratégia por trás de todas as ações. A dele contempla objetivos para os próximos cinco anos e parte do princípio de que bons frutos surgem em árvores de sólidas raízes e caule encorpado.

Do contrário, pondera, há risco de a copa crescer muito e a árvore tombar, coisa que, diz, aconteceu com a própria Toyota no período dos grandes recalls nos Estados Unidos, onde chegou a vice-presidente de operações depois de ser indicado para a área de qualidade e contornar uma das maiores crises da história do grupo. “Não vamos repetir isso aqui. Cresceremos como uma boa árvore, cujo tronco avança um ano por ano, devagar e continuamente.”

“**Não só sabemos para onde vamos, mas como chegar lá e quais os instrumentos para medir nosso desempenho**”

O senhor estava na Toyota dos Estados Unidos no período dos recalls e agora é responsável por quarenta países da América Latina e Caribe. Qual a missão mais difícil?

Diria que este é meu desafio preferido. O maior de toda minha carreira de 41 anos no setor. Afinal são quarenta mercados e todos os dias acordo com algo novo e excitante para fazer. O Brasil, por exemplo, tem capacidade para crescer e crescer rápido, se fizer as coisas certas. Logo que fui nomeado como CEO percebi que a empresa necessitava de um plano estratégico para o Brasil e região. Todos trabalhavam muito, é verdade, mas não havia uma direção clara para onde se queria ir. É como se o pai dissesse para a família que deveria trabalhar duro o ano todo para poder sair de férias. E quando chega a hora de viajar, com as crianças já dentro do carro, o pai não sabe responder para onde vão. Diz apenas: não sei, mas estamos de férias. (risos)

E a Toyota na América Latina já sabe para onde vai?

Sim. Criei um mapa estratégico para 2020. É um plano que tem objetivos definidos para cada país e indica o que precisamos fazer para alcançá-los. Não só sabemos para onde vamos, mas como chegar lá e quais os instrumentos para medir nosso desempenho.

E quais são esses objetivos e meios?

São confidenciais, não posso compartilhar (risos). Porém, o importante são conceitos que estão por trás dessa estratégia. Quando estava na Toyota dos Estados Unidos, na época dos recalls, pensei que o nosso negócio se assemelha a uma árvore. As raízes são os valores da empresa, e definem para onde se quer ir. O tronco é como fazemos nosso trabalho. Os frutos são o resultado de boas raízes e de um bom trabalho. Tínhamos boas raízes na América do Norte, um tronco muito

forte, mas crescemos muito rápido e topo da árvore ficou tão grande que ela tombou. A empresa estava tão preocupada com os frutos, ou seja, com participação de mercado e volumes, que esqueceu das raízes. Disse a mim mesmo quando cheguei ao Brasil: nunca subestimarei a importância das raízes.

E quais são elas?

Satisfação dos clientes, bom relacionamento com trabalhadores, sindicatos e imprensa, competitividade, ser uma empresa verde, cidadã, inovadora e ética. Não é possível ser uma empresa de sucesso sem um bom relacionamento com trabalhadores, fornecedores e sociedade. É um trabalho diário. O tronco da árvore é como fazemos isso, envolve muitos processos: melhoria dos produtos, da qualidade da produção, do pós-vendas, dos serviços, acompanhamento dos fornecedores, nacionalização de peças, força de vendas, plano de sucessão e exportação.

Isso garante os frutos?

Se fizermos um bom trabalho no tronco, não é preciso se preocupar com os frutos, pois virão naturalmente. Recentemente ocorreu algo exemplar em São Bernardo do Campo, mas que, para minha surpresa, não teve repercussão na imprensa local. É algo que nos remete ao fim dos anos 50 e começo dos 60. Naquela época a Toyota passava por uma crise no Japão e muitos



“ Não é possível ser uma empresa de sucesso sem um bom relacionamento com trabalhadores, fornecedores e sociedade ”

funcionários eram mantidos em lay-off. A situação era insustentável e o então presidente da empresa renunciou ao cargo. Os sindicatos dos trabalhadores e os executivos da montadora perceberam que não sobreviveriam uns sem os outros e em 1962 assinaram acordo no qual se comprometiam a trabalhar juntos para garantir melhorias contínuas e que nunca haveria lay-off novamente. Não teve nada parecido no mundo desde então, a não ser três meses atrás, em São Bernardo, quando assinamos um acordo muito parecido. Resolvemos trabalhar juntos, sem confronto. E isso mereceu um grande destaque na imprensa do Japão. E por que não na imprensa brasileira?

Inovação em cada detalhe.
É isso que faz todo consumidor Mercedes-Benz
ter um brilho diferente no olhar.

Há 128 anos, a inovação na Mercedes-Benz vai muito além do que você pode ver. Ou imaginar.



Na cidade somos todos pedestres.

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



Mercedes-Benz

Mas esse plano 2020 já tem frutos?

Embora estejamos apenas no começo, já existem alguns, como o início de exportação do Etios, algo que não passava de sonho há dois anos, a construção da fábrica de Porto Feliz, que será inaugurada em 2016 e já ampliada, capaz de produzir anualmente 108 mil motores em vez dos 70 mil previstos no projeto inicial, e o centro e distribuição de Pernambuco. Podemos colocar nessa lista o crescimento das vendas do Corolla e a evolução de nossa participação de mercado. Até 2012 a Toyota detinha, em média, 3,1% das vendas. Em junho chegamos a 7,1%. Outros frutos são o terceiro turno em São Bernardo do Campo, a ampliação da fábrica de Sorocaba para 108 mil veículos anuais. Então não tem segredo: é cuidar das raízes e ter processos que funcionem, que garantam qualidade e segurança ao time, que os frutos surtirão. Enquanto outras empresas perseguem os frutos concedendo incentivos e descontos, deixamos eles surgirem naturalmente. E o crescimento de uma empresa deve ser como o do tronco da árvore, que cresce um anel a cada ano, bem devagar, mas de maneira sustentável.

Qual papel cabe ao Brasil na América Latina dentro da Toyota?

É um papel muito importante, tanto que designaram um CEO para região, coisa que só acontece em outras quatro regiões no mundo. O cargo foi criado exatamente em 2012, quando da visita de Akio Toyota no Brasil. O

País foi o décimo mercado da marca em 2013, passou a nono em 2014 e já estamos bem próximos do oitavo lugar, hoje ocupado pelo Canadá.

Quando inaugurou a fábrica em Indaiatuba a Toyota revelou objetivo de ter 10% do mercado brasileiro. Hoje o senhor não fala em participação. Mudou a Toyota ou mudou o mercado brasileiro?

Acho que o Akio Toyota mudou a empresa. Ele é muito persistente quando fala que temos que crescer de forma sustentável. Mensalmente envio relatórios a ele e se eu projetar crescimento muito rápido é capaz de perder o emprego (risos). Não posso revelar todo o conteúdo do nosso mapa estratégico, mas há muita coisa. Ser a marca mais admirada do Brasil e ter o melhor relacionamento com a sociedade, por exemplo, são dois parâmetros de nosso desempenho. Há outros, claro, como ser cada vez mais competitivos. Os últimos dois anos têm sido muito difíceis para as montadoras aqui, inclusive para a Toyota. Mas não ficamos reclamando e nem recuamos, mantivemos todas as nossas ações. Criamos várias salas de discussão de problemas, as obeyas. As de redução de custos estão em todas as fábricas da região e as soluções encontradas em cada uma delas são compartilhadas. No nosso mapa estratégico há objetivos anuais para redução de custos, melhoria da qualidade, do pós-vendas, redução da dependência de outros mercados e até moral de nossos empregados.

“Apesar de dois anos difíceis, não ficamos reclamando e nem recuamos. Mantivemos nossas ações.”

MWM no Prêmio AutoData 2015.

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

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

Segmentos de atuação:

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



Reduza a velocidade, preserve a vida.

Contamos com seu apoio
e seu voto nas categorias:

☒ **PRODUTOR DE MOTORES**

☒ **EXPORTADOR**

MWM
A NAVISTAR COMPANY
mwm.com.br

Como os objetivos são estabelecidos?

Eles são definidos pela própria equipe, que observa onde a empresa está e a compara com as outras unidades da Toyota de melhores índices. A ideia é que o Brasil supere vários indicadores até 2020. Existem aspectos específicos, particulares, para Brasil, Argentina, Venezuela, Chile, Colômbia e Peru. Isso, de qualquer forma, tira um pouco do peso de ter uma meta única, até porque ela pode mudar, já que as coisas sempre mudam ao nosso redor. Mas a ideia é atingi-la.

Em uma escala de zero a dez, onde está a Toyota do Brasil dentro desse plano?

Estamos no começo da jornada. Realmente não gostaria de dar uma classificação, porque tudo é progressivo, contínuo. Em 2018 quero ter um mapa estratégico para 2025. O Akio Toyota fala da Toyota daqui a 50 anos. Não há um ponto final.

Mudou alguma coisa com o atual cenário brasileiro?

Sim, mudou. Notamos nesse período que teríamos que ser mais competitivos com relação a custos e mudamos nossa visão das exportações. Produzimos o melhor Corolla do mundo em termos de qualidade e, apesar disso, só posso exportá-lo para Argentina por causa do custo. Isso me preocupa. É muito mais barato trazer o Corolla do Mississippi ou da Tailândia. Um passo muito importante é enviar o Etios

para Paraguai e Uruguai. Embora não tenhamos grandes lucros, estamos aprendendo a exportar e estudando como chegar ao equilíbrio nos embarques para outros mercados.

Há alguns anos as tragédias naturais na Ásia forçaram a Toyota a diversificar suas bases de fornecedores mundo afora. Qual é hoje o nível de dependência do Brasil de peças asiáticas?

Ser dependente do Japão ou de qualquer outro país é algo que não desejamos. A desvalorização do real



“Em 2018 quero ter um mapa estratégico para 2025. O Akio Toyota fala da empresa daqui a 50 anos. Não há um ponto final.”



é uma justificativa. Mas para produzir aqui, é preciso ser competitivo, ter custo compatível. No nosso plano 2020 há objetivos de localização de fornecedores. Mas para esse processo ser mais rápido o Brasil deveria olhar no espelho e se perguntar o que precisa fazer para competir com Estados Unidos, China ou México. Todo mundo quer produzir veículos e peças no México. O Brasil precisa descobrir o que falta a ele para que as empresas queiram estar aqui. O meu sonho é que Porto Feliz produza também o motor do Corolla.

Sonho ou plano?

É mais do que um sonho. Essa fábrica, de qualquer forma, foi concebida para ser expandida facilmente. O que pudermos fazer, faremos.

O Etios recebeu críticas quando foi lançado aqui a ponto de a Toyota rever várias de suas características.

A experiência valeu?

De fato, li muitos artigos negativos sobre o Etios antes de vir para o Brasil e me perguntava: o que é esse carro afinal? Logo que cheguei fui consultar os revendedores, que criticavam, por exemplo, que a parte interna do capô e das caixas de roda não eram pintadas. Todos diziam que aquilo não era o padrão Toyota. Liguei para o responsável pela fábrica de Sorocaba e ordenei que a partir do dia seguinte capô e caixas de rodas saíssem pintados. Ele respondeu: o senhor sabe quanto isso custará? Respondi: “Essa é uma grande chance para você me impressionar. Estude como podemos reduzir o custo de forma a equilibrar a conta”. Daí mapeamos quatorze problemas realmente consistentes e em sete meses contornamos onze deles. Hoje temos doze problemas solucionados e no ano que vem teremos treze. Só um não tem solução: o velocímetro no meio do painel, que depende de alterações mais profundas no projeto.

O senhor voltou a conversar com os concessionários após as mudanças?

Os visito periodicamente e sempre tenho retorno.

O que o senhor sugeriria ao Brasil para ter uma árvore sólida?

Agradeço a pergunta, pois penso nisso o tempo todo. No meu último período nos Estados Unidos participei do comitê da associação de indústrias que regularmente sugeria ao congresso e governo ações para ajudar a indústria. Acho que poderíamos adotar no Brasil o sistema de soluções de problemas da Toyota e trabalhar sobre os maiores problemas: infraestrutura, educação, políticas trabalhistas, impostos, incentivos. Cada uma dessas categorias poderia ter um comitê com indicadores de desempenho. Não sou tão inteligente para dizer o que é melhor para um país, mas também não tem mágica.

E o mercado brasileiro em 2020?

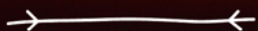
Imaginávamos um mercado de 4 milhões de unidades. É verdade que quando começamos a traçar o mapa 2020 não imaginávamos os níveis atuais. Mas acreditamos em crescimento gradual. Temos que lembrar, porém, que há outros 39 países na região para os quais poderíamos exportar. E a Toyota acabou de anunciar uma nova fábrica para produzir Corolla no México. O que acontecerá se eles começarem a abastecer a Argentina? Creio que deveríamos trabalhar mais juntos, com a Anfavea representando uma única voz. A gente não quer que nenhum concorrente tenha problemas, mas sim que cresçam juntos e de forma sustentável, com todos exportando.

AD

SE A PICAPE
DOS SEUS SONHOS
NÃO TEM



**3 PORTAS,
TETO SOLAR
E CÂMBIO
AUTOMÁTICO
DUALOGIC[®],**



A NOVA
STRADA
TEM.

Pedestre, use sua faixa.
Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais.



MOVIDOS PELA PAIXÃO.

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



NOVA STRADA 2016

É tudo o que você espera
de uma picape líder, e muito mais.



Leo Burnett Tailor Made



BLOQUEIO
DE DIFERENCIAL



CÂMBIO AUTOMÁTICO
DUALOGIC® PLUS



CABINE DUPLA
COM 3ª PORTA



TETO SOLAR
ELÉTRICO

Diante do ambiente negativo em que se encontra o setor automotivo brasileiro fabricantes de veículos e de componentes esforçam-se para minimizar as quedas na produção e nas vendas do mercado doméstico. O cais como ponto de partida para mercados internacionais dá sinais no radar das empresas com mais força, mesmo porque a valorização do dólar também se apresenta mais oportuna para competir lá fora. De acordo com a economista e diretora da Prada Consultoria, Letícia Costa, “como nada indica que a recuperação do mercado doméstico será rápida as empresas precisam forçosamente trabalhar fortemente com a área de exportação”.

O movimento em busca das oportunidades externas já se apresenta como realidade nos resultados do primeiro semestre. No período os embarques aumentaram 16,6% com relação há um ano, para 197,4 mil unidades. Vale lembrar que o desempenho das exportações no ano passado encerrou com uma queda de 40,9% na comparação com 2013.

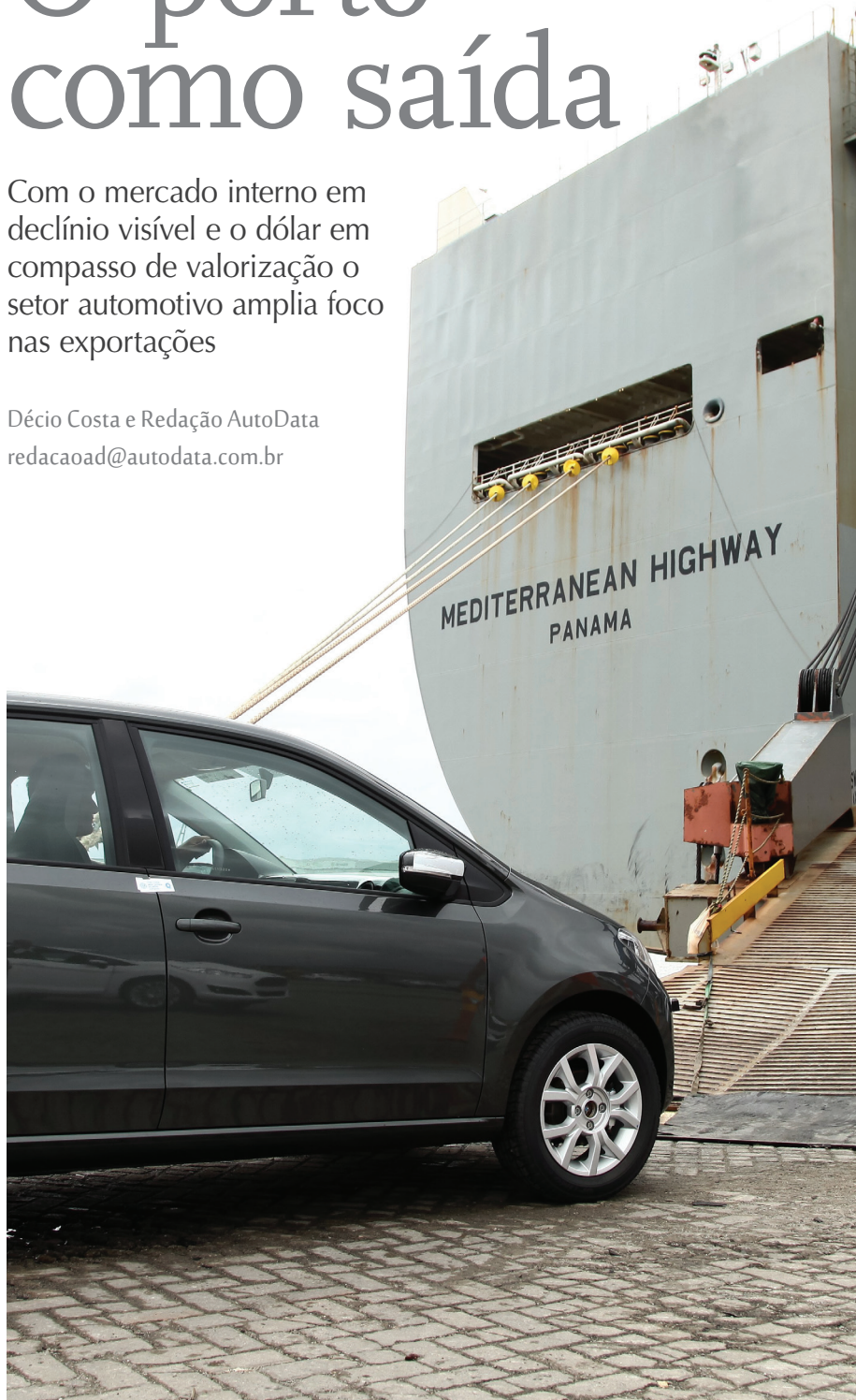
“A renegociação do acordo com México deu novo fôlego às exportações do setor automotivo brasileiro”, lembra Luiz Moan, presidente da Anfavea. “O déficit negativo das empresas do Grande ABC, que no ano passado foi de US\$ 400 milhões, no primeiro semestre deste ano já registra superávit de US\$ de 150 milhões.”

Os registros de ampliações dos embarques seguem também no setor de autopeças, que nos primeiros

O porto como saída

Com o mercado interno em declínio visível e o dólar em compasso de valorização o setor automotivo amplia foco nas exportações

Décio Costa e Redação AutoData
redacaoad@autodata.com.br





Divulgação/VW

seis meses do ano reduziram o déficit comercial. De acordo com dados do Sindipeças elaborados a partir das estatísticas do MDIC, embora tenha havido queda de 6,2% nas remessas no período na comparação com o primeiro semestre do ano passado, as importações caíram em porcentual maior, de 20,4%, para US\$ 7,2 bilhões. Com o resultado o saldo negativo passou de US\$ 4,9 bilhões para US\$ 3,3 bilhões, recuo de 32,4%.

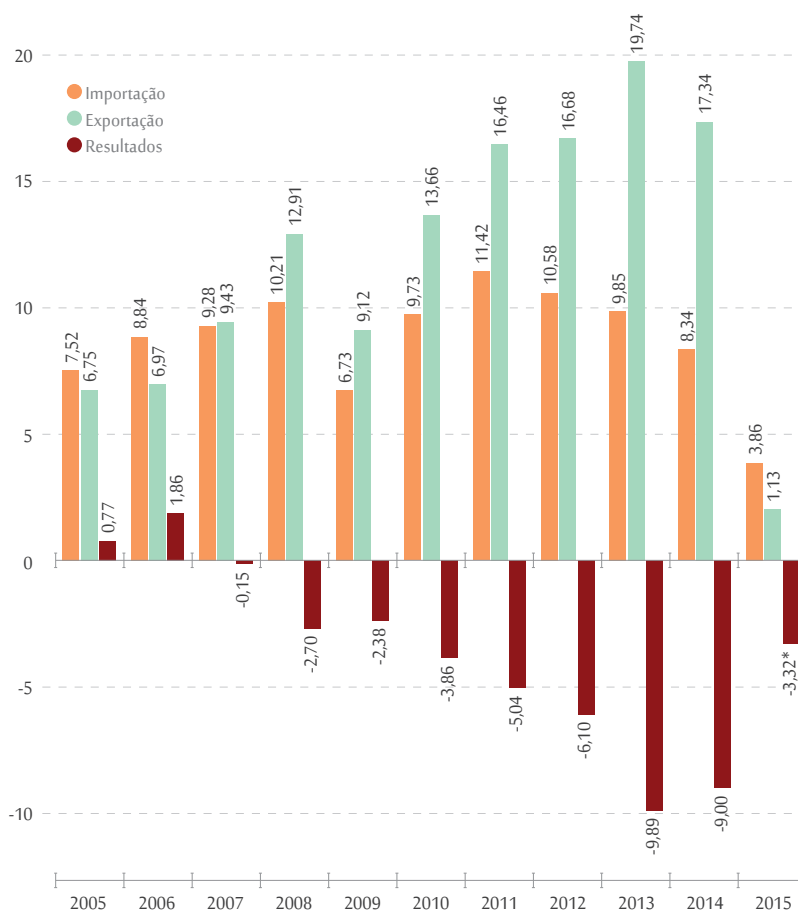
O destaque do período fica para ju-

nho, quando a soma das exportações de autopeças avançou 17,3% sobre o mesmo mês do ano passado, para US\$ 745,5 milhões.

PEQUENAS E MÉDIAS – O tema comércio exterior é caro para todo o setor automotivo, mas especialmente às pequenas e médias empresas de autopeças pode valer como salvo-conduto para que a base da cadeia possa voltar a respirar diante das atuais e velhas dificuldades. O Conselho

Balança comercial do setor de autopeças

2005/2015 em bilhões de US\$ FOB



Fonte: Sindipeças * Acumulado do primeiro semestre.

Operativo Superior para Pequenas e Médias Empresas do Sindipeças, em atividade desde 2014, tem organizado encontros para ajudar as fabricantes a encontrar meios de fortalecer os negócios e sanar suas contas. Em 24 de agosto tratará exclusivamente de exportações.

“Será uma oportunidade de negócios de empresas com relações internacionais com as empresas que têm o produto”, conta Gábor Deák, ex-presidente da Delphi e atualmente um dos integrantes do conselho. “Não é necessariamente para entregas ao setor automotivo, mas pode abrir portas externas. Cabe lembrar que para se ter um indústria automotiva forte não dá para sobreviver sem as pequenas, a base da cadeia de fornecedores.”

Isso tudo apesar do cenário nada animador no setor de autopeças, no qual os empregos encolheram de 220 mil em 2013 para 165 mil em 2015 e os investimentos das empresas caíram de US\$ 2 bilhões anuais para US\$ 600 milhões.

PNEUS — Vem do universo de negócios das empresas de componentes iniciativas para ampliar as remessas. A Pirelli, por exemplo, tem expectativas de impulsionar de 10% a 15% seus envios ao Exterior ainda este ano e não só para a América do Sul mas também para a do Norte.

“Nós já exportávamos para os Estados Unidos e México, mas os negócios estavam devagar”, conta Paulo Augusto Freitas, diretor industrial Brasil da fabricante de pneus. “Como as

“A renegociação do acordo com o México deu novo fôlego às exportações do setor automotivo brasileiro.”

Luiz Moan



fábricas da Pirelli lá instaladas estão com demanda aquecida em função das vendas de veículos em alta por lá optou-se por favorecer as nossas exportações como forma de compensar, ao menos em parte, as dificuldades internas.”

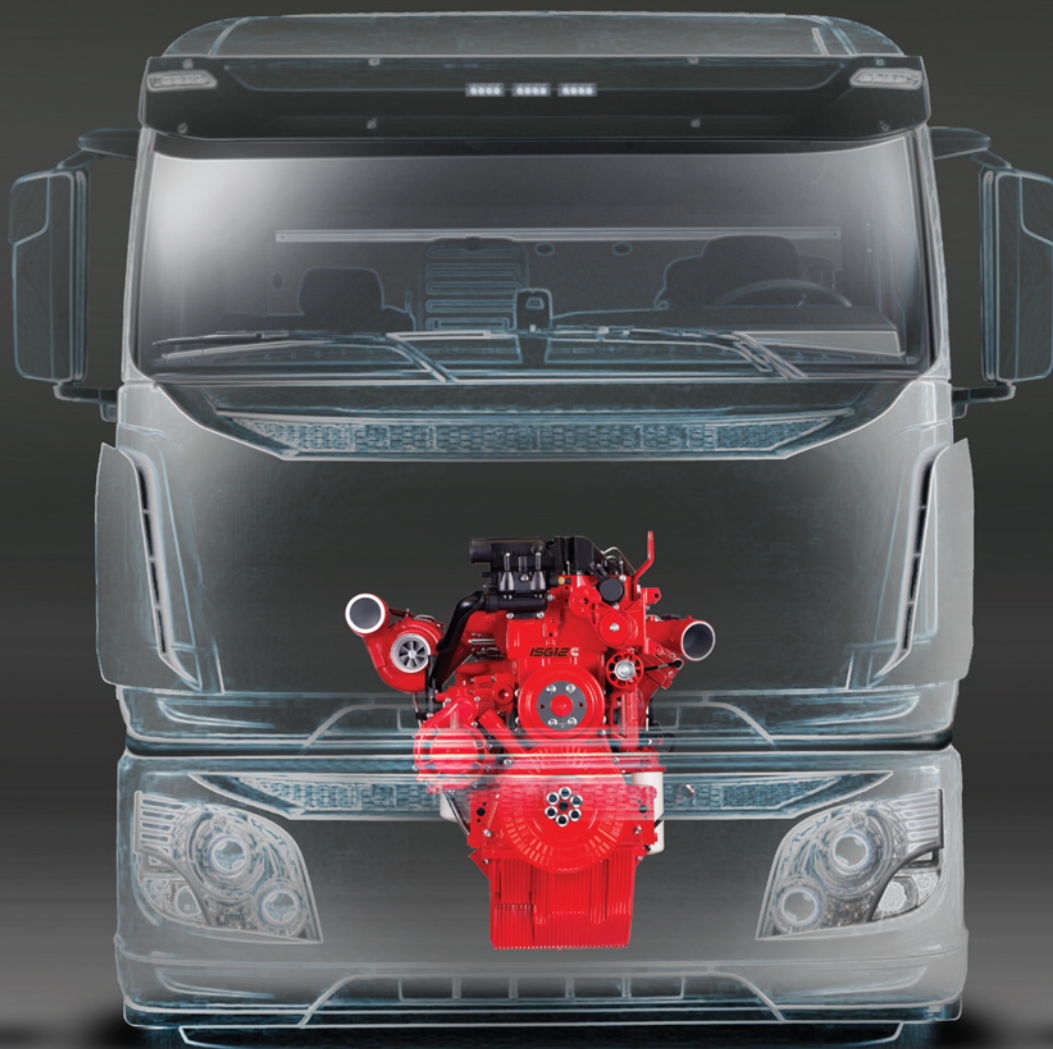
Também a MWM Motores anunciou projeção de elevar em 30% seus negócios com o Exterior em 2015. A empresa já é tradicional exportadora, mas diante de cenário desafiador, como o atual da economia brasileira, busca alternativas em outros segmentos e mercados.

Os passos nesta direção já foram dados em outubro do ano passado quando a empresa fechou contrato com Egypt Power, do Egito, para fornecimento de 2,4 mil motores da Série 10 pelos próximos quatro anos. A parceria, no entanto, não é senão mais uma das tantas já firmadas com empresas daquele país, para onde contabiliza mais de 13,5 mil motores enviados durante os últimos dezesseis anos.

Pelos cálculos da MWM os negócios com exportações já somaram mais de 650 mil motores em sessenta anos de atividades no País, dos quais 80% para uso automotivo e os 20% restantes para o industrial, para mais de trinta mercados. A empresa estima que para o ano a maior projeção de crescimento porcentual nos negócios externos se encontra nas parcerias com o México, de 46%. Para lá fornece motores para veículos produzidos pela Navistar, companhia do mesmo grupo.

Nosso coração pulsa mais forte
dentro do seu caminhão.

neumind



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

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

#PARTEDA
SUAVIDA

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



As sistemistas também vislumbram fortalecer os negócios além da fronteira com o objetivo de se tornar menos dependentes do mercado doméstico. Besalier Botelho, presidente da Bosch, acredita em maior deterioração das condições econômica brasileiras nos próximos meses e tem nas exportações a ferramenta para minimizar perdas, da ordem de 9% no faturamento da empresa em 2015.

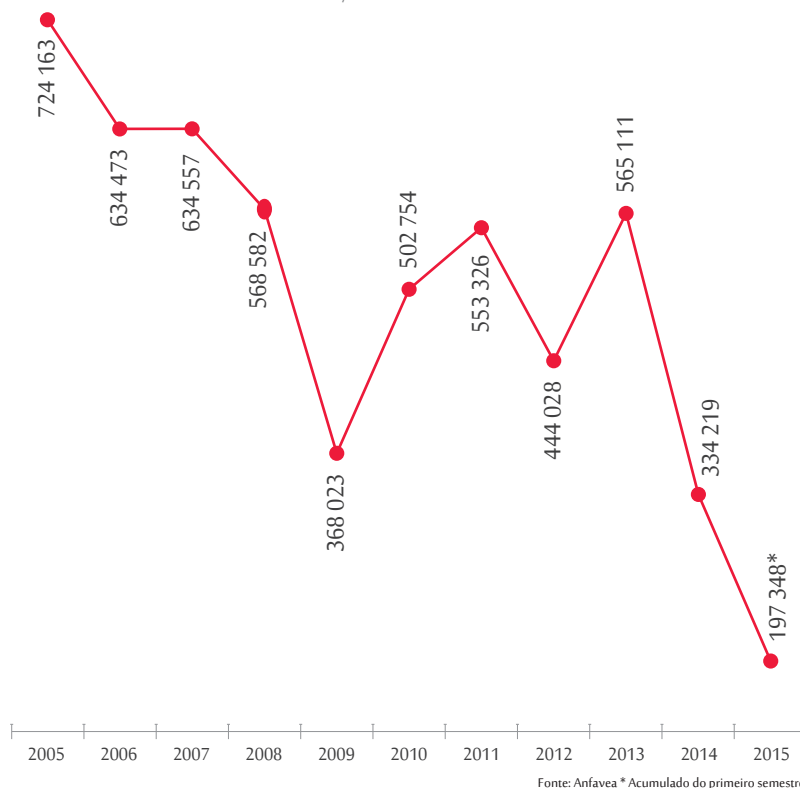
Apesar de ser duro crítico do Inova-Auto, o programa de certa maneira acelera o processo de localizar componentes, mas em virtude do declínio do mercado automotivo fica difícil justificar investimento: “Não faço mais jabuticaba. Decidimos por componente e sistemas que também possam ser exportados. Quem nacionalizou peças de baixo valor não deve estar conseguindo honrar os investimentos”.

A Federal-Mogul, fabricante de pastilhas, lonas, sapatas, fluídos e lubrificantes para sistemas de frenagem, porém, com as perspectivas nada animadoras para as entregas OEM, direciona seus esforços para segmentos que apresentam oportunidades de negócios, o que inclui o comércio internacional.

A empresa ampliou portfólio de produtos nos últimos meses justamente para atender, além da reposição, empresas de fora. De acordo com José Roberto Alves, diretor geral da empresa, o objetivo maior é dobrar o volume de embarques: “No momento estamos trabalhando em várias cotações para o mercado externo e preten-

Exportações de autoveículos montados

2005/2015 em unidades



Fonte: Anfavea * Acumulado do primeiro semestre.

demos fechar 2015 com pelo menos o dobro das exportações com relação ao ano passado”.

Pelo lado das montadoras, com produtos completos, há os exemplos recentes da Volkswagen que iniciou remessas do up! para o Uruguai e México, além do habitual mercado argentino, e da Toyota, que desde outubro do ano passado envia o Etios para o Paraguai e Uruguai.

ÔNIBUS – Preservar as investidas no comércio exterior, independentemente de quais ventos sopram por aqui, no entanto, se apresenta como uma política de bom senso. No primeiro

semestre do ano a Marcopolo elevou suas exportações em 20%. O dólar mais caro, claro, ajudou, mas não foi o único motor. De acordo com Paulo Corso, diretor de operações comerciais da encarroçadora, a companhia sempre procurou manter os mercados externos conquistados, apesar da falta de competitividade do produto brasileiro: “Somente o menor preço não traria resultados tão rápidos. Durante o período de baixa competitividade a Marcopolo trabalhou no fortalecimento de suas equipes de vendas no Brasil e nos representantes externos para melhor entender o negócio e as necessidades dos clientes”.

A expectativa da empresa é encerrar o ano com os mesmos 20% de aumento nos embarques dos primeiros três meses. Como lembra Corso “ônibus não é um produto que se compre durante o ano inteiro. Há uma sazonalidade e, principalmente no caso dos rodoviários, o forte da demanda é no segundo semestre”.

Em unidades o representante da Marcopolo espera ampliar os volumes em coisa de quatrocentas unidades contra as 2,1 mil do ano passado.

Ainda que os negócios internacionais ofereçam alguma compensação frente ao encolhimento do mercado interno também é preciso enfrentar um mar turbulento. A Argentina, principal destino dos produtos do Brasil, também passa por dificuldades econômicas internas e o modelo brasileiro nos processos de embarque ainda



José Roberto Alves

Divulgação/Federal Negoci

se mostram com muitos obstáculos a serem superados:

“O Plano Nacional de Exportação foi um passo importante”, observa Moan, da Anfavea. “Agora foi proposto ao governo que os tributos exportados, que chegam a 9% acumulados nos custos, sejam reintegrados ao exportador. Isso poderá ser revisto com as novas regras a serem aprovadas para a cobrança de Pis/Confins”.

Moan considera ainda que o Brasil possui um problema estrutural na questão da competitividade. Lembra que o valor do câmbio de dez anos atrás é o mesmo do atual, mas que o País e o setor produtivo assistiram os custos da produção subirem mais do que o desejável: “Melhor do que uma taxa de câmbio como em 2004, 2005, prefiro previsibilidade. Manter as regras é bem mais importante”. **AD**

Política de alento

Certo que atualmente todo o setor industrial está debruçado sobre o PNE, Plano Nacional de Exportações 2015-2018, lançado pelo governo em 24 de junho, política que tem como meta ampliar a participação do País no mercado global. Além da promessa de desburocratização das operações de vendas externas, foram anunciados a recomposição gradual do Integra, de 1% para 3% até 2018, a reforma do Pis/Confins e a ampliação do FGE, Fundo de Garantia às Exportação em US\$ 15 bilhões.

Luiz Moan, presidente da Anfavea,

recebeu com bons olhos as medidas propostas. Na ocasião, por meio de comunicado, considerou: “O plano Nacional de Exportações é uma medida extremamente positiva e temos certeza de que será um sucesso. O conjunto de ações proposta, aliado aos acordos comerciais em negociação com outros países, trará mais competitividade à indústria brasileira. O plano é baseado em cinco pilares estratégicos de atuação:

- Acesso a mercados por meio de remoção de barreiras para ampliar parcerias;

- Promoção comercial. De acordo com o documento, o governo identificou 32 mercados prioritários;
- Facilitação do comércio com a desburocratização e simplificação dos processos aduaneiros;
- Financiamento e garantia às exportações com aumento dos recursos e Seguro de Crédito; e
- Aperfeiçoamento de mecanismos e regime tributários para o apoio às exportações, que diz respeito à reforma do Pis/Confins e do Reintegra.



Innovation
that excites

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



FORÇA DO
ATREVIMENTO

**É O QUE FAZ VOCÊ
SE DESTACAR.**



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



PATROCINADOR OFICIAL

LEVITARA/TBWA



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

QUEM SE ATREVE VAI ALÉM.

quemseatreve.com.br

#QuemSeAtreve

As oportunidades oferecidas pelo mercado brasileiro de veículos ainda são prioridades no horizonte da General Motors. Em pouco menos de um ano após a CEO da fabricante, Mary Barra, anunciar à presidente da República, Dilma Rousseff, o ciclo de R\$ 6,5 bilhões de investimentos nas operações brasileiras até 2018, a companhia dobrou a aposta no mercado local. No fim de junho, uma terça-feira, 28, Dan Ammann, presidente da montadora, anunciou pacote adicional de R\$ 6,5 bilhões, somando R\$ 13 bilhões a serem aplicados por aqui até 2019.

O recurso será investido no desenvolvimento e produção de uma nova família de veículos com foco nos mercados emergentes. Brasil, China, Índia e México receberão juntos US\$ 5 bilhões — em torno de R\$ 16,8 bilhões na cotação do dólar da ocasião — para a introdução destes modelos, que sairão de uma mesma plataforma flexível.

Joint venture chinesa da GM com a SAIC ajudará no desenvolvimento da nova linha de veículos, que será feito em parceria com as equipes de engenharia e design dos Estados Unidos e Brasil. As fábricas da GM no Brasil, China, Índia e México serão responsáveis pela produção dos veículos.

Por aqui serão produzidos seis modelos de diferentes tamanhos e segmentos, alguns deles sem representantes no atual portfólio da Chevrolet. Com exceção da unidade de São José dos Campos, SP, todas são candidatas a receber parte do aporte, que englobará também peças, componentes, motores e transmissões.

GM dobra aposta aqui

A fabricante investirá R\$ 13 bilhões no Brasil até 2019 para desenvolvimento e produção de uma nova família de veículos

André Barros | andreb@autodata.com.br



Dan Ammann

Divulgação/GM

“Acreditamos que o crescimento da indústria na próxima década será puxado pelos mercados emergentes e o Brasil será peça-chave dessa demanda”, ressalta Ammann. “Venderemos em torno de 2 milhões de unidades dos veículos dessas nova família por ano, em todos os mercados.”

Segundo o executivo os modelos não serão necessariamente os mesmos para cada mercado. Respeitarão as características do consumidor de cada região. A plataforma, porém, será a mesma.

Ammann, que anunciou o investimento ao lado de Jaime Ardila, presidente da GM América do Sul, e de Santiago Chamorro, presidente da GM Brasil, afirmou que o País tem grande potencial no segmento automotivo e voltará a apresentar crescimento nos próximos anos.

Nos cálculos da diretoria da GM, as fábricas atuais instaladas no País têm capacidade suficiente para atender à demanda do mercado brasileiro nos próximos anos, sendo desnecessários investimentos em ampliação ou em

novas unidades produtivas. Ammann afirmou que os R\$ 6,5 bilhões serão aplicados no desenvolvimento da família de veículos, de novos motores e transmissões, ferramentais, além de novas tecnologias.

SÃO JOSÉ — Ardila deixou claro que a unidade de São José dos Campos, está fora do plano de investimento. “A fábrica não é competitiva. Temos mão de obra qualificada, mas com salários e benefícios não competitivos e inflexibilidade para acordos trabalhistas. As nossas outras unidades oferecem maior flexibilidade”.

Segundo o presidente da GM América do Sul isso não significa o fechamento da unidade, tampouco o cancelamento do plano de investimento de R\$ 2,5 bilhões para produzir modelos de entrada.

O executivo completa ao observar que se trata de outros veículos, que não fazem parte desta nova linha voltada a mercados emergentes, e que deverão concorrer com o futuro city car da Fiat

e o Up!, da Volkswagen. “Esse plano segue em estudo. Ainda não conseguimos chegar a uma conclusão.”

O presidente da GM para a América do Sul calcula que o mercado brasileiro fechará o ano com 2,8 milhões de unidades comercializadas, nível que se manterá em 2016, retornando ao crescimento em 2017. “O lançamento destes modelos da nova família, previsto para 2019, será feito com o mercado novamente em alta.”

O executivo tem melhor perspectiva para a produção nacional, em virtude da possibilidade de aumentar as remessas de veículos para o Exterior. Segundo Ardila, o novo patamar do câmbio permite buscar alternativas em mercados externos, mas para isso também é necessário apoio do poder executivo.

“O governo precisa assinar novos acordos comerciais. Com eles poderemos ampliar exportações para o Chile, Colômbia, Peru. O México tem atualmente 44 acordos comerciais assinados no segmento automotivo, estamos ainda bem distantes.” **AD**

Sucessão na GM

No fim do ano o colombiano Jaime Ardila, 60 anos, se retirará da presidência da General Motors América do Sul para gozar de sua aposentadoria. Seu substituto será Barry Engle, 51 anos, que já esteve por aqui ocupando cargos da Ford do Brasil, onde chegou a ser presidente. Ardila começou sua carreira na GM em 1984, em seu país natal. Em

2010 assumiu a presidência da divisão América do Sul, criada no mesmo ano — antes, ocupou a cadeira principal da subsidiária brasileira da companhia. Já Engle construiu sua carreira na concorrência. Bacharel em economia, fluente em espanhol e português, o executivo trabalhou na Ford e na New Holland, além de ter experiência no varejo com

uma concessionária Chrysler-Plymouth-Jeep. Por aqui passou de 2001 a 2003, quando foi diretor de marketing, vendas e serviços da Ford, e no período de 2005 a 2006, ocupando a função de presidente da Ford Brasil e Mercosul. Ele chega ao Brasil em setembro e passará um período de transição trabalhando ao lado de Ardila.

O BMW Série 5 conta com a tecnologia única do BMW ConnectedDrive. Um pacote completo de serviços que conecta você com o mundo.



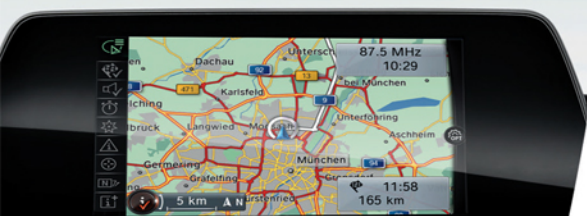
Concierge:

Você encontra a sua disposição, 24 horas por dia, uma central de atendimento com serviços exclusivos, que reserva hotéis, restaurantes, informações sobre voos, programação de cinemas, entre outros.



Chamada de Emergência Inteligente:

Se precisar de ajuda em qualquer situação, basta pressionar o botão. E, em caso de acidente, o próprio veículo aciona uma central.



Informações de Trânsito em Tempo Real:

Esse serviço informa, em tempo real, a situação do trânsito nas ruas, avenidas e estradas mais percorridas no território brasileiro.

ENFIM UM CARRO TÃO CONECTADO AO MUNDO QUAN

BMW SÉRIE 5 COM BMW CONNECTED



Para saber mais sobre as funcionalidades do BMW ConnectedDrive vá até uma concessionária BMW ou acesse o site: www.bmwserie5.com.br/connecteddrive

BMW ConnectedDrive Conectado você é livre.

Verifique a disponibilidade do serviço BMW ConnectedDrive para o seu modelo de veículo, bem como a assinatura de autorização pelo cliente junto à Concessionária de sua BMW ConnectedDrive estão sujeitas às restrições de disponibilidade, total ou parcial, devido à utilização dos serviços BMW ConnectedDrive devem ser efetuadas somente com o veículo.

TO VOCÊ. DRIVE.

BMW Série 5

www.bmw.com.br/serie5



Puro Prazer de Dirigir



DPZ&T

Na cidade somos todos pedestres.



como as funcionalidades e prazos de validade em uma Concessionária BMW de sua preferência. Para ativação/desativação do cartão SIM instalado no veículo. A operação do cartão SIM está condicionada ao estabelecimento de conexão através de rede de comunicação móvel. Assim, as funcionalidades a falhas na rede ou conexão, bem como por caso fortuito/força e medidas técnicas de qualquer natureza. A programação, a inserção de informações e a parada, de modo a evitar riscos de acidentes de trânsito.

Janelas de oportunidade

Encontro de fornecedores da FCA é marcado pelos esforços na qualidade e nas condições favoráveis a novos negócios em futuro próximo

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Qualidade em Primeiro Lugar foi o tema principal do Prêmio Qualitas 2015, o encontro anual da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, com seus fornecedores. No evento, ocorrido na tarde de 30 de junho, em Belo Horizonte, MG, os mais de quinhentos representantes da cadeia de suprimentos da fabricante também saíram com expectativas animadoras com as possíveis janelas de oportunidades que devem ser abertas pelos investimentos globais da companhia.

O dirigente mundial de relacionamento com fornecedores da FCA, Sigmund Huber, afirmou, em comunicado, que a empresa possui uma estratégia ambiciosa de crescimento para os próximos cinco anos: “Com a padronização das plataformas glo-

bais queremos aumentar o volume de compras e eficiência de investimentos, o que cria oportunidades de negócios para fornecedores de todo o mundo. Para isso, qualidade é fundamental, acompanhada de inovação, eficiência de custos e forte relacionamento”.

Durante a cerimônia Antônio Filosa, diretor de compras da FCA América Latina, enumerou alguns projetos que serão conduzidos no Brasil. Ele lembrou que novos produtos serão lançados nos próximos anos, o que deverá criar circunstâncias favoráveis aos parceiros, tanto para o fornecimento na fábrica de Betim, MG, local que atualmente passa por um processo de modernização, quanto para o recém-inaugurado Polo Automotivo Jeep, em Goiana, PE.

“Nossa intenção é selecionar as me-

lhores e as mais capacitadas empresas fornecedoras, que possam atender aos requisitos técnicos e de qualidade de projetos tanto no Brasil quanto globais. Esperamos que a nossa cadeia produtiva invista no desenvolvimento de pessoas, processos e ferramentas, tendo em mente a qualidade em primeiro lugar.”

Filosa lembrou ainda que uma das oportunidades que serão criadas pelo grupo é o Projeto de Capacitação e Desenvolvimento de Fornecedores. Constituída em parceria com o MDIC a iniciativa tem como objetivo capacitar técnica e gerencialmente as empresas da cadeia da FCA em qualidade, eficiência e inovação de maneira a tornar mais fácil a realização de novos negócios e ampliar a competitividade da indústria interna e externamente. Nesta fase foram selecionadas 35 empresas baseadas em Minas Gerais para participar do programa. As atividades começam a partir deste mês com previsão de término em abril de 2016.

“Precisamos nos preparar para o futuro. E oferecer produtos inovadores e de qualidade é fundamental para assegurarmos vantagem competitiva”, observou em nota Cledorvino Belini, presidente da FCA para a América Latina. “O mercado brasileiro de automóveis passa por um momento de retração de vendas mas tende a retomar o crescimento nos próximos anos.”

Belini observou a baixa motorização existente no País na comparação com mercados maduros, o que evidencia a potencial de expansão do mercado no longo prazo: “Em momentos como este

é que precisamos unir forças e nos capacitar para tirar o máximo proveito das oportunidades que surgirão nos próximos anos”.

PREMIADOS — Realizado desde 1989 o Prêmio Qualitas chega à sua 26ª edição reformulado, agora estabelecido com as mesmas regras para todas as unidades da FCA no mundo. São reconhecidos os fornecedores que obtiveram o melhor desempenho em qualidade, inovação, competitividade e nível de serviço em oito categorias, além do vencedor do Qualitas 5 Stars — concedido à Pirelli —, reconhecimento por ter conquistado o prêmio por cinco anos consecutivos. **AD**

Vencedores do Prêmio Qualitas 2015

Qualitas Metallic
Maxion Wheels
Qualitas Powertrain
Feeder
Qualitas Chemical
Pirelli
Qualitas Electrical
Johnson Controls
Qualitas Capex
Schuler
Qualitas Services
Pro Produtores
Qualitas Technical Cost Reduction
Basf
Qualitas Mopar
Mann+Hummel
5 Stars
Pirelli

dia 20

08h10 08h40	Abertura
08h40 09h20	Setor Automotivo, Perspectivas 2016 Luiz Moan, presidente da ANFAVEA.
09h20 10h00	Palestra presidente Steve St. Angelo, CEO da Toyota.
10h00 10h20	Coffee Break
10h20 11h35	Painel Motores Luis Pasquotto, presidente da Cummins; José Eduardo Luzzi, presidente da MWM Motores; Marco Aurélio Rangel, presidente da FPT.
11h35 12h15	Palestra presidente Jorg Hofmann, presidente da Audi.
12h15 13h30	Almoço
13h30 14h15	Painel Perspectivas Sistemistas/Autopeças Besaluel Botelho, presidente da Bosch; Pietro Sporteli, presidente da Aethra; Luiz Corrallo, presidente da Delphi; e Magneti Marelli ou Schaeffler.
14h15 15h25	Palestra presidente David Powels, presidente da Volkswagen.
15h25 15h45	Coffee Break
15h45 16h25	Apresentação Perspectivas MAN Roberto Cortes, presidente da MAN.
16h25 17h30	Painel motocicletas presidente da Abraciclo mais representantes de Honda, Daфра e Yamaha.
17h30	Encerramento

dia 21

08h10 08h40	Abertura
08h40 09h20	Setor Automotivo, Perspectivas 2016 Paulo Butori, presidente do Sindipeças.
09h20 10h00	Análise de AutoData S.Stéfani, diretor de Autodata; Flávio Meneguetti, presidente da Fenabreve; Décio Carbonari, presidente da ANEF.
10h00 10h40	Apresentação Perspectivas General Motors/Chevrolet Santiago Chamorro, presidente da GM.
10h40 11h00	Coffee Break
11h00 12h30	Fórum Perspectivas Veículos Comerciais Representantes de DAF, Ford Caminhões, Iveco e Volvo.
12h30 13h10	Palestra presidente Cledorvino Belini, presidente da Fiat.
13h10 14h30	Almoço
14h30 15h10	Palestra presidente Rogélio Golfarb, vice-presidente da Ford.
15h10 16h00	Fórum Máquinas agrícolas Representantes de AGCO, CNH e Volvo Construction Equipment.
16h00 16h20	Coffee Break
16h20 17h00	Palestra presidente Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz.
17h00 18h00	Painel Perspectivas Econômicas Brasil 2015 Leticia Costa, Prada; Stefan Keese, Roland Berger; e representante KPMG.
18h00	Encerramento

(*) programa preliminar ainda sujeito a confirmação

Vem aí o



Congresso AutoData
PERSPECTIVAS

20 - 21 | outubro | 2015
Fecomercio | São Paulo

2016

Informações e inscrições antecipadas

11 5189 8907

seminarios@autodata.com.br

www.autodata.com.br

Leitor, agora é com você

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Indicados os candidatos para disputar o título de Melhor dos Melhores do setor automotivo

Cerimônia em homenagem aos indicados às melhores empresas e personalidades do setor automotivo do ano encerrou a primeira fase do Prêmio AutoData 2015. A partir de agora, empresas, produtos e personalidades escolhidas disputarão o voto do universo de leitores da revista **AutoData**, Agência de Notícias AutoData e dos participantes do Congresso AutoData Perspectivas 2016, a ser realizado nos dias 20 e 21 de outubro, para eleição final em cada uma das 21 categorias.

O evento ocorrido na noite de 16 de junho, no Salão Nobre do Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, reuniu mais de duzentos representantes do setor, dentre fornecedores, fabricantes de veículos, implementos rodoviários e seus respectivos profissionais de comunicação.

PROCESSO — O Prêmio AutoData, realizado de maneira ininterrupta desde 2000, tem por objetivo reconhecer e motivar empresas e seus comandos a buscar inovação e eficiência ao setor automotivo em seus processos e produtos. Na primeira etapa do processo

de premiação, os jornalistas que compõem o corpo editorial da AutoData Editora elegem, por voto, ações, produtos e personalidades que se destacaram nos últimos doze meses no setor automotivo por meio do levantamento das reportagens publicadas em algum produto da casa, seja na revista ou na agência.

Nesta edição, dos mais de trezentos cases pesquisados dentre empresas, produtos e personalizadas, 81 — já considerados os Melhores do ano do setor automotivo — foram indicados para concorrer à premiação máxima, elegendo assim o Melhor dos Melhores em cada uma das categorias.

A partir das próximas páginas, o leitor tem como referência para seu voto todos os cases indicados para concorrer ao Prêmio AutoData 2015. Ao longo do mês de setembro também a Agência de Notícias AutoData publicará os cases selecionados em suas edições diárias.

Estude, reflita para votar certo e justo. A cédula de votação estará presente na próxima edição da revista AutoData, em setembro, e os vencedores serão conhecidos em novembro. **AD**

Montadora de Automóveis e Comerciais Leves



Audi

A Audi volta a produzir no Brasil neste segundo semestre de 2015, mas já registrou recorde de vendas no primeiro semestre com crescimento de 27% ante o mesmo período do ano passado, num total de 7,8 mil veículos negociados, inclusive do A3 Sedan importado, modelo que reinaugura oficialmente a linha de montagem de São José dos Pinhais, PR. Na unidade estão sendo investidos R\$ 500 milhões para a linha Audi – no primeiro trimestre de 2016 entra em produção o SUV Q3. Mesmo com a produção comercial do A3 Sedan prevista para começar em setembro, a empresa se antecipou e reforçou seu pós-vendas: expandiu seu CD de peças em Jundiaí, SP, e inaugurou novo centro de treinamento na Zona Sul de São Paulo.



FCA

Além de se manter na liderança do mercado por mais um ano, a FCA assumiu a condição de maior produtora de veículos no Brasil em 2014, com 675,4 mil automóveis e comerciais leves fabricados em Betim, MG. De quebra, teve o automóvel mais vendido do Brasil, o Palio, fato inédito na história de quase quatro décadas da empresa aqui. Como se não bastasse o desempenho da planta mineira, a FCA investiu R\$ 7 bilhões em Goiana, PE, na construção de sua segunda unidade produtiva no País, batizada de Polo Automotivo Jeep. Primeira fábrica do grupo após a união da Fiat com a Chrysler, reúne o que há de mais moderno em processo produtivo no País e alto índice de automação. Já produz o Jeep Renegade e contará com mais dois modelos em linha este ano.



Honda

A fábrica da Honda de Sumaré, SP, completa dezoito anos em seu melhor momento no País. Em um mercado de vendas declinantes da ordem de 20%, a fábrica registrou volume 19% superior no primeiro semestre. Mais ainda: negocia horas extras para dar conta da demanda superior à oferta de seus produtos, cuja aceitação cresceu a partir do ano passado, quando o Fit e o City foram renovados. O quadro ficou ainda mais favorável após o lançamento do SUV HR-V em março. Quase metade dos mais de 540 carros que Sumaré produz diariamente é do utilitário esportivo. A fábrica passou por ampliações e melhorias da ordem de R\$ 100 milhões nos últimos três anos. A Honda ainda ergue sua segunda planta de automóveis em Itirapina, SP.



Toyota

A Toyota segue com produção em ritmo acelerado mesmo em meio à redução do mercado interno. Nos primeiros seis meses do ano suas vendas foram 3,1% superiores às do mesmo período do ano passado, com 86,7 mil unidades comercializadas, enquanto o mercado encolheu cerca de 20%. As duas fábricas da empresa – em Indaiatuba e Sorocaba, SP – trabalham em dois turnos e têm lançado mão inclusive de horas extras para dar conta dos pedidos. O investimento de R\$ 100 milhões em Sorocaba ampliará a capacidade de produção anual do Etios em 46% – das atuais 74 mil unidades para 108 mil em 2016. A empresa investe ainda na construção de centro de distribuição de veículos em Pernambuco e em uma fábrica de motores em Porto Feliz, SP.

PETRONAS
SYNTIUM
DESENVOLVIDO POR EXPERTS

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

Technology Partner
MERCEDES-AMG
PETRONAS



PETRONAS

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br

IVECO

Iveco

A Iveco apresentou planos para investir R\$ 650 milhões no Complexo Industrial de Sete Lagoas, MG, até 2016.

O objetivo é reforçar sua competitividade no mercado brasileiro por meio do aumento da nacionalização de componentes, aperfeiçoamento de processos com foco na qualidade, pesquisa e desenvolvimento. A empresa negocia a ida de fornecedores para o local e espera já no ano que vem ter parceiros operando localmente. Cerca de R\$ 24 milhões foram consumidos na construção de um campo de provas em Sete Lagoas, que tem capacidade para até três mil testes por ano. O campo possui 300 mil m² com pista oval de 1,6 km de extensão para avaliações de desempenho, e anexos para testes de medição de ruídos e durabilidade do veículo.



MAN Latin America

Com programa de investimento de R\$ 1 bilhão no País a MAN Latin America encerrou 2014 com a venda de 36,1 mil caminhões e, com isso, garantiu a primeira posição no segmento pelo 12º ano consecutivo - participação de 26,4%. O semipesado Volkswagen Constellation 24.280 6x2 foi o caminhão mais vendido do País, com 7,6 mil unidades licenciadas, segundo a Fenabrave. No primeiro semestre deste ano a empresa iniciou as vendas no território nacional do extrapesado TGX 29.480 6x4 já com índice de nacionalização de 50%, o que permitiu contar com Fimeproporcional a 90% de seu valor. A empresa, contudo, trabalha para aumentar para 60% o índice de componentes nacionais até o fim do ano.



Mercedes-Benz

A Mercedes-Benz anunciou investimento adicional no País de R\$ 730 milhões até 2018, que se soma aos R\$ 2,5 bilhões destinados ao período 2010-2015. O novo aporte será destinado à reorganização produtiva no País. A unidade de São Bernardo do Campo, SP, receberá R\$ 500 milhões para a modernização das linhas de caminhões, que voltará a produzir o Accelo em 2016, além de construção de centro de customização dos seus veículos. Um dos resultados do primeiro período de investimento foi o crescimento do índice de nacionalização do Actros para mais de 60%. Com o objetivo de atrair e fidelizar clientes, a empresa passou a instalar equipamentos de rastreamento nos modelos Atego, Axor e Actros: o cliente tem o serviço gratuito por três meses.

VOLVO

Volvo

A Volvo apresentou sua nova Linha F de caminhões pesados no Brasil, os modelos FH, FM e FMX, produzida desde janeiro em Curitiba, PR. Foi a maior e mais importante atualização de produtos desde que a empresa chegou ao Brasil em meados da década de 70. O FH, por exemplo, dispõe de cabine com mais espaço interno, sendo, segundo a empresa, a maior no mercado brasileiro. A linha, apresentada apenas dois anos antes na Europa, conta com praticamente todos os recursos eletrônicos disponíveis na marca e alto grau de conectividade. Sua produção exigiu modificações importantes na planta paranaense, como a instalação de uma nova linha de montagem de cabines, com 34 novos robôs, além de outros dezesseis na pintura.

Plástico de Engenharia Rhodia
Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66



www.solvay.com



A TECNOLOGIA É DA F1.
A PERFORMANCE É PARA
O SEU DIA A DIA.



ARTOVAR

PETRONAS
SYNTIUM

DESENVOLVIDO POR EXPERTS



PETRONAS SYNTIUM foi desenvolvido, testado e aprovado pelos experts da equipe MERCEDES AMG PETRONAS de Fórmula 1 em condições extremas. Por isso, quando você escolhe PETRONAS SYNTIUM, o resultado é um desempenho ainda maior para o motor do seu carro.

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

FLUID TECHNOLOGY SOLUTIONS DEVELOPED FOR
MERCEDES AMG
Technology Partner **PETRONAS** FORMULA ONE™ TEAM

Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção



AGCO

A AGCO investiu R\$ 18 milhões na construção de uma nova fábrica de equipamentos para armazenagem e produção de proteína animal em Passo Fundo, RS. A empresa anunciou o aporte ainda no início do segundo semestre do ano passado, mesmo em meio a um mercado que sugeria declínio. A ideia é aproveitar o potencial existente devido à grande escassez na infraestrutura de armazenagem para grãos e as linhas de crédito especiais do governo anunciadas em 2014 para aumentar a capacidade de armazenagem. O programa ajudará os produtores a investir em unidades profissionais, exatamente o segmento ao qual se dedica a nova planta. Em 2014 a empresa inaugurou Centro de Distribuição de Peças em Ernestina, RS.



Case Construction

A empresa de máquinas de construção tem diversificado seu portfólio de produtos com vários lançamentos também para o setor agrícola. Em 2015 aumentou seu portfólio de trinta modelos em sete linhas para 33 em oito linhas de produtos. O agronegócio tem participação crescente no faturamento e nos volumes comercializados pela empresa no mercado interno. Hoje as máquinas destinadas ao trabalho no campo já respondem por cerca de 20% das vendas totais da CASE, seja por meio das negociações diretas, do segmento de locação ou mesmo em fornecimento direto aos governos. Os tratores de esteiras para o segmento estão sendo fabricados na fábrica de Contagem, MG. Foram desenvolvidos nos Estados Unidos e sua nacionalização consumiu quase dois anos.



Case IH Agriculture

A empresa encaminha investimentos de R\$ 150 milhões na renovação do portfólio de plantadeiras de alto nível, dos quais R\$ 30 milhões só no desenvolvimento da Easy Riser, recentemente apresentada ao mercado. A Easy Riser, lembra a empresa, é a primeira plantadeira de reservatório central de sementes desenvolvida pela marca e tem como principal característica a mais alta capacidade produtiva da categoria. O equipamento, em conjunto com os tratores das famílias Puma e Magnum, que contam com tecnologias que geram até 20% de economia de combustível, é uma das apostas da empresa para a agricultura de alto rendimento e foi desenvolvido no centro tecnológico de Piracicaba, SP.



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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

AETHRA

Aethra

Apoiada sobre sua forte capacitação tecnológica e de engenharia, a Aethra Tec, empresa do Grupo Aethra, especializada no desenvolvimento e na produção de ferramentais de produtos estampados de grande porte, conquistou papel importante nas linhas de montagem da nova fábrica do Polo Automotivo Jeep em Goiana, PE. A Aethra Tec hoje é uma das maiores empresas de ferramentaria do Brasil. A planta da FCA no Nordeste recebeu ferramentais da empresa para a produção de partes laterais do modelo que é produzidos no complexo e também para paralamas.

BorgWarner

BorgWarner

Novo sistema de controle de estoque desenvolvido pela BorgWarner gera redução de cerca de R\$ 1,1 milhão em custos por ano e virou case no programa de desenvolvimento dos fornecedores da Fiat, a Academia Lean, focado em redução de custos e melhorias nos processos. O projeto foi criado na fábrica de Piracicaba, SP, onde são produzidos termostatos: após mapeamento elaborado e desenvolvido foi detectada a necessidade de ajustes nos estoques do setor de fundição, que passou a operar dentro do conceito just in time. Os estoques dos itens de maior volume registraram redução de 84%. Mais: em termos de retorno, o projeto representou R\$ 329 em benefício para cada R\$ 1 investido.

Continental

Continental

Com base em cinco centros de engenharia, pesquisa e desenvolvimento que mantém no Brasil, a Continental aproveitou o impulso do Inovar-Auto para alavancar o processo de produção local de vários componentes que anteriormente eram importados, em especial, em um primeiro momento, relativos à conectividade, como rádios com navegação integrada e sistemas que habilitam na tela funções e aplicativos de smartphones por meio de acesso remoto. Cerca de 80% do que comercializa nesse segmento já tem produção local.



ZF

A tradicional fornecedora de transmissões para as montadoras de caminhões decidiu nacionalizar e produzir em sua fábrica de Sorocaba, SP, a caixa de transmissão automatizada AS Tronic. O projeto tem uma primeira parte, com a localização de alguns elementos do componente tais como eixos e engrenagens, porque logo em seguida o programa continua com a nacionalização da transmissão TraXon, sucessora da AS Tronic, já no ano que vem. A ideia da ZF é alcançar índice de 80% de conteúdo local na TraXon, o que incluirá a carcaça de alumínio. Para o plano de nacionalização, que envolve ainda modificações na fábrica e nas linhas, a empresa investe R\$ 100 milhões.

Plástico de Engenharia Rhodia

Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66



Fornecedor de Peças Partes e Componentes



Aisin

A Aisin investe R\$ 320 milhões no Brasil, R\$ 140 milhões dos quais em nova fábrica em Itu, SP. Com a fábrica em operação a empresa entra em um novo segmento no País: componentes para motor. Há quarenta anos instalada aqui, sendo dez com produção local, a Aisin tem como principais clientes Toyota — uma de suas principais acionistas —, Honda, Nissan, Mitsubishi e General Motors.

Além de transmissões, fornece componentes para carroceria como travas, limitador e moldura de portas, estrutura do banco, coletor de admissão e transmissões manuais. A nova unidade prevê a instalação de fundição injetada de alumínio, que permite a produção de componentes mais leves para o automóvel, tanto na carroceria quanto no motor.



Federal Mogul

Calcada em processo de redução simultânea de custos por meio da eliminação de deficiências internas, bem como em postura mais agressiva no mercado de reposição, a Federal Mogul contorna as dificuldades no mercado de veículos e projeta fechar este ano com crescimento de 5% no faturamento, e com lucro. Dentre as recentes iniciativas lançou no aftermarket uma linha de pastilhas mais barata, a Stop, que utiliza 22% de material reciclado e custa 15% menos. O mercado de reposição já responde por 70% das vendas internas da divisão Motorsparts da empresa, índice que no ano passado era de 55%.



Proma

Há cerca de dois anos com produção em Contagem, MG, a Proma, fabricante de peças estampadas, conjuntos soldados e estrutura de bancos, inaugurou em janeiro sua segunda unidade no País, em Goiana, PE. A fábrica pernambucana, que integra o parque de fornecedores da FCA, Fiat Chrysler Automobiles, recebe investimento de R\$ 200 milhões e empregará quinhentos funcionários quando estiver a plena carga. A nova unidade, cuja razão social é PMC Automotive, é até maior do que a pioneira operação mineira, que consumiu cerca de R\$ 50 milhões e, além de fornecer para a Fiat em Betim, MG, também atende Iveco, Magneti Marelli, Bosch e Lear.



Zen

A empresa de Brusque, SC, tem apostado em três frentes para ampliar sua receita: mercado de reposição, exportações e fornecimento a novos modelos fabricados por aqui. A estratégia da Zen permite projetar alta de 15% no seu faturamento em 2015, ano de declínio da indústria automotiva brasileira. A empresa produz anualmente cerca de 15 milhões de componentes para mais de 2 mil modelos de veículos automotores. Seu portfólio inclui polias de alternador, tensionadores de correias, mancais de alternador e planetárias, além de componentes conformados a frio utilizados em sistemas de transmissão e freio ABS de automóveis e caminhões. Destina cerca de 7% de seu faturamento anual em pesquisa e desenvolvimento de produtos e patentes.

PETRONAS
SPRINTA

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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS



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

Produtor de Motores



Cummins

O Brasil é o ponto central da integração das operações da Cummins em toda a América do Sul, região que representa faturamento de US\$ 1,6 bilhão e na qual a Cummins quer dobrar suas atividades até o fim da década. Para isso a empresa abriu o leque de abrangência de sua atuação em direção ao mercado marítimo, de geração de energia, petróleo, ferroviário e de mineração e até viu seu faturamento crescer em um período de mercado automotivo em baixa. No segmento de geração de energia a empresa cresceu cerca de 27% em 2014. A empresa tem centrado esforços também no pós-vendas, cujos negócios dobraram na Argentina e cresceram 40% no Chile.



FPT

A FPT Industrial nacionalizou componentes da sua família de motores F1: o F1A, que equipa Fiat Ducato, Citroën Jumper e Peugeot Boxer teve índice de nacionalização elevado de 40% para 75%, e o F1C, do caminhão leve Iveco Daily e do microônibus Iveco Cityclass, de 39% para 68%. A fábrica de Sete Lagoas, MG, de onde saem os motores, tem capacidade de produzir 60 mil unidades dos F1A e F1C por ano, mais 18,5 mil motores NEF e S8000. A empresa trabalha para aumentar a participação em seu faturamento dos clientes do mercado aberto, ou seja, de fora do Grupo CNH Industrial, do qual a empresa faz parte, e tem investido em segmentos como o de geração de energia para driblar o recuo do mercado interno de veículos comerciais.



MWM Motores

A MWM Motores foi a primeira empresa do segmento a homologar motor adequado à nova legislação de emissões de ruídos e poluentes específica para veículos fora de estrada, do Proconve MAR-1. O projeto foi desenvolvido pela engenharia brasileira. A empresa projeta elevar suas exportações em 30% este ano, devido à busca de clientes de outros segmentos e países. Não só em motores como em outros negócios, como peças de reposição, em alta de 17%, e de componentes, como os blocos usinados, que também registram crescimento nos embarques. A maior projeção de crescimento porcentual com exportações está nos negócios com o México, para onde seguem motores para veículos produzidos pela Navistar.



Volkswagen

A grande cartada atual na batalha pela eficiência energética da Volkswagen é o motor TSI Total flex. Inicialmente na linha up! em versão 1.0, o motor possui bloco de alumínio de três cilindros, sistema de injeção direta e turbocompressor. Serão mais R\$ 460 milhões em investimento até 2018. Para o Audi A3, que neste semestre começa a sair da linha de montagem de São José dos Pinhais, PR, reserva motores 1,4 litro turbo flex.

Plástico de Engenharia Rhodia

Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66

www.solvay.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

A nossa força se constrói com o talento da nossa gente.

A Schulz Automotiva é referência em fundição de ferro nodular e cinzento, usinagem, pintura e montagem de peças. Uma história de sucesso que se constrói a cada dia com a força e o trabalho dos seus colaboradores. Onde houver Schulz, terá a inconfundível marca da qualidade.



www.schulz.com.br



SCHULZ
AUTOMOTIVA



Bepo

Tradicional fabricante de acessórios para picapes e caminhões, como estribos, santantônio e bagageiros, além de peças para implementos rodoviários, a Bepo ampliou seu leque de atuação no setor automotivo e se tornou a mais nova encarroçadora brasileira de ônibus. A companhia está montando carrocerias sobre pequenos chassis para aplicações urbanas. Os primeiros veículos foram produzidos com chassi da Mercedes-Benz e já houve até exportação para o Chile. A empresa, que começou suas atividades nos anos 60 produzindo pequenas peças e acessórios para caminhões, possui três unidades no País: em São Marcos e Montenegro, RS, e São Paulo, Capital. A Bepo ingressa no setor de encarroçadoras ao lado de empresas como Caio, Marcopolo, Neobus e Volare.



Comil

Com investimento de R\$ 110 milhões a Comil consolidou unidade industrial em Lorena, SP, bem mais próxima dos fornecedores de chassis e dos principais mercados consumidores. O local também já foi pensado para atuar em sistema de consórcio modular e com elevado grau de automação – 75% dos pontos de soldas são feitos por robôs, além da pintura. A unidade foi projetada a partir dos mais modernos processos de produção, tendo como modelo a indústria de caminhões. A exemplo da MAN, em Resende, RJ, também a Comil fechou parcerias com fornecedores para aturem dentro da linha de montagem. A unidade foi definida para produzir os urbanos Svelto e Midi, enquanto a fábrica de Erechim, RS, dá conta dos BRTs e modelos rodoviários.



Marcopolo

A Marcopolo, de Caxias do Sul, RS, estima alta nas suas exportações este ano. De acordo com o seu diretor comercial, Paulo Corso, o crescimento deve ser significativo, da ordem de 20%. O principal motivo da expectativa positiva é a desvalorização do real. Mas essa não é a única razão. A companhia sempre preservou os mercados internacionais conquistados, além de ter fortalecido suas equipes de venda tanto no País quanto fora dele com o objetivo de identificar melhor as necessidades do cliente e, assim, poder desenvolver produtos mais adequados a cada um dos locais nos quais atua. Em termos de volumes, a Marcopolo projeta enviar para o Exterior cerca de 2,5 mil unidades este ano. No ano passado exportou 2,1 mil unidades.



Volare

Depois de pouco mais de um ano de obras e investimento de R\$ 35 milhões, a Volare, unidade de negócios pertencente à Marcopolo voltada para a produção de micro-ônibus, iniciou produção na fábrica de São Mateus, ES, em meados de dezembro do ano passado. A construção da nova unidade fabril tem o objetivo de melhor atender ao crescente mercado de veículos de transporte de passageiros e, pela maior facilidade logística, elevar a competitividade da empresa nas regiões Norte e Nordeste do País e também no Exterior. O projeto da nova fábrica, complementar à unidade de Caxias do Sul, RS, também foi estopim para atrair parceiros, como a Agrale, que constrói outra fábrica próxima para fornecimento de chassi, cujo investimento deverá chegar aos R\$ 40 milhões.



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



PETRONAS

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



Librelato

A Librelato, de Orleans, SC, recebeu incentivos fiscais da Prefeitura de Linhares, ES, para a construção de fábrica em terreno de 56,3 hectares, o equivalente a 563 mil m², adquirido em 2013. A companhia prevê investir ali R\$ 40 milhões em planta com capacidade para produzir duzentas unidades por mês e gerar em torno de quinhentos postos de trabalho, diretos e indiretos. De acordo com o CEO José Carlos Sprício, 2015 será ano de extrema importância para o futuro da empresa: “Iniciaremos a construção da fábrica em Linhares e faremos a inauguração de nosso Centro de Montagem e Distribuição, em São Paulo, com a linha leve”. A concessão dos incentivos fiscais foi oficializada pelo prefeito de Linhares por meio de decreto.



Pastre

A Pastre, de Quatro Barras, PR, desenvolveu projeto de melhoria contínua na linha em que produz semirreboques para o transporte de pás eólicas que gerou redução de 40% no tempo de manufatura. De novembro a dezembro de 2014 grupo de dez pessoas das áreas de engenharia de processos, controle da qualidade, segurança do trabalho, logística, manutenção industrial e produção trabalhou nas readequações de processos e no leiaute da planta. Vinte dispositivos e gabaritos foram construídos até alcançar o melhor resultado. O ganho no tempo de produção possibilita à empresa elevar sua produção e, assim, sua participação em um segmento que já lidera no Brasil: o de produtos para transporte de pás eólicas.

Produtor de Implementos Rodoviários



Randon

Com 80% de seus ativos concentrados no Rio Grande do Sul a Randon S. A. Implementos e Participações, de Caxias do Sul, reforça estratégia de descentralização com sua quarta fábrica fora do Estado: pedra fundamental foi assentada em Araraquara, SP, de unidade que produzirá vagões ferroviários e semirreboques canavieiros. De acordo com o presidente David Randon, o grupo busca presença cada vez mais forte nos principais polos brasileiros de desenvolvimento. A Randon abriu sua primeira fábrica fora do Rio Grande em 1965, em Guarulhos, SP, e em 2011 expandiu produção para Chapecó, SC, com a aquisição da Folle, agora Randon Brantech.



Truckvan

Com a inauguração de nova unidade industrial em sua cidade-sede, Guarulhos, SP, a quarta da empresa, a Truckvan mais do que triplica, de trezentas para 1 mil unidades/mês, sua capacidade de produção de baús de alumínio. Nesta nova unidade, de 5,7 mil m², localizada próxima do Aeroporto Internacional de São Paulo, em Cumbica, a empresa investiu pouco mais de R\$ 10 milhões. De acordo com o sócio diretor, Alcides Braga, a nova fábrica fará da empresa a maior fabricante de baús de alumínio do Brasil. Para colocar sua nova produção no mercado ele busca novas oportunidades aqui e no mercado externo. Segundo ele, a produção de food trucks e veículos de luxo para o setor de eventos, são segmentos que poderão demandar mais produtos.

Plástico de Engenharia Rhodia

Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66

www.solvay.com



Qualidade e Parceria



BOSCH
Tecnologia para a vida

Bosch

A Robert Bosch consolidou a segunda colocação no Ranking AutoData de Qualidade e Parceria, posição que dividira com Magneti Marelli em 2014. A empresa anunciara investimento de R\$ 100 milhões para este ano no Brasil, destinado principalmente para modernização de processos produtivos. De acordo com Luiz Eduardo Abdalla, gerente de marketing e comunicação corporativa da companhia, ao participar da cerimônia de entrega dos troféus AutoData, “os dois atributos do prêmio, qualidade e parceria, são prioridades para nós”. Dentre as iniciativas recentes da Bosch, Abdalla destaca o recém-anunciado programa de capacitação de seus fornecedores, que visa a ajudar 25 empresas em gestão, produtividade e competitividade.



Magneti Marelli

A expansão futura das atividades do Grupo Magneti Marelli no Brasil está ligada à inauguração do Polo Automotivo Jeep, em Goiana, PE. Ali a empresa instalou cinco novas fábricas: MMH, para soldagem e montagem de componentes, MM Stamping & Welding, para estampagem de componentes estruturais e de suspensão, FMM, joint venture com Faurecia, e SPM, joint venture com Sole Prima. A companhia foi classificada como a terceira no Ranking AutoData de Qualidade e Parceria e as novas unidades reforçam sua posição, como também a importância do País nos seus negócios. De acordo com Olivier Philippot, presidente para o Mercosul, “o Brasil é o único país no qual estão todas as linhas de negócios existentes na Itália, focados em OEM e aftermarket”.



NGK

Ao repetir o resultado de 2014 a NGK do Brasil é novamente a líder na segunda edição do Ranking Autodata de Qualidade e Parceria. Para seu diretor comercial, Édson Miyazaki: “O ranking indica que estamos em processo de melhoria contínua. Reflete a satisfação dos nossos clientes e a confiança do mercado na NGK”. De acordo com ele a empresa investe fortemente na modernização de suas instalações nos últimos anos, o que fortaleceu a sua eficiência e competitividade por meio do aumento da capacidade produtiva. Em contraste com outros fornecedores, que preveem faturamento menor para este ano, a NGK acredita que poderá repetir a receita de 2014 a partir de melhoria nas exportações, no mercado de reposição e em novos negócios OEM.

SCHAEFFLER



Schaeffler

Prioridade fundamental na fábrica da Schaeffler Brasil, de Sorocaba, SP, atende pelo nome composto de busca contínua pela excelência em qualidade. A empresa, que reúne as marcas INA, FAG, LuK e Ruville, destaca-se como a quarta empresa do Ranking AutoData de Qualidade e Parceria. “Reconhecimento não é o objetivo final, mas uma consequência”, avalia Marcelo Machado, vice-presidente sênior automotivo da Schaeffler para a América do Sul. “A rotina é o que chamamos de trabalho consequente, no qual um conjunto de procedimentos tem como objetivo evitar desperdícios e erros antes que eles ocorram.” Somente nos últimos três meses o resultado da obsessão por qualidade proporcionou à empresa diversos reconhecimentos.

PETRONAS
SYNTIUM
DESENVOLVIDO POR EXPERTS

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

Full Technology Solutions developed for
Mercedes-AMG
Technology Partner **PETRONAS**



PETRONAS

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br

QUALIDADE E INOVAÇÃO DETERMINAM NOSSA HISTÓRIA.

A Maxon Wheels agradece ao Grupo Volkswagen pelo prêmio Volkswagen Group Award como um dos melhores fornecedores de 2014.



Maior fabricante de rodas de aço e alumínio do mundo, a Maxon Wheels orgulha-se pelo Prêmio recebido do Grupo Volkswagen pela qualidade de nossos produtos e serviços.


MAXION
WHEELS
a division of IOCHPE-MAXION
www.maxionwheels.com





Agrale

A Agrale, de Caxias do Sul, RS, destina R\$ 40 milhões para a edificação de sua nova unidade produtiva em São Mateus, ES, que produzirá chassis de ônibus a partir deste ano e estará preparada para, no futuro, montar as famílias de todos os seus produtos. Na fase inicial serão gerados duzentos empregos diretos e a empresa estará empenhada no desenvolvimento de fornecedores locais. Hugo Zattera, diretor presidente da Agrale, disse que a ação visa ampliar o nível de competitividade dos seus produtos: “Somos, hoje, penalizados com os custos de frete para enviar os produtos do Sul para o restante do País. A localização da nova unidade oferecerá ganhos de logística, o que contribuirá para reduzir os custos de distribuição interna e também das exportações”.



BOSCH
Tecnologia para a vida

Bosch

Na contramão da terceirização de processos logísticos, a Bosch assume a gestão de armazenagem, distribuição e gerenciamento de informações e operações na reposição, que envolve cerca de 20 mil itens.

A criação de centro de distribuição, em Louveira, SP, custou R\$ 20 milhões. Segundo Delfim Calixto, vice-presidente da divisão automotiva de aftermarket da Robert Bosch, o objetivo é entregar os pedidos em até 24 horas: “Utilizamos aqui os conceitos mundiais do nosso sistema de produção, adequando-os à gestão logística”. Para estimular sua cadeia de fornecedores a empresa opera programa de capacitação para que 25 empresas evoluam em gestão, produtividade e competitividade: investimento de R\$ 3,5 milhões.



CAOA Hyundai

A rede de concessionárias CAO A Hyundai mantém plano de investimento em pós-vendas e contratações: o valor estimado para 2015 é de R\$ 36 milhões, dos quais R\$ 25 milhões no Centro de Manutenção e Reparação Hyundai, inaugurado em junho no bairro de Moema, na Zona Sul de São Paulo. Batizado de CAO A Hyundai Premium Services o espaço tem 7 mil m² de área construída em total de 10 mil m². De acordo com Rogério Gonzaga, diretor de pós-venda da CAO A Hyundai, trata-se de vitrine de serviços: “Nosso foco é tornar esta operação referência na prestação de serviços e na satisfação do cliente e levar, gradualmente, esse padrão a outras unidades no Brasil”. O quadro de funcionários da rede passará de 2 mil colaboradores para 2,5 mil até o fim de 2015.



PSA Peugeot Citroën

Depois de Taguatinga, região administrativa do Distrito Federal, receber em setembro de 2014 a Saga France, primeira concessionária unificada Peugeot Citroën no Brasil, outras cinco casas já foram autorizadas a trabalhar no Projeto Y: as do Grupo Lumière em Araçatuba, Bauru, Marília e Presidente Prudente, no Interior de SP, e em Poços de Caldas, MG, a La Roche. Na prática trata-se de revendas Peugeot e Citroën que compartilham a área da oficina apesar de terem fachadas e showrooms separados, assim como equipe de vendas e CNPJ. Para Luiz Carlos Bianchini, do Grupo Lumière e presidente da Associação Brasileira dos Concessionários Citroën, representar as duas marcas foi uma oportunidade: “Trata-se de sinergia que aumenta o fluxo nas casas e dilui custos”.



HELLA

SENSORES DE LUZ E CHUVA

PARA ÔNIBUS E CAMINHÕES



Ótica de infra-vermelho
para detecção de chuva
e sensor de túneis.

Ótica transparente com visibilidade
compatível com o olho humano
para sensor de luminosidade

Do vasto portfólio de sensores HELLA, destacamos os sensores de luz e chuva.

Trata-se de um sistema de assistência ao motorista que realiza diversas funções como reconhecer a intensidade da chuva e controlar os limpadores de para-brisa automaticamente, além de interpretar dados da iluminação ambiente para controlar os faróis e lanternas.

Com eles, frotistas podem oferecer aos seus motoristas esta importante função de segurança, até há pouco disponível apenas em veículos leves premium.

Saiba mais sobre o nosso sensor de luz e chuva.

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



www.hella-brasil.com





Ford

O Brasil participa do Desafio de Mobilidade Ford, projeto global de incentivo a desenvolvedores para criar aplicativos que auxiliem a melhorar as condições de operação no trânsito de megacidades. O tema escolhido para ser trabalhado no País foi Congestionamento: todos os concorrentes devem prover soluções que facilitem a locomoção dos carros e dos motoristas e que reduzam o volume de veículos no trânsito. Para auxiliar os desenvolvedores na criação do novo aplicativo, a Ford oferecerá dados de motoristas obtidos por meio do Open XC, dispositivo que consegue transmitir várias informações sobre o veículo. O aparelho é uma espécie de caixa preta que fornece dados como o número de quilômetros rodados e o tempo parado em semáforos.



Litens

A Litens Automotive do Brasil inaugura nova linha de produção em Atibaia, SP, para suprir a demanda interna por polias especiais com tecnologia OAD, Overrunning Alternator Decoupler, importadas da matriz, no Canadá. O Inovar-Auto e também o dólar valorizado foram fatores decisivos para a decisão de localização desse item, afirma Bruno Frago, diretor de vendas e desenvolvimento para a América do Sul: "A linha será suficiente para atender à demanda atual aqui, bem como para suportar seu crescimento nos próximos anos. A capacidade é superior a 700 mil unidades/ano e, devido ao aumento da adoção desta tecnologia no Brasil, já consideramos a possibilidade de uma segunda linha no futuro".



MAN Latin America

Dois equipamentos com tecnologias a laser são apostas da MAN Latin America para o desenvolvimento e a produção de seus produtos em Resende, RJ. O leitor a laser permite comparar modelos digitais de peças e analisar um protótipo em modelo digital 3D. O equipamento lança um feixe de laser e uma câmara que vem acoplada faz a leitura dos pontos projetados na superfície: em questão de segundos essa imagem em 3D é transmitida para o computador. O outro equipamento é uma máquina de corte a laser de superfícies metálicas, um processo que amplia a precisão e o acabamento das peças, além de proporcionar mais segurança aos operadores no chão-de-fábrica.



Umicore

A Umicore investe R\$ 21 milhões em novos laboratórios para seu centro de emissões veiculares, complexo de equipamentos para testes e calibração de catalisadores automotivos que fica ao lado do prédio que abriga as linhas de produção em Americana, SP. Stephan Blumrich, vice-presidente da Umicore Brasil e diretor da unidade de catalisadores automotivos da Umicore na América do Sul, afirma que a estrutura foi concebida para desenvolver projetos de novos catalisadores para montadoras, com destaque para os motores de três cilindros que chegaram junto com o Inovar-Auto. Para Blumrich o laboratório é importante na produção de componentes adequados às normas de emissões em exercício, possibilitando a conquista de novos clientes.



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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS



BMW

Dez meses após o assentamento da pedra fundamental de sua fábrica de Araquari, SC, o Grupo BMW deu início à produção do Série 3 nacional. Ainda em regime produtivo semelhante ao CKD, com a montagem da carroceria na Alemanha, o marco foi comemorado em cerimônia para executivos da companhia e fornecedores.

O primeiro Série 3 made aqui saiu da linha em 30 de setembro, dentro do cronograma traçado pela empresa. Durante os últimos dez meses os executivos do grupo correram para conseguir todas as licenças, cinquenta no começo e 150 ao fim do processo. O presidente do Grupo BMW do Brasil, Arturo Piñeiro, afirma que o projeto da empresa não será influenciado pelo momento de retração do mercado brasileiro de veículos.



Chery

Depois de inaugurar fábrica em Jacaré, SP, a Chery anuncia a intenção de ter 3% do mercado brasileiro até 2018 por meio da venda de 100 mil a 120 mil unidades — quando espera ter operação funcionando em plena força. Já o plano de produção do subcompacto QQ, adiado até dezembro, para crescimento de índice de nacionalização de peças e componentes, oferece a fornecedores a possibilidade de elevar seus níveis de produção via exportação para a filial do Irã. A empresa pretende construir parque de 25 fornecedores próximo da fábrica. De acordo com Zhou Biren, vice-presidente, a empresa chegou a vender 3 mil unidades por mês antes do aumento do IPI para modelos importados. “O Brasil tem enorme potencial no setor automotivo”, avalia o executivo.



General Motors

A General Motors anuncia em Brasília, DF, à presidente da República, novo pacote de investimento de R\$ 6,5 bilhões no País no período 2013-2018 em produtos e na localização de peças e componentes. A unidade de São Caetano do Sul, SP, ficará com pelo menos a metade do novo aporte. O valor supera o plano de investimento anterior, de R\$ 5,2 bilhões, encerrado em 2012. Trata-se, portanto, do maior aporte da GMB em seus noventa anos de história e de presença no mercado brasileiro. A presidente e CEO da General Motors Corporation, Mary Barra, não deu pormenores com relação ao investimento.

Em comunicado a companhia afirma que o dinheiro será destinado “ao desenvolvimento de produtos e tecnologias e na ampliação do índice de localização de componentes”.



Hyundai

Enquanto a maior parte das fabricantes de veículos amplia seus índices de vendas no atacado para engordar volumes de negócios em tempos de queda do mercado, a HMB, a Hyundai brasileira, atendendo a pedido da Abrahay, Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai, opta por negociar teto para vendas diretas, iniciativa pioneira no setor: em 2015 apenas 5,5 mil veículos HB20, produzidos em Piracicaba, SP, poderão ser comercializados por meio de venda direta. Esse total equivale a cerca de 3% da capacidade produtiva. O presidente da Abrahay, Daniel Kelemen, revelou que as negociações demoraram cerca de um ano e meio, em busca de definição de índice que fosse interessante para as duas partes.

Plástico de Engenharia Rhodia

Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66

www.solvay.com



Exportador



Fras-le

Apoiada na diversificação da base geográfica de sua atuação no Exterior a Fras-le, de Caxias do Sul, RS, encerrou o primeiro trimestre do ano com crescimento de 26% nas suas exportações. Esse resultado permitiu que compensasse queda de 9,9% nas vendas domésticas, cuja receita fechou em R\$ 96,8 milhões, garantindo crescimento de 5,9% em sua receita líquida no trimestre, que somou R\$ 203,4 milhões. O diretor de relações com investidores, Vanderlei Novello, diz que “a Fras-le continuará focada no controle dos seus custos operacionais, buscando alternativas para reduzir estes efeitos no seu desempenho, além de trabalhar para ampliar a participação no mercado internacional”. A meta é encerrar o ano com R\$ 820 milhões de receita líquida.



MWM Motores

A MWM Motores projeta elevar suas exportações em 30% este ano, e seu presidente, José Eduardo Luzzi, considera que em um cenário desafiador como o atual da economia brasileira é preciso buscar alternativas em outros segmentos e mercados: “É uma tradição da MWM a exportação de motores e componentes”. Em sessenta anos a empresa já exportou mais de 650 mil motores, sendo 80% para uso automotivo e 20% industrial, para mais de trinta mercados, dentre eles Alemanha, Argentina, China, Egito e Estados Unidos, e países na América Latina e Leste Europeu. A empresa projeta que, em 2015, os negócios com a Navistar no México impliquem o maior crescimento porcentual de suas exportações, 46%.



Pirelli

A Pirelli deverá encerrar o ano com crescimento de 10% a 15% em suas exportações, com aumento de vendas na América do Sul, Estados Unidos e México. Mesmo com esse acréscimo e os bons resultados na reposição a produção deve registrar desempenho negativo devido à queda nos negócios OEM. Segundo Paulo Augusto Freitas, seu diretor industrial, o aumento das vendas a partir do Brasil faz parte de estratégia global da companhia: “Nós já exportávamos para os Estados Unidos e México, mas os negócios estavam devagar. Como as fábricas da Pirelli lá instaladas estão com demanda aquecida optou-se por favorecer as nossas exportações como forma de compensar, ao menos em parte, as dificuldades internas”. A empresa investe R\$ 1 bilhão de 2014 a 2017.



Scania

Metade da atual produção da Scania em São Bernardo do Campo, SP, está sendo exportada: de acordo com o presidente Per Olov Svedlund o índice de remessas cresceu exatamente para compensar a queda do mercado brasileiro este ano. Ele não revelou o volume, mas assegurou que foi revisto para cima. Lembrou que, como a linha de produtos é global torna-se possível adequar as demandas a diversos mercados, basicamente países da África, do Oriente Médio e da Ásia, normalmente atendidos pela Europa: “Como a demanda da Europa está muito alta passamos a exportar a partir do Brasil. Assim compensamos o mercado local e ainda aliviarmos a capacidade europeia”. A unidade brasileira também é responsável por abastecer clientes da América Latina.

PETRONAS
SPRINTA

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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

Liderança em Sistema de Iluminação Automotiva

**Maior Fabricante
de Iluminação para
o Mercado Automotivo.**

**Equipada com
Completo Laboratório e
Certificação INMETRO.**

**Domínio Total no Processo
de Desenvolvimento
Tecnológico, Validação
de Produto e Manufatura.**

**São mais de 80 anos de tradição, com tecnologia e qualidade,
presente na frota automotiva das mais importantes
montadoras do mundo.**



ARTEB

Nossa tecnologia indica o futuro | Our technology leads the future

WWW.ARTEB.COM.BR



Ford

Em ação inédita no mercado brasileiro, a Ford oferece para os atuais proprietários do modelo Focus hatch a opção de adquirir a nova geração do modelo com faturamento direto da fábrica, o que equivale a um desconto de 15% com relação ao preço de tabela. A pré-venda para esse público foi iniciada em junho, dois meses antes do início de suas vendas na rede de concessionárias da marca. A oferta será válida por três meses, revela o gerente geral de marketing da Ford América do Sul, Oswaldo Ramos: “É uma estratégia de fidelização do cliente. Como o lançamento desta nova geração ocorre apenas dois anos após a apresentação da anterior, decidimos privilegiar os que compraram o modelo 2014/2015 no período”. Foram vendidos em dois anos 30 mil Focus hatch e outros 30 mil sedã.



FCA

Pela segunda vez em dois anos o Flamengo, do Rio de Janeiro, RJ, conta com uma montadora na lista de seus patrocinadores, a FCA, que estampa a marca Jeep nas costas do uniforme, abaixo do número de cada jogador. O acordo vale por oito meses – portanto durante todo o campeonato brasileiro de futebol deste ano – e custou R\$ 4,5 milhões à FCA. Em 2013 e 2014 o Flamengo contou com patrocínio da Peugeot. Na mesma época, outra montadora, a Nissan, patrocinava igualmente um time do futebol carioca, o Vasco. A estreia do Flamengo utilizando o uniforme com o patrocínio Jeep aconteceu em junho no Maracanã, em partida do Campeonato Brasileiro contra o Sport – um dos maiores times de Pernambuco, Estado onde está instalado o Polo Automotivo Jeep.



Mercedes-Benz

Para atrair e fidelizar clientes a Mercedes-Benz instala, por conta própria, equipamentos de rastreamento nos modelos Atego, Axor e Actros: o sistema de telemática FleetBoard será gratuito por três meses e, depois, a companhia oferecerá cinco pacotes de serviço a partir de R\$ 90 mensais. Segundo Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas, marketing e pós-venda de caminhões e ônibus, cada equipamento custará R\$ 1,8 mil para a montadora. O sistema utiliza a integração da informática com os recursos da internet e da telefonia móvel. A companhia também ingressa no mercado de locação de veículos, a Mercedes-Benz Rent, exclusivo serviço de locação de automóveis premium e vans da própria marca.



Nissan

As calçadas do Rio de Janeiro, RJ, cores de suas paisagens e até pratos típicos da culinária local servirão de inspiração aos desenhos e materiais adotados em modelos globais da Nissan. Esta é a proposta da empresa ao inaugurar o NDA-R, Nissan Design America-Rio, no mesmo prédio de sua sede no Centro da cidade. A exemplo de outros centros de design da Nissan no Japão, China, Inglaterra e Estados Unidos, a unidade trabalhará de forma colaborativa e encaminhará projetos e conceitos para o restante do mundo. Usando os Jogos Olímpicos e Paralímpicos como tema de sua estratégia de marketing, a empresa começa sua maior ação publicitária desde 2000, buscando reforçar sua marca na mente do consumidor nacional, passo importante e fundamental no seu plano de expansão por aqui.

Plástico de Engenharia Rhodia
Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66



www.solvay.com



Sustentabilidade



Honda

A Honda escolheu Xangri-lá, RS, de 10 mil habitantes, para iniciar sua atividade de produção de energia. A empresa inaugurou seu primeiro parque eólico do mundo, depois de dez meses de obras e investimento de R\$ 100 milhões. O local possui nove aerogeradores e produzirá eletricidade suficiente para atender toda a demanda da Honda Automóveis em Sumaré, SP, com capacidade para produzir 120 mil carros/ano. Anualmente devem ser gerados por volta de 95 mil MW, energia equivalente para suprir o consumo de energia de uma cidade com aproximadamente 35 mil pessoas. Para abastecer a unidade fabril do Interior paulista a empresa necessita de 75 mil MW/ano. A fabricante ainda lucra com a comercialização da energia extra no mercado livre.



Renault

A empresa instalou oitenta painéis solares sobre a cobertura de área de acesso ao seu complexo industrial em São José dos Pinhais, PR. Durante o dia a estrutura é capaz de gerar até 20 kWh de energia 100% limpa, usada para abastecer os veículos elétricos da marca - Zoe, Twizy e Kangoo Z.E. -, além de fornecer energia para iluminar instalações próximas. O conjunto de painéis fotovoltaicos reproduz as coberturas instaladas em fábricas da companhia na França. Em Douai, Maubeuge, Flins, Batilly, Sandouville e Cléon os pátios de veículos e estacionamentos foram cobertos por esses tipos de painéis, somando mais de 400 mil m². Combinados, geram 59 MW, energia equivalente ao consumo anual de uma cidade de 15 mil habitantes.



Scania

Testes com chassi de ônibus movidos a biometano e GNV são algumas das principais iniciativas da Scania no País ao longo de 2015. A empresa apresentou seu primeiro ônibus movido a biometano e assinou, com representantes da Itaipu Binacional, em Foz do Iguaçu, PR, termo de cooperação para estimular o biometano como combustível veicular. As avaliações têm oferecido provas de viabilidade econômica para as aplicações no transporte urbano de passageiros e, de acordo com Silvio Munhoz, diretor de vendas de ônibus da Scania no Brasil, é mais uma "opção aos empresários e operadores do sistema como uma solução para diversificar a matriz". Embora 20% mais cara que um modelo a diesel, a solução a biometano, por exemplo, consome de 40% a 45% menos.



Volkswagen

A Volkswagen eliminou o uso de sacos plásticos nas embalagens dos chicotes elétricos fornecidos à unidade de Taubaté, SP. Segundo a companhia, os conjuntos de fios e encaixes que formam o sistema elétrico do veículo, antes embalados individualmente pelo fornecedor, agora são acondicionados e separados em caixas com divisórias. A iniciativa foi proposta pela montadora e faz parte da meta da empresa de se tornar a fabricante de veículos mais sustentável do mundo, conforme plano anunciado em 2010. De acordo com as contas da empresa, em um ano a mudança eliminou o descarte de 1,5 milhão de sacos plásticos, o equivalente a 7 toneladas do insumo, volume suficiente para cobrir área igual a quarenta campos do tamanho do Maracanã.

PETRONAS
Urania

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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

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

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

MBA  **FGV**

PRESENCIAL • ONLINE • CUSTOMIZADO

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

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

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA

Veículo Automóvel



Jeep Renegade

Escolhido para ser o primeiro veículo a ser produzido na nova fábrica da FCA em Goiana, PE, o modelo nasce com a meta de ser líder do segmento de SUV compactos já para 2015, conforme afirmou Sérgio Ferreira, diretor da Jeep na América Latina, na ocasião de seu lançamento, em março. Para a tarefa a empresa aposta no pacote de recursos tecnológicos e de conforto e na oferta de motor turbodiesel 2.0 em todas as versões. Há também uma opção com motor 1.8 flex. Os dois motores podem ser associados a caixas manual ou automática. A configuração 4x4, porém, está presente só nas versões a diesel.



Honda HR-V

O presidente da Honda na América do Sul, Issao Iamaguchi, resumiu o que espera do HR-V: “É resultado de um projeto para criar raízes no Brasil, e tem tudo para cumprir com a sua missão de estabelecer um novo segmento na Honda e ampliar nossa fatia de mercado”. Fabricado na unidade de Sumaré, SP, e na Argentina, o modelo possui três versões na oferta, todas com motor 1.8 VTEC. A versão de entrada, com câmbio manual, deve responder apenas por 1% do mix de vendas. Somada à opção automática chegará a 14%. Já a opção mais completa, portanto a mais cara, deve ficar com a maior fatia: 46%.



Toyota Corolla

Sua mais recente atualização, apresentada ao mercado em março do ano passado, teve como maior objetivo retomar a liderança do segmento de sedãs médios. A meta não só foi alcançada, como o modelo se consolida como um dos dez automóveis mais vendidos no mercado nacional, mesmo que sua disputa seja em patamar superior de veículos. Pelos dados da Fenabrave, no acumulado até junho foram emplacadas 31,9 mil unidades, o que representou 34,5% do seu segmento, bem distante do seu principal rival, o Honda Civic, com 17,2 mil unidades licenciadas ou 18,6% do segmento.



Ford Novo Ka

O segundo modelo global liderado pela equipe de engenharia brasileira chegou ao mercado em agosto do ano passado nas versões hatch e sedã, o Ka+, encerrando um ciclo de renovação de produtos da marca, todos globais. A linha Ka fez parte de um programa de investimento de R\$ 1,9 bilhão, aplicado no desenvolvimento do produto, em fábrica de motores em Camaçari, BA, e na instalação de novos equipamentos e robôs na unidade baiana. Pensado para ser a linha de volume da empresa, a gama Ka possui dois motores, 1.0 de três cilindros e o Sigma 1.5, além de ter nascido bem fornida de conteúdo de série desde a versão de entrada.

Plástico de Engenharia Rhodia

Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66



Veículos Comercial Leve



Chevrolet Nova S10

A linha 2015 da S10, apresentada em setembro do ano passado, ganhou nova opção de motor, mudança no mix de configurações e aprimoramentos a pedido dos clientes. Antes disponível com motores flex 2.4 e diesel 2.8, o utilitário agora acrescenta oferta com 2.5 flex dotado de injeção direta de combustível e construído 100% de alumínio. A novidade, em média, é 6% mais econômica que a versão 2.4, mesmo sendo muito mais potente — são 206 cv ante 147 cv no mesmo comparativo, sempre com 100% de etanol. A picape é a primeira aparição pública dos esforços da montadora para atingir os níveis de eficiência energética do Inovar-Auto.



Troller T4

A Troller, controlada da Ford, lançou a segunda geração de seu único modelo, o T4. Embora a empresa ainda tenha preservado seus traços característicos que carrega desde 1995, quando surgiu pela primeira vez, o modelo foi completamente reformulado. Maior em todos os sentidos — altura, largura e comprimento —, tem mais funcionalidades para os caminhos fora de estrada e motor Ford Duratorq a diesel com 200 cv. Além de um produto novo também a Troller, de Horizonte, CE, passou por amplas transformações, em processo que deixou para trás a condição de montadora artesanal de veículos com investimento de R\$ 215 milhões.



Volkswagen Saveiro cabine dupla

Para colocar a Saveiro cabine dupla nas ruas a Volkswagen realizou investimento de R\$ 50 milhões na linha de armação da fábrica de São Bernardo do Campo, SP, e aumentou sua capacidade produtiva em 20%. O valor soma-se a R\$ 250 milhões anunciados em 2013 também para a linha da Nova Saveiro, nas versões de cabines simples e estendida.

Assim o investimento dedicado ao utilitário leve chega a R\$ 300 milhões. A configuração de cabine dupla tem oferta a partir de três versões — Trendline, Highline e Cross — a maior preocupação da fabricante no seu projeto foi entregar um espaço interno amplo para os passageiros.



Fiat Strada

Não é somente a líder de seu segmento por mais de 10 anos, mas também um dos veículos mais vendidos no mercado, destacando-se frequentemente dentre os três do topo da lista. A picape tem um currículo inovador e pioneiro ao longo de sua trajetória. Foi a primeira a surgir com a temática aventureira, como também saiu na frente com as ofertas de cabines estendida e dupla e até a introdução de uma terceira porta no modelo de cabine dupla. Atualmente o consumidor encontra a picape a partir de três configurações de cabines, três motores — 1.4, 1.6 e 1.8 — e três níveis de acabamento: Working, Trekking e Adventure.

**PETRONAS
SYNTIUM**
DESENVOLVIDO POR EXPERTS

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

High Performance Technology Solutions developed for
Mercedes-AMG
Technology Partner **PETRONAS**

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

TENHA NA SUA EMPRESA OS MELHORES PROFISSIONAIS DO MERCADO

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

Mapeamento de Potencial

Recrutamento e Seleção

Mapeamento de Mercado



Soluções em RH

Gestão Profissional de
Alta Performance

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



Veículo Caminhão



Ford Série F

Mais de dois anos e meio após a interrupção da produção na fábrica do Taboão, em São Bernardo do Campo, SP, os caminhões da Série F, F-350 e F-4000, voltaram às revendas Ford Caminhões em agosto do ano passado. Steven Armstrong, presidente da Ford Brasil e América do Sul, revelou investimento de US\$ 70 milhões no desenvolvimento da família, que somou mais de 700 mil quilômetros em testes e alterações na linha. Embora não tenha recebido maiores intervenções visuais, a gama retornou das férias com powertrain renovado. Ganhou motor Cummins ISF 2.8 com tecnologia SCR de 150 cv, 30 cv a mais que a geração anterior.



Iveco Tector Economy

A Iveco aumentou a família de caminhões Tector com o lançamento do 150E21 Economy 4x2. Destinado às operações urbanas e interurbanas, chega para disputar segmento de 15 toneladas. De acordo com a fabricante, a fatia representa 15% do mercado, ou 4 mil unidades/ano. Com a novidade a Iveco espera alcançar participação de 10% já no fim do próximo ano, com quatrocentas unidades vendidas. O projeto dirigiu esforços para entregar equilíbrio de custo e conforto, mas com atenção à economia de combustível. A fabricante garante que o novo Tector oferece redução de 10% se comparada ao líder do segmento.



MAN TGX 29.480 6x4

A MAN Latin America deu mais um passo em seu projeto de consolidação dos modelos extrapesados MAN no Brasil ao enviar o TGX 29.480 6x4 às concessionárias em abril. O modelo chega ao mercado com índice de nacionalização de 50%, o que já permite contar com subsídio via Finame proporcional a 90% de seu valor e, até o fim do ano, a linha alcançará índice de 60% de conteúdo local, que permitirá o cálculo integral para o Finame. O caminhão é destinado às aplicações rodoviárias de longas distâncias e indicado para as composições do tipo bitrem ou rodotrem.



Volvo Linha F

Desde janeiro a Volvo produz em seu complexo industrial de Curitiba, os novos caminhões FH, FM e FMX, os mesmos produzidos na Europa. Apresentada em outubro do ano passado, a nova linha F representou a mais importante atualização de produtos já realizada pela empresa desde que iniciou sua operação no País, em meados da década de 70. Para o transportador a gama entrega versatilidade e eficiência operacional de acordo com o que a aplicação exige. A linha oferece ampla configuração de tração, do 4x2 ao 8x2, e motores de 380 cv a 540 cv. O projeto global consumiu perto de US\$ 3 bilhões e demandou seis anos de trabalho.

Plástico de Engenharia Rhodia
Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66

www.solvay.com



RHODIA
SOLVAY GROUP

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



01

CONFIANÇA

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

02

AGILIDADE

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

03

ESPECIALIZAÇÃO

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

04

EXCLUSIVIDADE

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

Precisa de mais?

Para assinar ligue 11 5189-8926 ou acesse www.autodata.com.br

Veículo Ônibus



Mercedes-Benz 500 RSD 6x2 e RSDD 8x2

A Mercedes-Benz passou a oferecer ao mercado de rodoviários dois chassis especialmente desenvolvidos para atender às aplicações que demandam motores mais potentes e carrocerias de luxo. Com motor de 408 cv, o 500 RSD 6x2 e o RSDD 8x2 foram desenvolvidos para operações de longas distâncias e turismo. Os modelos ainda possuem câmbio automatizado de oito marchas, controles de estabilidade e de tração, freio ABS e sistema de rebaixamento da suspensão. “O segmento rodoviário é um dos mais promissores, por isso queremos oferecer uma linha completa”, justificou Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing.



Volksbus 9.160 OD

A empresa desenvolveu versão micro-ônibus de piso baixo sobre o chassi 9.160 OD. Destinado às operações em vias urbanas de difícil circulação e em rotas de alta demanda é o primeiro chassi do segmento com este tipo de configuração. O equipamento comporta carroceria de até 9 metros para até 32 lugares e possui motor Cummins ISF de 3,8 litros com 160 cv aliado a uma caixa de transmissão mecânica da ZF com acionamento por cabos, o que garante robustez e suavidade nas trocas de marcha. O motor também possui sistema de pós-tratamento de gases do tipo SCR, baseado na utilização de ARLA 32.



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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

Veículo Importado



Audi A3

Em sua terceira geração, o modelo é um dos protagonistas da empresa na hora de contabilizar seu desempenho de mercado. Junto com o Q3 a versão sedã do A3 se posicionam como os líderes de venda do segmento dos chamados veículos premium. O automóvel é oferecido nas versões Sportback, Sedan e Cabriolet, além das opções esportivas S3 com sistema de tração integral quattro. O consumidor pode configurar o modelo a partir de três motores, o 1.4 TSFI com 122 cv, o 1.8 TSFI com 180 cv e, somente para as versões esportivas, o 2.0 TSFI de 286 cv. Os três funcionam com a caixa de transmissão S-Tronic de sete marchas.



BMW i3 e i8

Veículos elétricos, híbridos e estações de recarga começam a chegar a oito das 44 concessionárias BMW instaladas no Brasil, deixando clara a intenção da montadora de atrair consumidores finais, sem se limitar às entregas a frotistas e taxistas. A montadora lançou dois modelos de sua divisão BMWi — o compacto i3 e o esportivo i8. O primeiro possui motor elétrico que gera 170 cv e autonomia de 130 a 160 quilômetros, a depender do modo de condução. O segundo, disponível somente por encomenda, é um híbrido que combina motor elétrico e a combustão capaz de gerar 362 cv e levar o carro 250 km/h de velocidade máxima.



Mercedes-Benz
Classe C

O Classe C foi considerado pela empresa o mais importante lançamento da fabricante no ano passado, afinal, o modelo é peça-chave nos planos de produção de automóveis na fábrica que a Mercedes-Benz constrói em Iracemápolis, SP. O carro também é estratégico na busca pela liderança das vendas no segmento de sedãs médios dos chamados automóveis premium. Dentre os destaques, o Classe C trouxe novo design, faróis full led, sistema de navegação GPS, start-stop, sete airbags e monitoramento de pressão de pneus. A nova geração ficou 9,5 centímetros maior, mas tem 60 quilos a menos do que a anterior graças ao uso de alumínio em sua construção.



Nissan Sentra

A linha 2016 do sedã trazido do México trouxe como maior novidade a versão Unique, mais sofisticada e dotada de novas soluções, como sistema eletrônico de tração e estabilidade, o VDS, de Vehicle Dynamic Control. O recurso, aliás, também passou a estar presente nas outras versões da gama, SV e SL, exceção para a S, de entrada. O visual pouco mudou, mas ainda deve ser capaz de promover sua sobrevivência e garantir à Nissan a manutenção do atual padrão de venda, em torno de 1 mil unidades/mês, hoje, volume suficiente para preservar o terceiro lugar dos mais vendidos em sua categoria.

Plástico de Engenharia Rhodia

Líder no mercado brasileiro em compostos de Poliamida 6 e 66

www.solvay.com



Personalidade do Ano



Jörg Hofmann,
Audi

Sob sua direção a empresa, mesmo antes de reiniciar produção no País, já aumentou consideravelmente suas vendas e conquistou a liderança no segmento dos chamados automóveis premium. O executivo, formado em administração de empresa na Alemanha com mestrado em negócios e gestão de marketing pela Universidade Estadual do Arizona, nos Estados Unidos, antes de ser nomeado presidente e CEO da Audi Brasil, em setembro de 2013, já acumulava treze anos de experiência na Audi em mercado estratégicos como Austrália, Alemanha e Japão.



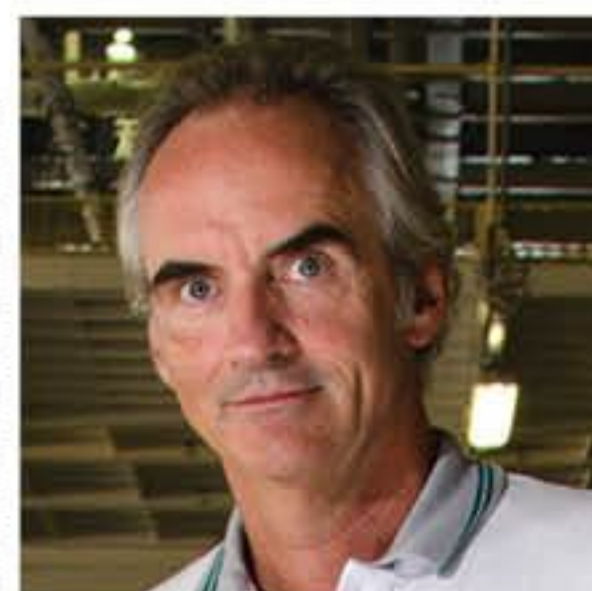
Luís Pasquotto,
Cummins

O presidente da Cummins América do Sul e vice-presidente da Cummins Inc. comanda atual plano em andamento da empresa que tem como objetivo dobrar os negócios da empresa na América do Sul até o fim da década. Segundo Pasquotto, as ações buscam integrar as diversas divisões de negócios espalhadas por toda a região e, embora o centro de produção esteja instalado no País, a missão é crescer independentemente de onde venha o produto. O foco de integrar toda a região já mostra sinais positivos com ganhos de participação em todos os segmentos nos quais a fabricante atua.



Santiago Chamorro,
General Motors

O presidente da General Motors do Brasil proporcionou condições para que a fabricante consolidasse sua posição como segunda colocada no ranking de venda geral de automóveis e comerciais leves. A empresa, no entanto, encerrou o primeiro semestre na liderança do mercado de automóveis, com 171 mil unidades negociadas, o que representou 16% de participação no segmento, e no mercado de varejo, com fatia de quase 15%. A conquista é um estratégia conduzida por Chamorro desde 2013 quando assumiu a GM por aqui, na qual se optou por investir no cliente comum e fortes apostas em campanhas mercadológicas.



Stephen Ketter,
FCA

O vice-presidente de manufatura da FCA foi nomeado para conduzir a construção do Polo Industrial Jeep e, por consequência, parte do planejamento do processo de atração de fornecedores para Goiana, PE, movimento que nasceu junto ao projeto da fábrica. Ketter foi responsável por azeitar qualidade, flexibilidade e velocidade de produção na fábrica que, certamente, deve estar no rol das mais modernas do mundo. Nascido em São Paulo há 56 anos formou-se em engenharia na Alemanha e construiu carreira nos Estados Unidos e na Itália. Chegou à Fiat em 2004 para comandar a área de qualidade.

PETRONAS
SPRINTA

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

MAIS DE 100 ANOS DE INOVAÇÃO EM FLUIDOS.

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

www.pli-petronas.com.br



PETRONAS

INOVAÇÃO, MOBILIDADE E TECNOLOGIA NOS LEVAM MAIS LONGE

Há 100 anos, a ZF pesquisa e desenvolve soluções inovadoras para um mundo que se movimenta na alta velocidade da tecnologia e das novas necessidades. www.zf.com.br



MOTION AND MOBILITY



nucleotcm

100
YEARS
MOTION
AND
MOBILITY



Falta mesmo é confiança

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

Parte representativa do setor automotivo brasileiro esteve reunida em meados de julho na sede da Fecomercio, em São Paulo, para debater a respeito do atual ambiente econômico do País e seus reflexos na indústria local durante o Seminário AutoData Revisão das Perspectivas 2015. Nas diversas palestras e painéis ficou claro que se não há um consenso de quando haverá a retomada, foi unânime o sentimento de que a crise de hoje é mais uma consequência da falta de confiança do que um problema de ordem estrutural.

“É um exagero o clima pessimista e de crise no País”, considerou Luiz Moan,

presidente da Anfavea em sua apresentação. “As bases econômicas estão aí. Em máquinas agrícolas, por exemplo, não há explicação técnica para a redução nas vendas. Há outra safra recorde pela frente. Só há uma razão para isso: queda do nível de confiança do comprador e do investidor.”

O dirigente defende o momento como de caráter conjuntural ao considerar que “nenhum centavo de investimento das associadas da Anfavea foi postergado ou cancelado”. Reviu, porém, sua estimativa para o início da recuperação do mercado: “Acreditávamos que a inflexão da curva poderia come-

O nó político que amplificou a crise econômica também tornou menos tangível o momento da retomada



çar neste segundo semestre, mas vemos agora este movimento no segundo trimestre de 2016". A segunda metade de 2015, de qualquer forma, segundo as projeções de Moan, "será estável com relação ao primeiro, com viés de alta. O setor não cai mais do que já caiu".

Representantes da General Motors, Renault e Toyota também apostam em estabilidade nesta segunda metade do ano, sem descartar a possibilidade de alguma melhora. O vice-presidente da General Motors do Brasil, Marcos Munhoz, por exemplo, lembrou que há uma matemática a ser feita para o período que agora segue: "Além da sazonalidade, há uma tendência de crescimento de vendas de veículos no Brasil, mas isso não garante que a indústria esteja livre de problemas. O cenário econômico brasileiro ainda é muito incerto e isso pode afetar as vendas de veículos. Além disso, a indústria ainda enfrenta desafios como a falta de crédito e a alta dos custos de produção. Portanto, a indústria precisa estar preparada para lidar com qualquer cenário que possa ocorrer no futuro.".

lidade tradicional do segundo semestre, geralmente melhor que o primeiro, há uma diferença de 7% no número de dias úteis, para mais. O mercado do ano deve somar em torno de 2,7 milhões de unidades, o que acredito ser um volume razoável."

Pela análise de Bruno Hohmann, diretor de marketing da Renault, os segmentos que mais sofrem são o de entrada e o de comerciais leves, devido à pouca confiança do consumidor e dificuldade de crédito. Mas o registro de crescimento de 4% na venda de veículos usados, para mais de 4,2 milhões nos primeiros seis meses, o faz acreditar no potencial das vendas quando o mercado de 0 KM retomar:

“Aquele que não está comprando carro novo adquire um usado. O consumidor brasileiro ainda tem o carro como um sonho a ser conquistado. Em dezembro, por exemplo, com o 13º salário, ele irá querer sair de férias com o carro novo. Isso pode dar uma leve aquecida no fim do ano”.

Destoando do mercado em queda a Toyota cresceu 3% no primeiro semestre e a expectativa da companhia, segundo Luiz Carlos Andrade Jr., vice-presidente, é a de encerrar o ano com vendas de 195 mil unidades, o mesmo volume do ano passado: "Nossa visão é lastreada não no otimismo, mas no trabalho. Nesse momento é mais importante olhar para dentro de casa".

Como ponto fora da curva, o executivo da Toyota ainda contou que está em negociação com o sindicato local para aumento de horas extras na unidade de Indaiatuba, SP, onde produz o Corolla.

Os executivos do segmento de automóveis e comerciais leves observaram que, independentemente da crise que o País atravessa, o investimento precisa ser contínuo, caso contrário perde-se o bonde. Como resumiu Andrade Jr., a visão é estratégica e de longo prazo para qualquer que seja a montadora: “Ao investir aqui a Toyota planejou o que queria do mercado brasileiro. Tinha em mente que viveria a montanha russa habitual da região. Quem tanto quer estabilidade que invista na Suíça”.

MOTORES — Para se proteger das oscilações do mercado os fabricantes de motores investem na diversidade. Em painel no qual abordou o segmento, Luis Pasquotto, presidente da Cummins para a América do Sul, afirmou que a companhia está em processo de diversificação geográfica, aproveitando a valorização do dólar que colabora na competitividade dos produtos brasileiros. “Colocamos foco no segmento de pós-vendas e conseguimos bons resultados na Argentina, cujas vendas dobraram, e no Chile, com aumento de 40%.”

Também a MWM Motores, além de buscar clientes em outros segmentos e países, comemora aumento no crescimento de outros negócios. “Embora não impeça o recuo, a reposição ajuda a mitigar a queda”, avalia Thomas Püschel, diretor de vendas e marketing da companhia. “As exportações deverão contribuir significativamente nos resultados do segundo semestre: esperamos aumento de 30%. Não só em motores como em outros negócios, como peças de reposição, em alta de 17%, e de com-



Simão Salomão

ponentes, como os blocos que usamos aqui, que também está crescente”.

Todos, porém, mostram-se otimistas com o mercado brasileiro e afirmam seguir investindo, seja em pesquisa e desenvolvimento, seja em novos produtos e melhorias internas. Mas uma eventual retomada nas vendas locais ainda não está no radar dos executivos para a segunda metade do ano.

“Para esse segundo semestre os clientes seguem promovendo ajustes na demanda, com ritmo menor nas fábricas”, conta Marco Aurélio Rangel, presidente da FPT. “O fundo do poço ainda não foi alcançado, acho que permaneceremos nesse ritmo mais lento até pelo menos o segundo trimestre de 2016.”

PESADOS — Executivos da indústria de caminhões e ônibus, no entanto, para os quais a crise também está muito relacionada à queda de confiança do investidor, têm percepção um pouco diferente do pessoal de motores, pois en-

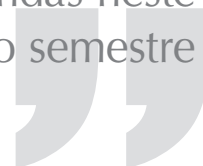
xergam um segundo semestre melhor.

“Já chegamos ao fundo do poço com a queda de 42% nas vendas de caminhões no primeiro semestre”, resume Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas e marketing da MAN Latin America. “Em 2016 acreditamos que a curva se inverterá. Não em índices como os vimos há alguns anos, de 10% a 20%, mas, sim, uma pequena elevação.”

Bernardo Fedalto Jr., diretor comercial de caminhões da Volvo, acrescenta que nos próximos três meses as vendas ainda andarão de lado e a retomada acontecerá mais no fim do ano, começo do ano que vem: “Os negócios de hoje aparecerão nas estatísticas de emplacamento só daqui a 45 a 60 dias. O segmento é pró-cíclico: a recuperação pode ser mais rápida que a própria economia, ou proporcionalmente melhor”.

Assim também entende Gilson Mansur, diretor de vendas de caminhões da Mercedes-Benz. “Historicamente no segundo semestre o comércio impulsiona

Executivos do segmento de automóveis e comerciais leves não descartam alguma melhora nas vendas neste segundo semestre



**Potência para você pisar fundo.
Tecnologia para tirar o pé por você.
Novos A6 e A7. O sexto sentido nas estradas.**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Além da potência (252 cv e 333 cv), os novos A6 e A7 possuem tecnologia de assistência de última geração: pre sense e head up display. Assim, o carro reage automaticamente sempre que o risco é detectado. Estacione essa tecnologia na sua garagem.

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

Vorsprung durch Technik





Simão Salomão

Só o Brasil na América Latina tem uma indústria completa e estruturada para máquinas de construção

mais os negócios do que a agricultura. Acreditamos que a média mensal de vendas passará de 6 mil caminhões na primeira metade do ano para 7 mil a 7,5 mil neste segundo semestre.”

Para o cenário de ônibus, os executivos lembram da baixa significativa ocorrida nas compras devido ao impacto do programa federal Caminho da Escola, atualmente sem novas licitações e com a liberação de recursos para pagamentos por parte do governo de forma gradativa e defasada.

Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing ônibus da Mercedes-Benz, porém, observa que o maior tombo nas vendas de chassis foi no segmento rodoviário: “A queda atingiu 48% no primeiro semestre, sem considerar os produtos destinados a fretamento. Tudo em virtude do atraso da homologação das autorizações para linhas interestaduais e internacionais. Existe um cenário positivo para os próximos quatro anos, pois de 6 mil a 8 mil veícu-

los precisarão ser renovados para reduzir a idade média de 8,7 para 5 anos”. E completou: “Não custa lembrar que no Brasil temos 570 mil ônibus com idade média de 15 anos. Há uma oportunidade gigantesca à frente”.

O retorno de condições mais favoráveis e com ela a recuperação do mercado de caminhões já no ano que vem foram ponderações do presidente da MAN Latin America, Roberto Cortes. O executivo acredita que se houver melhoria no nível da atividade econômica, da confiança do consumidor e o retorno de incentivos, como o PSI e a renovação de frota, além da retomada da Argentina, o mercado poderá crescer até um pouco mais em 2016.

Cortes definiu o momento atual como a tempestade perfeita, uma chuvarada que reúne ao mesmo tempo instabilidade política, nível baixo de confiança do empresário, recessão econômica, aumento no custo do financiamento, inflação, câmbio em alta, parada

nas obras de infraestrutura, aumento da concorrência e dificuldades nos mercados de exportação. “Como consequência há excesso de capacidade, de pessoal e uma guerra de preços que provoca prejuízos à indústria.”

Segundo seus cálculos, a ociosidade na indústria de caminhões alcança 70%. Ele refutou, porém, a possibilidade de a crise ser duradoura. “Se ela fosse de longo prazo as empresas estariam cortando investimentos e eliminando turnos de produção, em vez de apenas suspendê-los.”

SISTEMISTAS — Visão menos otimista quanto à duração da crise tem os representantes das sistemistas, para os quais perdurará por pelo menos mais um ano. “É uma utopia achar que sairemos dessa crise nos próximos seis meses”, avaliou Luiz Corrallo, presidente da Delphi. “Essa falta de confiança deverá continu-

ar por mais doze meses”. O presidente da Bosch, Besalier Botelho, expressou opinião semelhante: “Haverá queda agora e não vejo cenário de melhora nem no primeiro semestre de 2016. Os efeitos das demissões começarão a ser sentidos só agora neste trimestre, o que elevará a insegurança”.

Citando dados do Sindipeças, o conselheiro Gábor Deák afirmou que de 2013 para este ano o setor de autopeças encolherá em torno de 50%, passando de um faturamento de US\$ 40,6 bilhões para US\$ 19 bilhões. O cenário afetou também os quadros de funcionários das empresas: de 220 mil em 2013 para 165 mil trabalhadores. O Sindipeças negocia com o governo a adoção de programas como o da renovação de frota para alavancar vendas.

Internamente as empresas aproveitam para melhorar a produtividade e ampliar o escopo de vendas. Se o obje-

tivo no curto prazo é estancar os efeitos da crise, mais à frente existe a possibilidade de colher frutos, quando o mercado eventualmente retomar.

Pedro Ferro, CEO da Fras-le, no entanto, alerta que os brasileiros devem pensar de forma mais abrangente quando falam em melhora da produtividade. “Os custos de mão de obra são só uma parte. Temos de pensar em produtos com custo mais baixo e boa qualidade, que é o que os consumidores procuram. Às vezes focamos muito em proteção de leis, regulamentações e não enfrentamos o problema de frente.”

MÁQUINAS — Um quadro menos desesperador vislumbra o segmento brasileiro de maquinário, tanto agrícola quanto de construção. Análise consensual indica que a visão mais adiante é animadora, o que aplaca o cenário negativo do curto prazo.

Crise de oferta

Limitado pela restrição de compra de dólares promovida pelo governo, o mercado argentino deverá fechar o ano com 600 mil veículos licenciados, retração de 12,6% com relação a 2014 — que já fechara em queda de 28,3% na comparação com 2013. As projeções foram feitas por Dante Sica, diretor da consultoria Abeceb, no Seminário AutoData Revisão das Perspectivas 2015. O lado positivo, segundo ele, é que a queda no segundo semestre será mais suave que a do primeiro: 6,8%, ante 17,7%.

De acordo com Sica, os pátios das montadoras poderiam estar menos cheios, pois a crise no mercado argentino é provocada em parte pelas restrições de importação. Como as exportações de veículos argentinos caíram 22,8% no primeiro semestre, muito devido ao desempenho do mercado brasileiro, menos dólares chegaram às montadoras, que não conseguem ampliar suas importações.

“O mercado argentino não passa por crise de demanda: é uma crise de oferta.

Os preços dos carros se mantêm, não há espaço para promoções e as concessionárias estão ganhando mais dinheiro do que ganharam em 2013, quando as vendas bateram 900 mil unidades”.

Em contrapartida, as montadoras e fornecedores têm suas margens achatadas porque a indústria argentina sofre mais. A composição do mercado argentino é formada por 40% de modelos nacionais, de maior porte e preço, e 60% importados, boa parte modelos compactos produzidos no Brasil.

Painel que reuniu representantes do segmento — Afrânio Chueire, presidente da Volvo Construction Equipment Latin America, Bernhard Kiep, vice-presidente de marketing, pós-vendas, gestão de produtos e desenvolvimento de concessionárias América do Sul da AGCO, Rafael Miotto, diretor de planejamento e portfólio de produtos da CNH Industrial e Roque Reis, vice-presidente comercial e de marketing América Latina da Case Construction — deixou claro que a tendência de crescimento no Brasil e na América Latina é fortíssima, com muitas oportunidades à frente, ainda que com os números deste ano em baixa.

Kiep, por exemplo, assegura que “não existe lugar mais abençoado no mundo para o agronegócio do que o Brasil”. Miotto, por sua vez, acrescenta ser fácil a explicação para o que considera “constante otimismo” do segmento. “Por muitos anos o Brasil e a América Latina terão oportunidades para máquinas agrícolas. Por um lado, ainda existe muito agricultor sem máquina, e todos os países da América Latina querem imitar o Mais Alimentos brasileiro. Por outro, há os que já as têm, mas querem elevar a produtividade e investirão para isso. Temos um potencial impressionante para mais dez anos”.

Nas máquinas de construção Chueire salientou que em 2013 e 2014 o governo federal adquiriu muitas máquinas, redistribuídas a pequenas prefeituras, e que se descontando esse volume do comparativo com o ano passado a baixa de 50% do primeiro semestre ajusta-se para 35%. Além disso, a produção recuou menos, 18%. “O mercado caiu não

só no Brasil, mas também em outros países da América Latina, o que dificulta um pouco a retomada via exportações”.

Entretanto o cenário à frente também é promissor para este subsegmento, pois como recordou Chueire, “há fabricantes na Argentina e no México, mas uma indústria completa e estruturada para máquinas de construção, na região, só existe no Brasil”.

Sua preocupação principal é “que isso seja preservado, pois a recuperação da economia passa por um viés político, o que deve demorar mais dois a três anos. O Brasil não está quebrando, o que temos é um nó político que precisa ser desfeito para destravar as medidas fiscais”. Avaliação nesse mesmo sentido fez Letícia Costa, sócia diretora da Prada Consultoria. Em sua consideração, a inflexão rumo ao crescimento para o setor automotivo pode vir a acontecer em algum instante do segundo semestre do ano que vem.

A consultora aponta ainda um risco político: o da presidente da República ser mantida isolada, com poucos aliados no Congresso, como está hoje, até o fim de seu mandato. Diante disso reservou para o setor automotivo a recomendação de se dedicar mais à reposição e à exportação.

A consultora conclui que a conjuntura atual do País gera crise de confiança em índices que superam os registrados em 2008. Independentemente da efemeridade de mais uma crise, porém, Letícia Costa insiste em outra lição de casa: a batalha pela produtividade visando competitividade, que são virtudes permanentes.

O nó político do momento atual precisa ser desfeito para destravar as medidas fiscais



AD

Continental 
The Future in Motion

publicis@marketing

No trânsito somos todos pedestres.

Prevenção e proteção contra acidentes de trânsito.

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

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

Parque atraente

Embora também sofra com o momento atual, o setor automotivo paranaense tem motivos para acreditar em dias melhores com as novidades na produção da Volkswagen, Audi e Renault

Luiz Carlos Beraldo, de Maringá, PR | redacaoad@autodata.com.br

A queda nas vendas é significativa no setor automotivo brasileiro. Não seria diferente no Paraná, Estado que respondeu em 2014 por 7,3% do faturamento de US\$ 32,6 bilhões do setor de autopeças, o terceiro mais representativo, atrás de São Paulo e Minas Gerais. A participação atual representa salto de 2,6 pontos percentuais nos últimos três anos.

Mas se o momento não é lá muito animador, algumas ações consolidadas oferecem perspectivas positivas. Vale lembrar o início da produção do Volkswagen Golf e Audi A3 na fábrica de São José dos Pinhais, onde o Grupo

Volkswagen alocou R\$ 1 bilhão, e a entrada em linha de montagem da picape derivada do Renault Duster, a Oroch, e da versão esportiva RS do Sandero no Complexo Industrial Ayrton Senna, também em São José dos Pinhais, local no qual a fabricante aplica R\$ 740 milhões até 2019. As ações devem favorecer a participação no Estado na produção de veículos, cuja fatia em 2014 foi de 11,6%, queda de dois pontos percentuais com relação a 2013.

A situação atual da indústria paranaense é “tão ruim quanto a média do País”, resume o diretor regional do Sindipeças, Benedicto Kubrusly Jr.





Complexo Industrial
Ayrton Senna, da Renault

Divulgação/ Renault

De acordo com o dirigente, apesar do crescimento de participação no faturamento do setor de autopeças, o Estado deve perder posição no ranking nacional para outras regiões do País devido a existência de políticas industriais mais atraentes e sindicatos mais flexíveis nas negociações. “O governo pelo menos não atrapalha, mas poderia ser mais agressivo e evitar que indústrias como BMW e Nissan, por exemplo, decidissem instalar suas unidades em outros estados, especialmente a última, que já tinha operação por aqui e mudou.”

Kubrusly reconhece que a culpa não foi toda do governo, mas também atribui esse recente desinteresse das indústrias ao fato de “termos aqui um sindicato com dentes de jaguatirica. Tínhamos o paraíso. Uma localização privilegiada, o único Estado que reúne fronteiras de três países, um porto de fácil acesso, proximidade com o maior parque industrial do País, São Paulo, apoio dos governos estaduais e municipais com terrenos e incentivos fiscais e mão de obra qualificada ou facilmente qualificável”.

Após as ondas de investimentos externos que trouxeram ao Paraná a Volvo e New Holland, dentre outras, nos anos 1970 e 1980, e depois a Renault e a Volkswagen, nos anos 1990, o Paraná teve um novo fluxo de investimentos no setor nos últimos anos, com a vinda de fábricas de motores Fiat e de escavadeiras Caterpillar, em Campo Largo, na Região Metropolitana de Curitiba. A DAF tem sua fábrica fora da Europa operando no Paraná há quase



Jörg Hofmann, presidente da Audi brasileira, recebe executivos da direção mundial da empresa em visita à fábrica paranaense

dois anos, localizada 90 quilômetros a Oeste de Curitiba, rumo ao Interior do Estado, onde se encontram fabricantes como a Mascarello, que produz ônibus em Cascavel, no Oeste, a Noma, de Sarandi, no Norte, e a Rodolínea, de Jaguariaíva, na região dos Campos Gerais.

“O que mais assustou e assusta as indústrias que olham para o Paraná como candidato a sede de um de seus investimentos foram os abonos e PLRs alcançados aqui”, lembra Kubrusly referindo-se aos R\$ 30 mil pagos pela Volvo aos seus mais de 4 mil trabalhadores em 2014, valor renegociado para R\$ 15 mil este ano. “Temos de reconhecer, porém, que continuamos

tendo fatores atrativos, como a localização estratégica, o apoio governamental e até os ventos a favor do Inovar-Auto e da desvalorização do real.”

Prova consistente do que o representante do Sindipeças enumera é a decisão do Grupo Volkswagen em trazer para o País a produção da sétima geração do Golf e a aposta da Audi em voltar a produzir por aqui não só o A3, mas também o utilitário esportivo Q3.

De acordo com a Volkswagen, para a produção do novo Golf, com lançamento previsto para outubro, o recurso aplicado na readequação da linha e em capacitação proporcionou maior flexibilidade ao processo produtivo, dentro do que a empresa chama de estratégia modular MQB, na qual uma plataforma dá origem a diversos modelos. Por este conceito, por exemplo, a nova área de armação da carroceria do Golf irá gerar uma economia de aproximadamente 30% no consumo de energia elétrica por meio do uso de nova geração de robôs.

No terreno da Audi, a empresa preparou uma linha para produzir 26 milhões de unidades até 2020, dos quais 15 milhões de A3 sedan e 11 milhões do Q3, que deve começar a ser produzido no primeiro trimestre do ano que vem.

Jörg Hofmann, presidente da companhia no Brasil, lembra que o investimento trouxe tecnologias avançadas e área de pintura de última geração. Em entrevista recente para a revista **AutoData** o executivo ressaltou: “Temos uma estratégia de longo prazo e, mesmo com a crise, estamos investindo.”

A Renault (ver reportagem na pág.

Conforto na condução e garantia de durabilidade.
Nós sabemos como.



Tecnologia, design e inovação garantem maior conforto na dirigibilidade e o melhor desempenho do motor. Avançados acabamentos, materiais e revestimentos de fábrica que melhoram a resistência, durabilidade e eficiência dos produtos BorgWarner.

Como um fornecedor líder de soluções de powertrain, oferecemos sistemas projetados para suportar ambientes agressivos com tecnologias leves e de baixo atrito ajudando a melhorar a economia de combustível. Saiba mais sobre as soluções inovadoras da BorgWarner.

 **BorgWarner**

borgwarner.com

feel good about driving

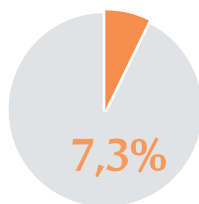
90) também investe R\$ 740 milhões em sua operação no País, R\$ 500 milhões na unidade fabril e R\$ 240 milhões na construção de um centro de distribuição de peças em Quatro Barras, cidade a 34 quilômetros de São José dos Pinhais.

O aporte corresponde ao ciclo de investimento para o período 2014-2019, pois o total de R\$ 1,5 bilhão inicialmente programado para 2010-2015 já foi inteiramente consumido. Parte do novo aporte já dá sinais de resultados com o anúncio da empresa de produzir a picape Oroch e o Sandero RS.

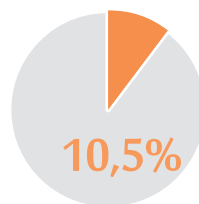
CAMINHÕES — Mas enquanto o mercado não reage, a indústria local respira pressionada. Bernardo Fedalto, diretor de caminhões da Volvo do Brasil, conta que teve de reduzir de dois para um turno a produção de caminhões em virtude da queda de 52,6% no tamanho do mercado no qual a empresa atua, compreendido pelos segmentos de pesados e semipesados.

“Enquanto a queda no mercado geral de caminhões foi de 42,3% no primeiro semestre de 2015, comparado com 2014, os pesados tiveram retração maior, de 61,4% e os semipesados caíram 43%, com a média de 52,6%. Mas costumamos dizer que o negócio de caminhões é pró-cíclico, reagindo sempre com mais intensidade que o ritmo do mercado em geral. Enquanto o PIB cai de 1,8% a 2%, por exemplo, o mercado de caminhões cai 50%. Isso pode ser ruim, por um lado, mas também pode ser bom, pois é igualmente mais rápido ao se recuperar”.

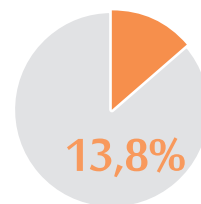
Participação do PR em autopeças - 2014



no faturamento



nas exportações



nas importações

O crescimento significativo da frota de veículos pesados nos últimos anos tem garantido bons negócios na reposição

Fedalto espera que a melhora comece a ocorrer a partir da metade do próximo ano “em maior ou menor grau, em função do que acontecer em relação ao que deve ser feito para a crise ser superada. Estamos adequando nossa estrutura, reduzindo a produção de dois para um turno, enquanto as coisas não melhoram”.

Enquanto isso comemora um “viés positivo” no mercado de reposição, como resultado do crescimento significativo da frota nesses últimos anos pré-crise, de bons e grandes volumes. “Comemoramos porque é uma conquista importante num mercado extremamente competitivo.”

ÔNIBUS — Para Luís Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America, a situação também não é das mais confortáveis. O executivo lamenta a queda do mercado de 32% no primeiro semestre em relação ao mesmo período do ano passado, seguida de outro recuo, de 16% em 2014 na comparação com um ano antes. “Enquanto o mercado de urbanos é pressionado pela redução de tarifas e ônibus incen-

Exportar para o mundo crescer.

Intervene

Respeite a sinalização de trânsito.



VOTE FRAS-LE

www.autodata.com.br

Categoria Exportação

Nossos produtos e tecnologias movimentam a economia, levando o desenvolvimento e progresso para **mais de 100 países**, nos cinco continentes. Esta é a Fras-le: exportando valores e importando culturas.



www.fras-le.com



/frasleoficial

FRASLE

“No segmento de autopeças tem empresa diversificando negócios para compensar a queda no setor automotivo

diados, o de rodoviários acaba de ser bloqueado pelas resoluções da ANTT, mudando mais uma vez as regras do setor e novamente sem as definições necessárias e esperadas”.

As eleições para prefeito no ano que vem devem dar um alento a essa situação, estimulando as vendas no segmento de urbanos nos últimos meses de 2015 e no primeiro trimestre de 2016. No rodoviário, algumas empresas ainda compram novas unidades, tentando se adequar como candidatas às novas ou velhas concessões que poderão ser distribuídas à moda das linhas aéreas, entre as possíveis novas regras cogitadas. Mas no fretamento, “que é diretamente ligado ao setor industrial, as vendas tendem a cair, pois há cada vez menos trabalhadores para se transportar à medida em que o ritmo da indústria toda cai”.

No momento o presidente da Volvo Bus agarra-se ao comércio internacional: “Espero ardentemente que o mercado externo não caia, pois estamos dependendo dele para sobreviver”. As vendas aos países vizinhos da América Latina, que normalmente representa-

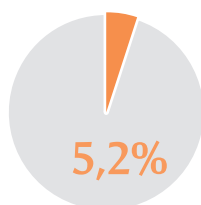
vam 45% dos negócios da empresa, responderam por 60% dos volumes do primeiro semestre, com rodoviários e urbanos entregues ao Chile, Peru, Colômbia e Caribe.

MUDANÇA DE FOCO — A MVC, de São José dos Pinhais, PR, fabricante de componentes plásticos para indústrias de caminhões, ônibus, automóveis e utilitários, já teve de reduzir em cerca de 40% o número de colaboradores - de 1,7 mil para 1 mil e 50. “Não tivemos alternativa. As montadoras reduziram turnos e deram férias coletivas com a queda na produção”, conta Gilmar Lima, diretor geral da MVC. “Foi difícil porque o custo de mais de seiscentas demissões é muito alto. Suspendemos investimentos previstos para este ano para poder manter em dia a folha de pagamento e renegociamos volumes e prazos com fornecedores para poder sobreviver.”

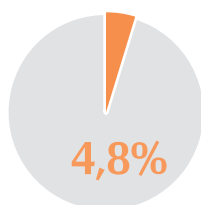
Lima diz estar preocupado, “pois o que está acontecendo comigo acontece com todos com quem converso. E penso no que vai acontecer, pois um processo de desemprego em massa é tudo que não precisamos”. O executivo espera que a partir do segundo semestre de 2016 as coisas comecem a melhorar para, em 2017, voltar a crescer. “O governo vai ter de fazer escolhas, assim como nós, empresas, estamos fazendo as nossas, pois nosso País não tem condições de esperar, de suportar uma crise prolongada.”

A MVC hoje é bem mais diversificada e depende muito menos do setor automotivo. Além de produzir peças

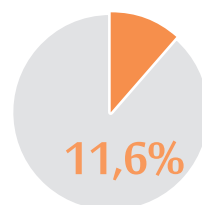
Participação do PR por segmento - 2014



dos empregos das autopeças



das unidades empresariais



na produção de veículos

plásticas para veículos, atua também nos setores da construção civil, agromercado e energia eólica. Vem mudando seu perfil principalmente em função do grande crescimento nos setores de energia e da construção civil. Segundo Lima, o setor automotivo representava 89% dos negócios da empresa em 2010, hoje responde por 20%.

“O setor automotivo se mantém altamente importante para nós, mas

tamos registrando queda de 40% este ano em relação ao ano passado.”

Enquanto a crise não passa, Lima convida suas equipes a buscar criatividade: “Procuramos apresentar inovações, oferecendo soluções para os clientes com o objetivo de criar novas oportunidades de negócios. Caso de uma nova linha de acessórios ou uso de novos materiais, como fibra de carbono. Também investimos em par-



Divulgação/VW

Já em produção pré-série o Golf geração 7 chega ao mercado brasileiro em outubro

o crescimento dos outros segmentos nos quais atuamos foi realmente surpreendente. E é graças a esse mix que estamos conseguindo nos manter sólidos, pois o setor de energia eólica, com crescimento de 209%, foi o único que apresentou variação positiva, enquanto tivemos quedas de 9% em construção civil, de 35% no automotivo e de 46% no agronegócio. Mesmo com o crescimento em energia, na média es-

cerias com outros fabricantes, como estamos fazendo com a aquisição de 10% da FPK, daqui do Paraná, que tem produtos e processos complementares aos nossos, como a prensagem a quente que utiliza polipropileno com fibra longa e confere alto desempenho estrutural à peça. Somamos os recursos deles aos nossos para oferecer soluções mais completas aos nossos clientes, que são os mesmos”. **AD**

Com um complexo produtivo bem dimensionado e novos produtos a caminho a Renault se aproxima do que imaginou há duas décadas no Brasil

Um das grandes atrações do Salão de Buenos Aires, realizado em junho, foi a Duster Oroch, picape da Renault que chegará ao mercado brasileiro no transcorrer deste semestre. O modelo, apresentado como conceito há quase um ano no Salão de São Paulo, entra agora em produção em São José dos Pinhais, PR.

O utilitário é produto inédito na marca e confirma a aposta da Renault na América do Sul, mesmo com os recentes tombos dos mercados brasileiro e argentino, os dois maiores da região. Na prática, porém, é bem mais do que isso: a Oroch deve representar

vendas adicionais importantes para a empresa que há vinte anos anunciava sua disposição de construir fábrica aqui e de buscar espaço como uma das cinco maiores.

Já chegou lá em muitas oportunidades, inclusive no ano passado, mas manter-se está cada vez mais difícil e é certo que no atual cenário de produtos e de mercado somente a picape não bastaria. Tanto que a Renault já encaminha novos projetos importantes no curto prazo, dentre eles um compacto de entrada, que, segundo fontes, guarda importantes diferenças estruturais com relação ao Kwid, modelo que che-

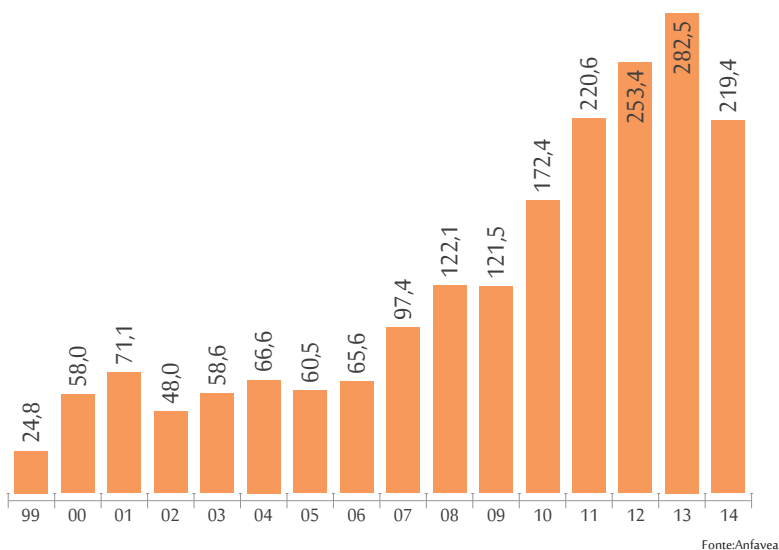
Tudo à mão

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



Divulgação/ Renault

Produção Renault no Brasil (em mil unidades)



ga agora às vendas da Índia, além de um SUV para suceder o importante Duster. Mais para frente, em 2018, até mesmo uma picape maior, em conjunto com Nissan e Mercedes-Benz, com produção anunciada para a Argentina.

Para este ano, contudo, a empresa contará mesmo somente com a Duster Oroch como novidade de peso, que, com cabine dupla e capacidade para cinco pessoas, “tem posição no meio termo de picapes compactas e médias, ideal para uso misto lazer e trabalho”, como afirma a empresa, que aproveitou a mostra argentina para exibir ainda o Sandero RS, versão esportiva do hatch com motor 2 litros flex e produção nacional a partir deste segundo semestre também.

Com uma gama atualizada até o fim de 2016, como prometem os bastidores do complexo industrial de São José dos Pinhais, os objetivos que motiva-

ram o anúncio de uma fábrica no dia 27 de julho de 1995, no auditório do hotel Maksoud Plaza, em São Paulo, e depois suas seguidas ampliações, estará cada vez mais perto. E mesmo a meta proposta pelo board para a subsidiária no Brasil: deter 8% das vendas.

Esteve muito perto disso já no ano passado, quando negociou pouco mais de 237,1 mil automóveis e comerciais leves no mercado interno por meio de 280 pontos de venda, abocanhando 7,1% de participação de mercado, de acordo com levantamento da Fena-brave. A Renault fechou o ano como a quinta marca mais vendida do Brasil, que foi o seu segundo maior mercado mundial.

Produção, de qualquer forma, não faltará. O complexo industrial paranaense, inaugurado oficialmente após três anos, em 1998, e que consumiu cerca de US\$ 1 bilhão, pode fabricar,

potencialmente em três turnos, 320 mil automóveis e 60 mil veículos comerciais ao ano. Hoje, no entanto, o ritmo é de dois turnos.

PRODUÇÃO - Desde 1999, quando deixou a linha de montagem a primeira minivan Scénic – modelo que inaugurou o segmento, assim como a Oroch fará agora – até hoje são mais de 2 milhões de automóveis e comerciais leves fabricados, 1 milhão 940 mil até 2014. Mas o ciclo de investimento em curso, da ordem de US\$ 500 milhões, seguirá até 2018 e quase a totalidade dedicada a novos produtos, conforme revelou o CEO mundial, Carlos Ghosn, no ano passado.

Este ano a Renault encerrou o ciclo de investimento de R\$ 1,5 bilhão iniciado em 2010 que contemplou, além da produção de novos modelos como o Duster e a reestilização de outros, a ampliação da capacidade produtiva do complexo que abriga, desde 2001, também uma planta exclusiva para veículos comerciais, a primeira da Aliança Renault Nissan em todo o mundo.

Os trabalhos forçaram a paralisação da produção de automóveis de passeio por cerca de três meses, de dezembro de 2012 a fevereiro do ano seguinte. A intervenção, porém, permitiu aumentar a capacidade de 220 mil para os atuais 320 mil automóveis, mais que suficientes para dar conta das ambições da empresa e de uma região cujas projeções de recuperação mais significativa estão reservadas para daqui a dois, três, quatro anos... **AD**

Abbruzzesi



Francesco Abbruzzesi assume diretoria de costumer care e aftermarket da GM. O executivo estava na direção geral da Citroën desde 2011 e, na prática, substitui Edgar Lourençon, que se aposenta.

Borda

Desde 1º agosto Armando Rodriguez Borda é novo diretor de supply chain da Cummins South America. O executivo liderava a área de logística da unidade de geradores em Minneapolis, nos Estados Unidos, e iniciou carreira na Cummins em 2005.

Marquardt

A Mercedes-Benz do Brasil anuncia Holger Marquardt como o novo diretor geral de marketing e vendas de automóveis. O executivo, que exercia a função de diretor responsável por finanças e controlling da Beijing Mercedes-Benz Sales Service, na China, iniciará suas atividades a partir de 1º outubro no País.

Luzzi



José Eduardo Luzzi é o novo presidente e CEO da Navistar Mercosul, funções até então executadas por Waldey Sanches, que segue na companhia como conselheiro de negócios e estratégias.

Vischi

Antônio Carlos Vischi assume a diretoria de compras para a América Latina do Grupo PSA Peugeot Citroën, em substituição a German Mairano, que retorna para a Argentina, onde assumirá novas funções dentro da companhia. O executivo responderá a Carlos Gomes, presidente Brasil e América Latina.

Elétricos

Toyota, Volvo, BYD, CPFL Energia, Eletra, Mercedes-Benz, BMW e Porsche são algumas das empresas que já confirmaram presença na 11ª edição do Salão Latino-Americano de Veículos Elétricos, Componentes e Novas Tecnologias, que acontece de 24 a 26 de setembro no Expo Center Norte, em São Paulo. O evento estará aberto ao público das 12h às 20h.

Promoção

A Randon lança a promoção Ecoplate2, que irá presentear clientes com dois semirreboques Graneleiros Linha R, 0 KM, três eixos, ano 2015, com lona e pneus. Até 20 de outubro os consumidores poderão trocar suas notas fiscais de compra de implementos, peças e pneus nos distribuidores Randon por cupons para concorrer aos sorteios dos produtos.

Estrela

A BMW Group Brasil passa a comercializar os pneus Star Marking, destinados aos modelos BMW e Mini, em toda a sua rede de concessionárias no País. A iniciativa integra estratégia da empresa na área de pós-venda de oferecer componentes originais para a reposição com os mesmos parâmetros e especificidades daqueles que equipam os modelos ao sair de fábrica.



Rede

A Ford Caminhões amplia a malha de distribuidoras no Nordeste com a inauguração da Mutum Caminhões, em Teresina, PI. Agora são 21 pontos na região. A marca tem 20% de participação no mercado nordestino.



CITROËN. CONQUISTAMOS OS PRÊMIOS E OS MOTORISTAS MAIS EXIGENTES.

0800 011 8088 Pedestre, use sua faixa.



— C3 PICASSO —



MONOVOLUME/STATION



Menor custo de reparo

— C3 —



MENOR CONSUMO
DE COMBUSTÍVEL
DA CATEGORIA
AVALIADO
PELO INMETRO



C4 LOUNGE



Melhor Sedan Flex 2015 no
comparativo da revista Autoesporte.
Edição janeiro 2015 nº 596.



C4 Lounge
é o Carro do Ano
pela revista INFO.

REVISTA
QUATRO
RODAS

Melhor sedan no
comparativo da revista
Quatro Rodas.



Bicampeão como melhor
compra pela revista
Quatro Rodas.



Melhor carro nacional
pela revista Car Magazine.

carro

Melhor sedan
no comparativo
da revista Carro.



Melhor sedan do Brasil
pela revista Car & Driver.



Melhor motor do ano
pela Engine Technology
International Magazine.

O lucro virá dos carros conectados

Os automóveis foram convertidos em componente essencial da sociedade, além de serem motores de diferentes fases do desenvolvimento industrial. Agora, com a eletrônica e a internet, têm originado um novo conceito, criando impacto sobre vidas e alterando a distribuição de lucro de muitas indústrias.

Os carros conectados representam mudanças potenciais em toda cadeia de valor de OEMs e outras indústrias, fornecedores automotivos, de seguros, de telecom, de entretenimento, provedores digitais, profissionais de manutenção etc. Em breve tudo o que você precisará fazer para antecipar a revisão antes de algum problema, como encontrar o pronto-socorro mais próximo, escolher uma música, enviar mensagens ou fazer ligações telefônicas, responderá ao seu comando de voz.

O seu novo carro conectado, com mais recursos do que muitas aeronaves, permitirá selecionar velocidades e trajetos quando seu filho dirigir e anunciará, com alertas, se algo está

fora de suas configurações. Será possível, também, capturar grandes volumes de dados por meio de sensores em todos os equipamentos ou componentes, como motor, pneus, luzes e ar-condicionado para fins de ajustes melhores, possibilitando aos centros de diagnóstico a manutenção preventiva do carro.

O carro conectado pode ser definido como um veículo usando mecatrônica, telemática e tecnologias de inteligência artificial para interagir com o ambiente e proporcionar maior segurança, conforto, entretenimento e, sobretudo, uma experiência de vida conectada — internet dos produtos e Big Data realmente são elementos-chave neste jogo.

Um estudo desenvolvido pela Telefônica estima que cerca de 10% dos carros já têm algum grau de conectividade, mas a projeção aumentará para 90% em 2020. Cerca de 80% dos consumidores esperam que os seus carros ofereçam, no futuro, o mesmo nível de experiência de conexão utilizada em

casa, no trabalho ou em movimento por meio do seu celular.

Para ter conectividade e serviços usuários em diferentes países adotam maneiras diferentes. Os brasileiros estão divididos pelo básico e o modelo completo de remuneração, sugerindo grau de flexibilidade pouco visto.

Quem capturará essa expansão? Esta é uma questão relevante, considerando que os fabricantes de peças e equipamentos para as montadoras também desejam participar deste novo mercado, assim como as empresas de seguros, fornecedores digitais, como Google, Apple etc, e de telecomunicações. As montadoras estão em posição privilegiada para capturar a maior fatia.

Como vimos eles são expostos a enormes riscos de disrupção também e, portanto, terão de criar novos modelos de negócios, processos produtivos avançados e desenvolver talento digital para manter o seu ritmo neste novo paradigma. Quem ganhará? Quem viver, verá!

AD

Federico Tagliani | vice-presidente do Grupo ASSA



▪ Todos juntos fazem um trânsito melhor.

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



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

HONDA
The Power of Dreams



The image shows a close-up of the Peugeot 2008's infotainment system. The screen displays a radio interface with '15°C' at the top left, '11:10' at the top right, and 'Fonte' with a dropdown arrow. The main display shows 'PJ fm' and 'Divertimento' in a yellow bar, followed by '100.00 MHz' in a blue bar. Below that is a 'Memória' bar. At the bottom of the screen are 'RDS' and 'TXT' indicators. To the left of the screen are physical buttons for 'SRC' and 'MENU'. The background is dark, emphasizing the illuminated screen.

Peugeot 2008 com Central Multimídia Touchscreen Magneti Marelli.



Tecnologia que une todas as funções de informação e entretenimento.

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Faz parte da sua vida.