

Auto**D**ata

Ano 22 | Março 2014 | Edição 295

Eficiência ou nada

O desafio de fornecedores de matérias-primas e componentes, sistemistas e montadoras em busca da evolução na eficiência energética é conciliar inovação tecnológica com preço final compatível com o bolso do brasileiro

From the Top
François Dossa

Motores
Potência brasileira

Logística
De ponta a ponta

CITROËN. TRÊS ANOS CONSECUTIVOS ELEITA A MARCA
COM MENOR CUSTO DE REPARO PELO CESVI.



1º CITROËN C3 PICASSO: MENOR
CUSTO DE REPARO DA CATEGORIA
MINIVAN PREMIUM*



0800 011 8088

Respeite a sinalização de trânsito

*Ranking publicado pelo CESVI no mês de outubro de 2013.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



1º CITROËN C3: MENOR CUSTO DE REPARO DA CATEGORIA COMPACTO*



1º CITROEN C4 PICASSO: MENOR CUSTO DE REPARO DA CATEGORIA MINIVAN MEDIA*



CITROËN



©iStockphoto.com/Naridav

20 | Capa

A indústria automotiva já respira outros ares com a realidade do Inovar-Auto, com novas tecnologias, produtos, materiais e soluções que aumentam a eficiência energética dos veículos. Pela contabilidade do governo serão R\$ 8,5 bilhões investidos até 2017 somente em P&D. O maior desafio para os envolvidos no processo é equalizar aumento de custos com preço que o consumidor quer pagar.

36 | Logística

Os recursos e os novos papéis assumidos pelos operadores logísticos para garantir eficiência em um mapa no qual a produção veicular se espalha pelo País.

44 | Produção

Em breve o parque nacional de produção de motores ciclo otto terá catorze fábricas, o que elevará a capacidade atual de 3,8 milhões para 4,6 milhões de unidades por ano.

48 | Ônibus

Os investimentos ocorreram, bem como as compras de chassi. Mas abaixo do que o segmento esperava e longe da transformação prometida para a mobilidade urbana em virtude da Copa.

54 | História

Os 60 anos da Fras-le, nascida de uma pequena oficina de Caxias do Sul, RS, para se tornar uma potência global.

58 | Gestão

A Petronas Lubrificants International investe R\$ 300 milhões em aumento de capacidade e já colhe resultados com aumento de participação.

62 | Evento

De 22 a 26 de abril em São Paulo ocorrerá a primeira edição da VucFair, feira de negócios para o segmento de transporte urbano de carga.

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo.

12 | From the Top

François Dossa, da Nissan do Brasil, conta como a fábrica fluminense fará da empresa uma nova Nissan.

64 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado.

66 | Artigo

Lucas Martins, gerente de contas da TÜV Rheinland do Brasil.

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

Conselho Editorial

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

Redação

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

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Imagem de Capa: Divulgação/BMW

Mídias Digitais

Marcos Rozen, editor, Gustavo Pereira

Eventos/Seminários

Tel.: PABX 11 5189 8900, Paulo Fagundes

Departamento de Negócios

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

Comercial e Publicidade

André Luiz Martins, Renata M Dias, Rosa Damiano, Carolina Zanini, sucursal de Caxias do Sul, RS, executivos de contas, Vanessa Vianna, supervisora de marketing, e Adenilson Aparecido da Silva, auxiliar de marketing

Assinaturas/Atendimento ao Cliente

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

Departamento Administrativo/Financeiro

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

Apoio

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

Tiragem

10 mil exemplares

Pré-impressão e impressão

Intergraf Ind. Gráfica Eireli tel. 11 4391 9797

ISN 1415-7756

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



Jornalista responsável

Vicente Alessi, filho, MS SJPEP 4 874



twitter.com/autodataeditora



facebook.com/autodata



youtube.com/autodatawebtv



autodata.com.br

O pulo do gato

Ainda há muito a fazer. Mas indiscutivelmente o Inovar-Auto mudou radicalmente a rotina do setor automotivo brasileiro. Do fornecedor de matéria-prima até os últimos ajustes na linha final de montagem do veículo todo mundo se movimenta na busca por soluções para obter os ganhos em eficiência energética exigidos pelo novo regime automotivo brasileiro. E o desafio vai além do desenvolvimento de novos materiais e componentes, muitos dos quais projetados hoje especialmente para o mercado brasileiro.

O pulo do gato, como diz Henry Joseph Jr., gerente de laboratório de emissões da Volkswagen do Brasil, é conseguir agregar tecnologia sem aumentar custo. Desafio principal hoje em debate no setor automotivo, a eficiência energética foi tema do primeiro seminário promovido pela AutoData Editora este ano. A riqueza das informações ao longo de um dia de debates gerou material suficiente para nossa reportagem de capa, que esmiuça o que vem sendo feito pelas montadoras, sistemistas e fornecedores de matérias-primas, pneus e outros componentes envolvidos na produção de um veículo.

Também trazemos nessa edição entrevista com François Dossa, presidente da Nissan do Brasil, que revela pormenores da fábrica de Resende e confirma sua inauguração em 15 de abril. Mostramos ainda o novo mapa de produção de motores flex/gasolina e a complexidade do mundo logístico que ganha novos contornos com a descentralização da produção de veículos no País. **AD**

Alzira Rodrigues | editora

alzira@autodata.com.br

Engano: na reportagem Além do lugar-comum, sobre o lançamento do Volkswagen up!, na edição 294 de fevereiro, onde está grafado Schaeffer na página 25 leia-se Schaeffler.

Alguns itens mencionados ou mostrados são opcionais, consulte os revendedores ou o site www.vw.com.br. A garantia do seu veículo tem duração de 3 anos sem limite de quilometragem. Ela está condicionada à realização dos serviços de manutenção em uma Concessionária Autorizada Volkswagen, dentro dos limites de tempo previstos no manual de manutenção e garantia. Observe a melhor classificação "A" (verde) no Programa Brasileiro de Eficiência do Inmetro, entre os modelos equipados com motor flexível, direção assistida e ar-condicionado. O up! é capaz de rodar, quando abastecido com gasolina, até 13,2 km/l na cidade e 14,3 km/l na estrada e, quando abastecido com etanol, 9,1 km/l na cidade e 9,9 km/l na estrada.



Respeite os limites de velocidade.



Painel com "pad" colorido.



Motor 1.0 MPI: potente e econômico.



"maps & more": sistema de infotainment e navegação.



Sem limite de quilometragem.



Nota máxima em segurança pelo Latin NCAP.



vw.com.br/upvw

Chegou o up! Tudo nele é up.



Das Auto.

Mais do que o triplo

A Truckvan investe R\$ 8 milhões para mais do que triplicar produção de baús de alumínio: de 300/mês para 1 mil/mês até agosto, com nova fábrica em Guarulhos, SP.

Acelerado, mas...



Divulgação/Fiat

O Fiat Linea já chegou ao ano modelo 2015: o sedã médio Fiat recebeu leves retoques estéticos, como nos para-choques e tampa do porta-malas, que passou a abrigar a placa, além do painel de instrumentos. Nas lojas em abril.

...ainda devagar...

É a última oportunidade para o Linea no mercado nacional: ele sofre do mesmo mal de Tempira e Marea e nunca entusiasmou nas vendas. Quando lançado, no fim de 2009, carregava expectativa de 30 mil unidades comercializadas/ano, mas sua melhor marca foi em 2011, 12,3 mil, ou menos da metade. Em 2013 foram 7,5 mil vendidos.

...e baratinho

Os acanhados números de venda do Linea levaram a uma forte redução de preço, política que deve ser mantida na linha 2015, cujos valores serão revelados só em abril. Em setembro de 2009, quando apresentado, sua tabela abria a R\$ 61 mil. Hoje, quatro anos e meio depois, o valor da versão inicial da linha 2014 é de pouco menos de R\$ 55 mil, isso sem descontos, de praxe.

É recorde

A Volvo bateu recorde de vendas de caminhões no Brasil em 2013, com 20 mil 731 unidades. Superou com folga o melhor marco até então, de 2011, 19 mil 69. Ante 2012 crescimento de 30,6%.

No mundo

Mais três modelos ganharam versão aventureira pelo mundo: os Fiat Panda e Freemont e o Dodge Journey — estes, irmãos quase gêmeos.

Passa um boi...

O represamento de negócios no fim do ano passado e início deste, graças à espera pela regulamentação do PSI em 2014, deu ao Banco Mercedes-Benz recorde mensal de novos negócios em janeiro, com R\$ 603 milhões liberados em financiamentos, a maior parte para veículos comerciais via Finame.

...passa uma boiada

O recorde anterior do Banco M-B para novos negócios foi superado em 32%: pertencia a outubro de 2013, com seus R\$ 458 milhões. Ante janeiro de 2013 o crescimento foi nada menos do que 141%.

De duas para trinta

A Fras-Le inaugurou novo centro de logística em Caxias do Sul, RS: dobro da capacidade de armazenamento e triplo de expedição na comparação com a estrutura anterior. Seiscentas toneladas de movimentação diária, de insumos que chegam e produtos acabados que partem. Tempo médio de carregamento de um caminhão caiu de duas horas para trinta minutos.

A lista

O Ford Focus foi o veículo mais vendido do mundo em 2013, aponta a Jato Dynamics, com pouco mais de 1 milhão de unidades. Na sequência aparecem o Toyota Corolla, 900 mil, Ford Série F, 890 mil, Hyundai Elantra, 845 mil, e Chevrolet Cruze, fechando os cinco primeiros, com 720 mil.

Abre-te...

A Volvo Cars apresentou interessante proposta em congresso mundial de tecnologia: liberar os recursos de conectividade veicular a terceiros, temporariamente. É a primeira vez que uma fabricante sugere tal iniciativa.

...Sésamo

O dono do veículo faz compras como, por exemplo, de supermercado, por celular ou tablet utilizando um app da própria Volvo. A localização do veículo é enviada a um serviço de entrega e quando o profissional aproxima-se há liberação e abertura automática do porta-malas, para que as compras sejam ali depositadas. Depois o porta-malas se fecha sozinho, o dono recebe uma mensagem por celular avisando a entrega e o acesso ao veículo é desativado.

Adiós



Divulgação/VW

Cinquenta Kombi Last Edition foram exportadas pela Volkswagen para o México. Reciprocidade: há dez anos vieram do México quinze unidades do Fusca Última Edición.

Lay offs

Duas montadoras anunciaram lay off em fábricas brasileiras em fevereiro: PSA Peugeot Citroën em Porto Real, RJ, para 650 trabalhadores, reduzindo um dos até então três turnos de produção na unidade, e Volkswagen em São José dos Pinhais, no Paraná, para 150 funcionários.

Chove, chuva 1

Membros do alto escalão do governo defendem que o plano de incentivo aos veículos híbridos e elétricos não seja oficializado até que a grande mídia esqueça as manchetes de ameaça de racionamento de energia e apagões ocasionais. O momento político é inadequado, avaliam.

Chove, chuva 2

A tendência é a de que a Presidência da República aceite o conselho. Assim, às montadoras mais interessadas na rápida divulgação e início prático do plano, que já está praticamente pronto, só restaria, portanto, torcer para muita chuva e rápida elevação do nível dos reservatórios das hidrelétricas.

Até 2017...

O teto da capacidade produtiva da fábrica da International em Canoas, no Rio Grande do Sul, deverá ser alcançado em três anos. Os planos da diretoria da montadora de caminhões, que começou a produzir em casa própria no ano passado, incluem ocupar as linhas até o limite, 5 mil unidades/ano em três turnos, até 2017, com a introdução de novos modelos ao portfólio brasileiro, incluindo caminhões leves.

...com parceiro

Para a base do mercado de caminhões de 8 a 10 toneladas de PBT a montadora do Grupo Navistar terá um parceiro no Brasil, ainda mantido em sigilo. O segredo será revelado, provavelmente, antes da Fenatran 2015.

A maior empresa do Brasil é a Petrobras e mais de 60% de sua produção é voltada para combustível automotivo. Portanto, podemos dizer que somos responsáveis por 60% da maior empresa do Brasil.

Luiz Moan | presidente da Anfavea, em audiência pública no Senado Federal que debateu o alto preço dos veículos no País.



A Ford celebra 80 anos da primeira picape como a conhecemos hoje: desenhada por Lewis Bandt, na Austrália, atendendo pedido de esposa de fazendeiro, que precisava de veículo para transportar porcos às segundas-feiras e levá-la à igreja aos domingos. Sua carroceria foi desenhada partindo-se de um Ford 40.

Divulgação/Ford

Troca-troca 1

A Abrahya, associação dos concessionários Hyundai, negociou com a montadora e conseguiu alavancar primeira etapa de serviço cruzado de pós-vendas nas duas redes que trabalham com a marca, HMB e Caoa: agora a praça que tiver apenas uma casa, independente da origem, atenderá para revisões e outros serviços os veículos da linha HB20, dos modelos produzidos em Anápolis, GO, pela Caoa, como Tucson e iX35, e dos importados.

Troca-troca 2

Segunda etapa do acordo da Abrahya com a Hyundai prevê o mesmo atendimento cruzado de pós-vendas em cidades com duas casas de um mesmo proprietário. Até então cada rede atendia serviços em suas oficinas exclusivamente para as linhas de modelo que comercializa, em todo o País.

O número

4 017

reais foi quanto a Renault aplicou em publicidade por unidade vendida no Brasil no ano passado, tomando por base a tabela cheia de veículos de TV, impressos e internet.

As dezesseis 1

Após espera de mais de um ano a Fiat revelou a lista de fornecedores que se instalarão no polo automotivo da nova fábrica de Goiana, PE. As obras do parque já foram iniciadas e devem ser concluídas no segundo semestre de 2014.

As dezesseis 2

As escolhidas foram Adler, Brose, Denso, Lear, Magneti Marelli — com seis unidades produtivas distintas —, joint venture Magneti Marelli-Faurecia, Pirelli, PMC, Powercoat, Saint-Gobain Sekurit e Tiberina.

As dezesseis 3

Pelos cálculos da Fiat do total de 2 mil itens demandados pela futura fábrica pernambucana 450 serão fornecidos a partir do parque de fornecedores — ou 40% da demanda necessária.



20 ANOS INSTITUTO GM

**FORAM 20 ANOS PERCORRENDO MUITOS CAMINHOS.
MAS SEGUINDO SEMPRE NA MESMA DIREÇÃO: EM FRENTE.**



O dia 9 de novembro de 1993 entrou para a história da General Motors e do Brasil. Era fundado o Instituto GM, com uma missão grandiosa: proporcionar condições melhores para o desenvolvimento pessoal e profissional das comunidades. E nesses anos todos, foram diversos projetos e muitas comunidades auxiliadas. Milhares de pessoas que mudaram de vida. Milhares que realizaram os próprios sonhos. Em 2013, o Instituto completou 20 anos de história com apenas uma certeza: este é apenas o começo. Acesse www.chevrolet.com.br/unicurso-chevrolet/sobre-a-gm/instituto-gm e conheça os projetos que andam mudando o Brasil.



FIND NEW ROADS



A man with dark hair, wearing a light purple button-down shirt, is seated on a light-colored couch. He is looking slightly to his left and gesturing with his right hand, which is raised and open. The background is a bright, out-of-focus interior space.

From the Top

Brasileiro, o melhor aluno

Entrevista a Alzira Rodrigues e Décio Costa
redacaoad@autodata.com.br

Fotos | Ana Colla

É contagiante o entusiasmo de François Dossa com a proximidade da inauguração da fábrica de Resende, RJ, marcada para 15 de abril. Com origem na área financeira o presidente da Nissan do Brasil fala do prazer de trabalhar com o que define como economia real: “Construímos uma fábrica num lugar que não tinha nada e hoje temos carro para ser vendido. Não estou aqui para falar mal de banco, mas que é diferente é”.

E o entusiasmo vai além da fábrica em si. Orgulhoso, conta que o responsável pelo treinamento da fábrica de Aguascalientes, no México, que recebe pessoas do mundo inteiro para conhecer a produção do March, revelou ser o brasileiro o melhor aluno que já teve, “o que me deixou muito otimista. Meu objetivo é fazer de Resende a melhor fábrica Nissan do mundo”.

Mais do que brasileira, ele diz, a Nissan vai se tornar uma empresa carioca: “Com a alma carioca. Vai ter um pouco do jeito atrevido do carioca, uma coisa de que a gente gosta”.

A Nissan já conta com cinco fornecedores em Resende, um operando dentro da própria fábrica e os outros no parque industrial. E mais seis estão para chegar. O March será lançado em abril e o Versa em outubro. A produção de Resende será de 80 mil unidades este ano, volume que dobra no próximo e chega a 200 mil em 2015.

Com certeza sem fábrica não se chega a isso. Mas a Nissan não é só esta unidade de Resende. Temos operação no Paraná junto com a Renault, em São José dos Pinhais, e ela vai continuar. E para este ano temos cota do México maior do que a anterior, o que também será positivo.

“Trabalhamos muito, durante 21 meses e três semanas, e hoje temos as instalações prontas. A inauguração será em abril.”

A antecipação da inauguração da fábrica de Resende do segundo para o primeiro semestre reflete a sua importância para a Nissan?

Sem dúvida a fábrica de Resende é a marca da nova Nissan. Uma coisa é ser importadora, outra é produzir carro aqui. Realmente a fábrica ficou pronta mais cedo. Trabalhamos muito, durante 21 meses e três semanas, e hoje temos as instalações prontas. Sua inauguração será em 15 de abril.

Quantos funcionários a Nissan tem hoje e quando chega o March?

Temos 1,5 mil funcionários em Resende e, ao todo, são 1 mil 866 na Nissan, incluindo os que trabalham na Capital do Rio de Janeiro. O March brasileiro será comercializado a partir do fim de abril. Dia 22 ou 23.

A Nissan não faz segredo que quer ter 5% do mercado e ser a japonesa número 1 no País. Qual o papel da fábrica nesse objetivo?

Com certeza sem fábrica não se chega a isso. Mas a Nissan não é só esta unidade de Resende. Temos operação no Paraná junto com a Renault, em São José dos Pinhais, e ela vai continuar. E para este ano temos cota do México maior do que a anterior, o que também será positivo.

Qual será a produção em 2014?

Serão 80 mil unidades na fábrica fluminense mais 20 mil no Paraná, em Pinhais. E traremos outras 20 mil do México.

Em 2015 vocês já atingirão a capacidade plena de 200 mil em Resende?

Não, no ano que vem serão 160 mil e em 2016 deveremos operar a plena carga.

Quando o Versa entra em linha?

Ele chega cinco meses depois do March, em setembro ou outubro. Diria outubro.

O March brasileiro é idêntico ao que vem do México?

Não. O que posso adiantar é que tanto o March quanto o Versa são diferentes. Mas só revelaremos os pormenores nos respectivos lançamentos e continuaremos trazendo March e Versa antigos do México.

Com a redução de importação do México a Nissan perdeu participação em 2013. Como será este ano?

A Nissan vinha com crescimento grande até 2012 sustentado principalmente pela importação do México. Daí anunciamos a fábrica de Resende e tivemos os problemas com o México que limitaram nossas importações. Tivemos um 2013 difícil, com consumidores querendo comprar mas sem produtos para entregar. É uma situação desconfortável. Mas agora será diferente. A cota aumentou e a partir de 19 de março teremos novo volume. Não é segredo que o carro que queremos trazer em maior quantidade do México é o novo Sentra. É um modelo de sucesso e queremos vender por aqui na faixa de 15 mil a 20 mil unidades.

Vocês continuarão trazendo veículos dos Estados Unidos?

Estamos importando apenas o Altima e isso vai continuar. Mas não é um produto de volume. Ele completa a gama, é importante, é um carro de visibilidade. O Inovar-Auto tem cota de 4,8 mil carros e manteremos isso.

Com a nova fábrica a Nissan terá mais oportunidade para exportar?

Quando anunciamos a fábrica falamos claramente que ela atenderia apenas ao mercado local. Mas muitas coisas aconteceram de lá para cá. Uma delas é o câmbio. Hoje ainda não está nos nossos planos, mas estudamos essa possibilidade com atenção. Até acho que o mercado brasileiro será suficiente para absorver a produção, mas é bom ter um plano B. Vejo exportação mais como plano B do que como plano A.

Motores também são só para atender à produção local?

Sim. Nossa capacidade será de 200 mil motores/ano.

Motores, aliás, foi uma surpresa. Ninguém falava desta fábrica e de repente anunciou-se a sua inauguração. Estavam construindo em segredo?

De jeito nenhum. Não sei o que aconteceu, mas essa fábrica estava prevista desde o início. Não teve nada escondido. Vamos produzir motor 1.6, que antes trazíamos do México e que agora nacionalizamos.

Será apenas a versão 1.6?

A princípio sim. Para o futuro tudo é possível. A Nissan quer nacionalizar o máximo a sua produção e é esse recado que estamos dando para o mercado. No ano passado a variação do câmbio atingiu as montadoras em geral e esse é um risco que não queremos correr.

“Tanto o March quanto o Versa são diferentes dos respectivos modelos feitos no México. É uma nova geração, mas só revelaremos pormenores no lançamento, no fim de abril.”



DENTRO OU FORA DAS PISTAS, QUEM DIRIGE UM IVECO SEMPRE SAI NA FRENTE.

Em 2013, não teve pra ninguém: a Scuderia Iveco acelerou nas pistas e tornou-se Campeã Brasileira e Sul-Americana de Fórmula Truck. E é com essa equipe que nós trabalhamos, dentro e fora dos boxes, para dar o melhor a você e ao seu caminhão. Afinal, a Iveco não para de crescer e de inovar para ser sempre campeã. Prepare-se, que, em 2014, vai ser ainda melhor.

IVECO

www.iveco.com.br



Os fornecedores também investirão em nacionalização?

É nesse sentido que estamos trabalhando. Estamos trazendo fornecedores para trabalhar com a gente e eles também terão de nacionalizar a produção. Daremos oportunidade para que fornecedores brasileiros cresçam com a gente.

O senhor poderia falar um pouco sobre o parque de fornecedores...

No nosso terreno de Resende temos toda uma área prevista para os fornecedores. Quatro já se instalaram no parque e um quinto está dentro da fábrica. E temos espaço para mais seis. São empresas japonesas que vieram para o Brasil para participar do nosso projeto, fornecedores nossos no Japão que farão aqui peças que antes importávamos. O que eles acharam interessante nesse investimento é que o terreno está pronto, terraplenado, com água, energia elétrica... É só construir o galpão e começar a trabalhar.

Eles têm incentivos em Resende como vocês?

Conseguimos os mesmos incentivos do governo do Estado para os nossos fornecedores. O secretário Júlio Bueno, do desenvolvimento econômico, energia, indústria e serviços, foi ao Japão conversar com eles e garantiu a mesma política de incentivos. E a Nissan conseguiu da municipalidade de Resende os mesmos benefícios. Eles vêm nas melhores condições.

Como vocês estão lidando com as exigências do Inovar-Auto?

A estratégia é muito clara. Tenho pessoalmente o objetivo de chegar a 90% de índice de nacionalização em nossos produtos Do tear 1 ao tear n [a base de toda cadeia], queremos que quase tudo seja feito aqui. É uma meta que pretendemos atingir em dois ou três anos. É ambiciosa, mas queremos mostrar que a nossa

história é também uma boa história para os fornecedores.

As cinco empresas já instaladas em Resende estão buscando fornecedores aqui?

Com certeza. Têm de comprar componentes no Brasil. Esse é o desafio, o objetivo nosso. E envolve todos os quarenta fornecedores que temos hoje no País.



Quatro fornecedores já se instalaram no parque de Resende e um está dentro da fábrica. Há espaço para mais seis.

E eles estão encontrando os fornecedores que requerem?

À vezes sim, às vezes não. Quando é não a gente tem procurado colaborar, ajudando, por exemplo, a comprar o equipamento. É um trabalho que demanda tempo mas, para acelerá-lo, temos um caminho interessante que é trabalhar em conjunto com a Renault, com a qual mantemos a Aliança. Ela também está nacionalizando e para o fornecedor é bom, ganha volume.

E falando na Aliança: Carlos Ghosn acaba de anunciar que quer ampliar as sinergias, visando à economia de € 4 bilhões...

Ainda estamos analisando como isso vai refletir no nosso dia a dia. Em algumas áreas, como compras, já trabalhamos juntas, mas o caminho do CEO é muito claro. Ele quer mais integração, mais aproximação. Já obtivemos economia de € 2 bilhões/ano. Ele quer chegar a € 4 bilhões: teremos de trabalhar mais. Engenharia, por exemplo, como o desenvolvimento de um motor, tem um custo alto. Acho que o projeto será iniciado por aí.

Outros produtos poderão ser feitos em Resende? No Salão de Detroit de 2013 falaram no Note?

Não posso falar mais do que anunciamos. Mas posso adiantar que quando se faz um investimento de R\$ 2,6 bilhões como o que estamos realizando a gente pensa em pelo menos vinte anos. Certamente não vamos ficar em March e Versa.

Qual será a proporção de produção dos dois modelos?

Depois de os dois estarem no mercado a ideia é meio a meio. Tivemos surpresa com o Versa: está sendo muito procurado.

Qual a expectativa para 2014?

Acho que falarei um pouco diferente dos meus colegas e competidores. O mercado parou de crescer e estabilizou-se por um tempo, mas ainda é um mercado muito bom. Ainda tem gente aqui comprando o primeiro carro e temos de atender a esse anseio. Nossa expectativa é de estabilidade, mas em um patamar elevado, o que é muito bom.

O March, na sua avaliação, enquadra-se neste conceito de primeiro carro?

Tanto o March como o Versa. Temos dois carros fortes para essa finalidade. Esse novo consumidor quer um carro com tecnologia. Não posso falar de todas as novidades do March brasileiro, mas posso garantir que ele atenderá aos anseios do cliente.

Qual a projeção para 2014?

Vendemos 80 mil em 2013 e queremos chegar a 120 mil, ampliando a participação de 2% para 3%. Em 2015 queremos crescer mais.

E a rede? Está preparada para os novos produtos?

Nossa rede já está preparada para atender à venda de 120 mil unidades/ano. Essa preparação foi feita há



dois anos e só não atingimos tal volume em 2013 por causa dos problemas com o México. Temos 170 concessionárias no Brasil, com uma cobertura razoável, de 80%.

Como está o projeto dos veículos elétricos no Brasil?

Temos dez taxis Leaf em São Paulo e quinze no Rio. É um sucesso. Estamos negociando com o governo federal a questão do IPI. Sou otimista. Daí, sim, poderemos produzir carro elétrico aqui. Somos patrocinadores dos Jogos Olímpicos de 2016 e teremos boa oportunidade de mostrar nossos carros elétricos nos jogos.

Como se deu a integração Nissan e Rio de Janeiro?

É uma integração ótima. A gente se sente fluminense, se sente carioca. Fomos muito bem recebidos e

nossos colaboradores adoram o Rio. Mais do que brasileira seremos uma empresa carioca. Com a alma carioca. Vai ter um pouco do jeito atrevido do carioca, uma coisa de que a gente gosta. Em Resende conseguimos fazer uma mistura interessante da cultura japonesa com o tempero carioca.

Como foi a seleção de funcionários em Resende?

A maioria mora ali na região, em Resende ou cidades próximas. Fizemos muito treinamento. Mais de trezentos deles foram para Aguascalientes, no México, onde permaneceram de três a cinco meses em aprendizado. Alguns foram para o Japão e minha ambição é mandar brasileiros para a Índia, China, Estados Unidos. E gostaria de comentar um fato importante: a fábrica do México treina o mundo inteiro e o

responsável pelo treinamento de lá disse: “O brasileiro é nosso melhor aluno. Ele gosta de aprender, de perguntar, de saber”. Isso me deixou muito otimista. Meu objetivo é fazer de Resende a melhor fábrica Nissan do mundo.

Vindo da área financeira o senhor completa dois anos na Nissan em maio. Como foi essa transição?

Não estou aqui para falar mal de banco. Mas o que estou gostando muito em quase dois anos na Nissan é de estar trabalhando na economia real. Construímos uma fábrica num lugar que não tinha nada, hoje temos uma linha de produção e carro para ser vendido. No banco é diferente, a gente vende papel, documento. É menos concreto. O que eu gosto na indústria automotiva é justamente a economia real.

AD

Scania Streamline.
Todos os detalhes
somados para garantir
a maior economia
de combustível.



4% a mais de economia
de combustível

Novo contorno da cabine:
ganhos na aerodinâmica
e design mais moderno

Novo quebra-sol:
mais aerodinâmico

Novo sistema de
lubrificação da caixa
de câmbio

ELINO.COM

Respeite os limites de velocidade.

Cada detalhe do Scania Streamline é pensado para expandir as suas atividades. O motor Scania Euro 5, os ganhos aerodinâmicos e as tecnologias exclusivas Scania Opticruise e Ecocruise trabalham juntos para garantir até 4% a mais de economia de combustível. A máxima disponibilidade do seu veículo pode ser atingida com os Programas de Manutenção Scania.

É o início de uma nova era de rentabilidade para os seus negócios.

Faz diferença ser Scania.

Scania Opticruise: com novo modo econômico de condução

Scania Ecocruise: piloto automático focado na economia de combustível



facebook.com/ScaniaBrasil



SCANIA

www.streamline.scania.com.br



Questão de equilíbrio

Na esteira do Inovar-Auto investimentos em P&D até 2017 já somam R\$ 8,5 bilhões. A missão agora é equacionar inovação a preços que caibam no bolso do brasileiro.

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

A indústria automotiva nacional já ingressa em novo patamar de tecnologia. E as bases dessa nova era estão lançadas: apenas os investimentos em P&D anunciados após a divulgação do Inovar-Auto somam R\$ 8,5 bilhões até 2017 pelos cálculos do MDIC. O principal desafio imposto à indústria hoje é conciliar a inovação em curso com preço compatível à renda do brasileiro.

As direções tomadas por montado-

um ganho médio de 12% em eficiência energética e os desafios ainda a serem superados pelo setor.

ALGO MAIS — Para Antônio Megale, presidente da AEA, que abriu o evento, o Inovar-Auto representa enorme oportunidade para a engenharia brasileira mostrar sua qualidade e competência: “O momento é extraordinário. O Brasil poderá mostrar ao mundo que é um grande centro de desenvol-

Em painel que reuniu executivos de BorgWarner, Bosch, Continental, Delphi e Magneti Marelli, todos fizeram questão de citar investimentos já em curso para contemplar as exigências do Inovar-Auto.

Dentre as novidades o diretor de engenharia da divisão termal América do Sul da Delphi, Carlos Silva, citou a injeção direta e novas bombas de combustível que passaram a ser fornecidas pela empresa no País:



Simão Salomão

ras e fornecedores em busca de melhorias nos processos e nos produtos estabelecidas pelo Inovar-Auto foram abordadas no Seminário AutoData Eficiência Energética, realizado em 24 de fevereiro no Centro Empresarial de São Paulo.

Com a participação de representantes de todos os elos da cadeia automotiva, além de associações de classe e do governo federal, o evento mostrou os avanços já obtidos para a conquista de

vimento global, gerador de tecnologia avançada”.

São diversos os campos de atuação da engenharia local para adaptação das tecnologias para eficiência energética. Megale apresentou itens em sistemas de motores, transmissão, combustíveis, chassis e carrocerias, dentre outros — um leque enorme que exige muito trabalho em todos os níveis da cadeia automotiva, a começar pelos fornecedores.

“O novo regime automotivo tem acelerado desenvolvimento e transferência de tecnologia do Exterior para cá. Há também um trabalho consistente para reduzir massa e peso, um caminho importante para alcançar as metas do Inovar-Auto”.

Gino Montanari, diretor de pesquisa e desenvolvimento da Magneti Marelli Powertrain, reforça a lembrança de que o programa mudou a rotina do mundo automotivo. Para atender aos

objetivos propostos a empresa efetivou investimento de R\$ 30 milhões em laboratório e equipamentos e em engenheiros.

“Para trazer tecnologia ou aprimorar as existentes é preciso investir em pesquisa e em mão de obra qualificada. Nem sempre o cliente quer pagar mais por isso, mas o que antes era considerado nicho de mercado hoje ganha corpo, como os novos programas de gestão eletrônica, que aprimoram a queima de combustível.”

DIFERENTE — De acordo com Lauro Takabatake, diretor de engenharia e vendas OEM da BorgWarner, o Inovar-Auto contribuiu para impulsionar investimento em um centro de desenvolvimento: “Além de aumentar a equipe de engenheiros temos novos equipamentos que permitem validação de produtos. O Brasil é um país diferente, com uma realidade bastante distinta de outras regiões”.

Alexandre Rezende, diretor de engenharia da Continental, concorda e resgata a maior das especificidades brasileiras: o motor flex:

“A Continental dispõe de todas as tecnologias existentes no mundo, mas um dos maiores desafios do Brasil é aplicar aqui a tecnologia que vem de fora por utilizarmos etanol”.

É justamente em virtude do combustível vegetal que a BorgWarner corre com os desenvolvimentos de turbos para carros de passeio:

“Está nos planos das montadoras para as novas plataformas o uso do componente”, revela Takabatake. “Os

motores no Brasil funcionam com combustíveis diferentes, exigindo um duro trabalho de desenvolvimento, tanto do ponto de vista do consumo quanto da durabilidade.”

A realidade brasileira eleva a importância do País na operação das empresas: embora todas as sistemistas presentes ao seminário tenham centros de desenvolvimento espalhados pelo mundo, o Brasil é um dos únicos que exige algo mais. Como exemplificou

Resende, da Continental, “não fossem as informações da engenharia daqui não seria possível desenvolver tecnologia local no nosso centro da Alemanha”.

Montanari, da Magneti Marelli, revelou que o centro de desenvolvimento do País é o segundo mais importante para a empresa: “O Inovar-Auto não mudou nossa forma de trabalhar, mas o clima, a maneira do brasileiro dirigir e as condições das estradas, além do



A substituição do aço por materiais mais leves é uma alternativa já em uso para reduzir peso e melhorar a eficiência

próprio combustível, fazem o Brasil diferente dos demais mercados. De qualquer maneira o Inovar-Auto oferece oportunidade para a engenharia local crescer e se fortalecer”.

DIETA — Ponto fundamental em discussão hoje no setor automotivo para alcançar os exigentes níveis de eficiência energética é a redução do peso do veículo. Claudio Demaria, diretor de engenharia de produto da Fiat, revela:

Nas idas e vindas da vida,
conte sempre
com a nossa energia.



nas redes sociais:
@OnibusMarcopolo

www.marcopolo.com.br



O Sol que nasceu para todos

“O aço que usamos pesa, em média, 40% a mais do que os outros, e é aplicado por questões de custo. No entanto trata-se de uma grande oportunidade, de modo geral”.

Adrian Raffo, gerente de Tecnologia da Nemaq, fabricante de blocos de motor e outros componentes em alumínio, vê na substituição do aço por materiais mais leves uma das vertentes a ser utilizada pela indústria na busca pela maior eficiência veicular.

da para o Brasil em 2011, revelou ser procurada por montadoras locais principalmente em busca de redução do peso da estrutura dos vidros.

Um automóvel popular carrega em média 35 kg de vidros, segundo Alexandre Saracchi, diretor comercial da área automotiva da empresa: “A redução da espessura de áreas como o para-brisa pode representar até 6 quilos a menos no peso total do veículo”.

Há ainda outras tecnologias, como

especialmente para o mercado brasileiro, é preciso fechar a conta e oferecer produtos que caibam no bolso do consumidor. Este argumento foi apresentado por Henry Joseph Jr., gerente do laboratório de emissões da Volkswagen, também palestrante do evento:

“No caso do up!, por exemplo, mudamos produto, forma de produzir, escala e fornecedores e assim atingimos um novo patamar. Mas não adianta



Painel
Matérias-primas

Atualmente somente 30% das famílias de motores nacionais usam o alumínio como base, enquanto o índice mundial é de 80%. O componente pode deixar o motor até 30% mais leve.

A borracha também pode ser uma alternativa ao aço: peças de proteção do cárter foram produzidas pela Truck Bus em borracha estrutural e passaram de 9,5 kg para 2,3 kg sem perda das especificações.

A AGC Vidros, que anunciou a vin-

películas protetoras que reduzem a intensidade dos raios infravermelhos que podem reduzir a temperatura interna do veículos em até 12 graus.

“Essas tecnologias ainda não estão no País, mas temos interesse em trazê-las e estamos dispostos a realizar novos investimentos para isso.”

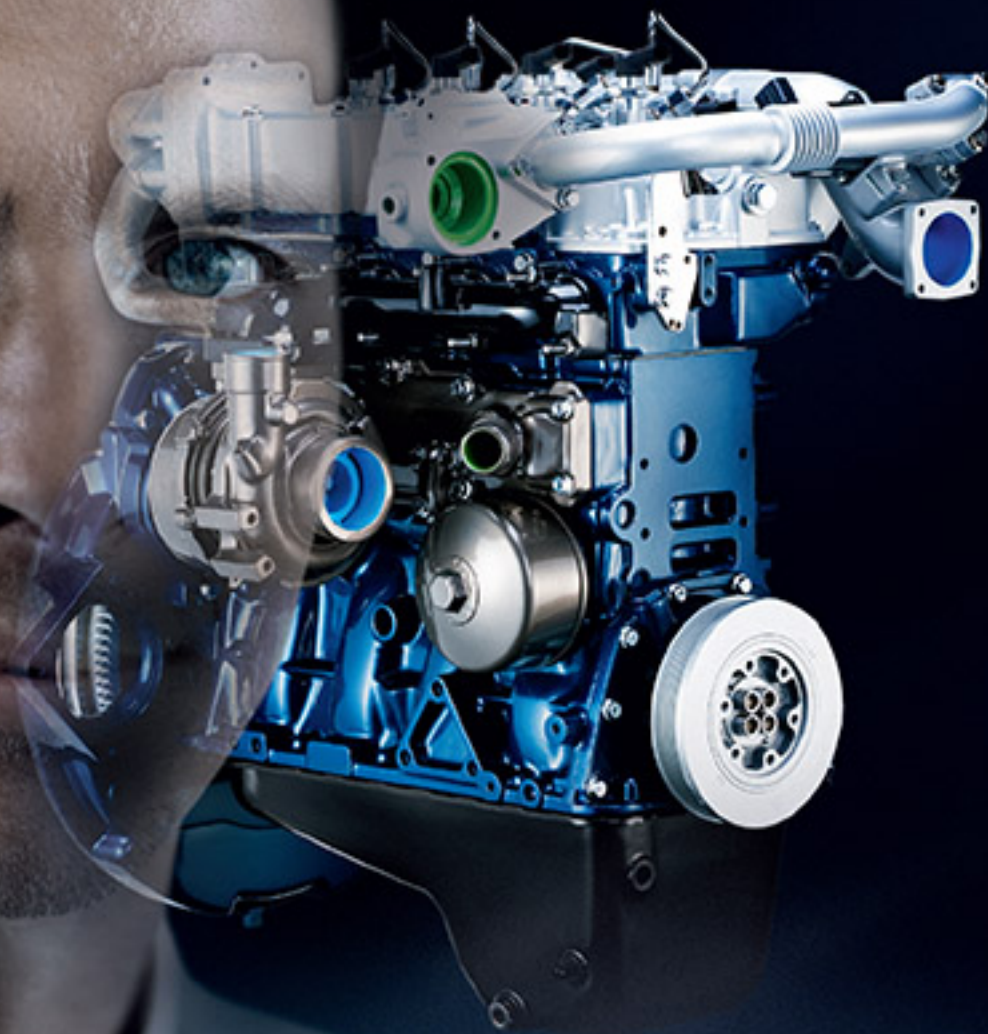
INOVAÇÃO X CUSTOS — Além de agregar novos materiais e componentes, muitos dos quais desenvolvidos

só agregar mais tecnologia: é preciso fazê-lo sem aumentar os custos. Esse é o pulo do gato. Precisamos de veículos vendáveis”.

Márcio Alfonso, diretor de engenharia da Ford América Latina, concorda e chama atenção para o que pode ser uma dificuldade após os investimentos de R\$ 74 bilhões na indústria automotiva brasileira: a capacidade ociosa.

“O consumidor não está disposto a pagar mais por melhoria tecnológica

Reduza a velocidade, preserve a vida.



*A alma e o coração.
Unidos.*

A MWM é a maior fabricante de motores diesel do Mercosul porque suas soluções estão sempre à frente em tecnologia, confiabilidade e sustentabilidade.

- Soluções personalizadas para cada cliente.
- Motores veiculares, agrícolas, geração de energia, construção e marítimos.
- 4 milhões de motores produzidos desde 1953.
- Centro de Criação e Desenvolvimento.
- 480 pontos de distribuição.
- Exportação para mais de 30 países.
- 3 unidades industriais (São Paulo - SP, Canoas - RS, Jesus María - Argentina).



clubedodiesel.com.br mwm.com.br

e eficiência energética. Temos várias soluções caras, como em motores, aerodinâmica e pneus, que poderiam ser aplicadas aos automóveis brasileiros. A questão é como combinar essa oferta aos produtos com preços que o consumidor possa pagar. Se não formos competitivos teremos produtos excelentes mas sem força no mercado interno. E nosso potencial de exportação também não vai melhorar.”

William Bertagni, vice-presidente de engenharia da General Motors para a América do Sul, ressalta que o poder de compra do consumidor brasileiro não vai, necessariamente, acompanhar a curva de alta nos preços de veículos com mais componentes.

“O balanço da aplicação da tecnologia é que dirá o quão competitivos seremos até 2017. O tempo é curto. A indústria mundial deu saltos em eficiência energética em grandes degraus, e isso terá que acontecer também no Brasil. É algo que certamente traz desafios para toda a cadeia de fornecedores e montadoras, que passa a demandar novos sistemas.”

FECHAR A CONTA — Também os sistematistas concordam que é difícil equalizar custos e inovação. Como afirma Erwin Franieck, gerente de engenharia da divisão Gasoline Systems da Bosch, “tecnologia que traz melhor eficiência também traz novos valores”.

Segundo os fornecedores as áreas de engenharia e compras vivem em constante embate nas montadoras — enquanto a primeira busca novas aplicações a segunda prioriza as cifras,

relação que algumas vezes atrasa a aplicação prática de novas tecnologias.

Para Nélson Fonseca, presidente da Truck Bus, é praticamente impossível fazer inovações em um espaço de tempo tão curto como o previsto pelo Inovar-Auto sem aumentar os preços em um primeiro momento:

“Nos países desenvolvidos os custos das novas tecnologias não pesam tanto porque os consumidores estão dispostos a pagar mais por um produto melhor. No Brasil a briga é por um preço mais acessível e muita coisa disponível acaba ficando para uma segunda etapa”.

As exigências de eficiência previstas pelo Inovar-Auto, entretanto, podem ser aliadas dos engenheiros na hora de buscar argumentos para os investi-

mentos. Para Raffo é necessário fazer a conta em longo prazo: “Precisamos aproveitar esse momento, essa oportunidade. Os investimentos serão absorvidos e há espaço para melhorias”.

Saracchi, da AGC, diz que o marketing pode ser também um aliado para a chegada de novas tecnologias: “O consumidor precisa saber o que está ganhando ao pagar um pouco mais. Os resultados precisam ser expostos e a etiquetagem veicular do Inmetro, aplicada a 100% da frota a partir de 2016, pode ser uma importante aliada”.

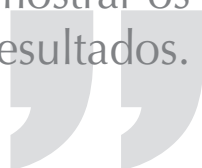
BALANÇO POSITIVO — Responsável pela palestra de encerramento do seminário, Margarete Gandini, coordenadora geral de arranjos produtivos locais do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, avalia como satisfatórios os resultados preliminares do Inovar-Auto, destacando o valor do investimento em P&D já confirmado pelas empresas do setor automotivo até 2017, nada menos do que R\$ 8,5 bilhões.

Os resultados finais esperados pelo programa incluem economia de 12 bilhões de litros de combustível de 2014 a 2021 e redução de 21 milhões de toneladas de gás carbônico emitidos na atmosfera no mesmo período.

“A melhoria foi requerida pelo aumento da venda de veículos no Brasil, que deve chegar a 6 milhões em 2025. Os principais mercados automotivos já tinham legislações específicas para consumo e emissões e precisávamos entrar neste jogo para não perder espaço no cenário global.”

AD

O consumidor precisa saber o que está ganhando ao pagar mais. A indústria tem de mostrar os resultados.



Centro Tecnológico Tuzzi: uma alternativa eficiente para os testes de campo.

Equipado para reproduzir as mais severas condições de trabalho em equipamentos agrícolas, sistemas de suspensão para veículos pesados, rodas e eixos ferroviários.

Cinto de segurança salva vidas



Agrícola



Automotivo



Ferrovário



Grupo **TUZZI**

Presente nas principais montadoras mundiais.
Acesse www.tuzzi.com.br


TUZZI



Negociações das montadoras para novos projetos contemplam exclusivamente o fornecimento de pneus com tecnologia que garante menor consumo de combustível

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

As inovações em quase 170 anos da sua história não foram poucas. Teve a vez da câmara de ar, o fim dela, diferentes composições de matérias-primas e de sulcos, tudo visando à busca contínua por mais segurança, conforto e desempenho. O que nunca mudou foi sua cor, a preta, o que não impediu o advento do pneu verde, o mais cobiçado hoje pela indústria automotiva brasileira.

Lançado no fim do século passado e hoje uma realidade em toda a indústria mundial de pneumáticos, o pneu verde adiciona o apelo ecológico na busca por melhorias do produto.

Proporciona, na média, uma economia de 6% a 8% no consumo de combustível e, em consequência, reduz a emissão de CO₂ na atmosfera.

Painel específico sobre pneus no Seminário AutoData Eficiência Energética reuniu representantes da Bridgestone, Continental, Michelin e Pirelli, que falaram das vantagens desta nova tecnologia, dos desafios atuais do setor e da busca por maior competitividade da indústria brasileira.

100% — De acordo com os participantes do painel todas as montadoras contemplam o uso do pneu verde em seus novos projetos, ou seja, qualquer lançamento a partir de agora terá o componente como item de série independentemente da marca e do tipo de veículo.

E a explicação é simples. Responsável por 1 litro de combustível a cada 3 consumidos por um automóvel, con-

forme mostra estudo da Michelin, o pneu é peça fundamental no processo de ganho de eficiência energética exigido pelo Inovar-Auto.

De acordo com o gerente geral de desenvolvimento de produto da Bridgestone, Antônio Seta, qualquer negociação relativa a novos modelos envolve hoje o fornecimento de pneus verdes: “A velocidade da sua disseminação dependerá do mercado, mas com o Inovar-Auto caminhamos para o seu uso em todos os veículos produzidos no País”.

Para que os benefícios da nova tecnologia não se percam ao longo da vida útil do veículos Seta defende a necessidade de o governo fazer uma campanha de conscientização para que o usuário opte pelo pneu verde na

hora da troca: “Não adianta a indústria investir na tecnologia e depois o avanço não ser mantido. Pode ser até uma questão de legislação”.

Na mesma linha de raciocínio o diretor de pesquisa e desenvolvimento da Pirelli, Roberto Falkenstein, prevê que até 2016 todos os automóveis zero quilômetro sairão das linhas com essa tecnologia como item de série.

O pneu verde é 10% em média mais caro que o convencional, “mas o custo adicional na hora da aquisição é amortizado pela economia nos gastos com combustível”, diz o gerente técnico de equipamento original da Michelin, Marcelo Capella:

“A Michelin trabalha hoje só com verdes, tanto para fornecimento às montadoras quanto para a reposição”.

ENGENHARIA LOCAL — Embora o desenvolvimento dos pneus seja, em geral, de caráter mundial, as fabricantes brasileiras mantêm engenharia local para adaptação dos produtos às características de uso brasileiras. Como lembra Falkenstein, “desenvolvemos pneus adaptados, mais resistentes, que também servem para outros mercados como Estados Unidos, Indonésia e China. Estamos exportando desenvolvimento”.

As fabricantes instaladas no País participam hoje de um movimento liderado pela Anip, Associação Nacional da Indústria de Pneus, que visa garantir maior competitividade para quem produz localmente. Defendem incentivos, inclusive, para maior investimento na produção interna de matérias-primas.

As fabricantes instaladas no País mantêm engenharia local para desenvolvimento de soluções que atendam às necessidades brasileiras

“Nós ainda dependemos muito da importação”, contou Falkenstein. “Do total de nossa produção 40% dependem de compras no Exterior, e o problema é ainda mais grave quando se trata do pneu verde.”

De acordo com Falkenstein, o pneu verde, que dentre suas principais características apresenta baixa resistência ao rolamento, utiliza uma sílica específica produzida apenas no Exterior, assim como alguns polímeros especiais:

“E são exatamente esses materiais que garantem um pneu com as características exigidas hoje pelo Inovar-Auto: menor consumo de combustível e, conseqüentemente, redução na emissão de poluentes”.

Também Capella, da Michelin, defende a necessidade de nacionalizar componentes e insumos: “Temos de aumentar nosso índice de nacionalização e ao mesmo tempo voltar a exportar, como no passado”.

Para Renato Sarzano, diretor superintendente da Continental Pneus, além do pneu verde, que passa a ser exigido por todas as montadoras em seus novos projetos, há outras alternativas para reduzir consumo como o estepe mais fino:

“Esse tipo de estepe reduz o peso total do veículo em cerca de 10 quilos e tem sido cada vez mais utilizado no Exterior. Nosso desenvolvimento é todo centralizado na Alemanha, mas temos engenheiros aqui para conversar com as montadoras para trazer e adaptar soluções que atendam às necessidades locais”.

AD



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



CÂMBIO AUTOMATIZADO DE SÉRIE
V-TRONIC
420 cv
de potência



- 420 cavalos de potência.
- Câmbio automatizado V-Tronic de série.
- Mais produtividade e melhor custo-benefício.
- Melhor pós-venda do Brasil, segundo a TNS – empresa de pesquisa de mercado.*



Respeite os limites de velocidade.



**Novos VW Constellation 420 V-Tronic.
Sob medida para a sua carga extrapesada.**

19.420 4x2 - 25.420 6x2 - 26.420 6x4



**Caminhões
sob medida.**

À espera de definições

Falta de política energética consolidada arrefece ritmo de investimentos no País

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

No mercado automotivo nacional há espaço para os diferentes tipos de motorização. Avançadas tecnologias flex, gasolina, diesel, elétrica ou híbrida estão nas prateleiras. No entanto, falta direcionamento, falta uma política energética consolidada que norteie os investimentos da indústria.

O consultor de emissões e tecnologia da Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar, Alfred Szwarc, defende a necessidade de uma política de inserção do etanol na matriz energética brasileira: “O setor precisa saber qual é o tamanho do mercado de veículos flex para retomar os investimentos”.

Participante do painel Matriz Energética do Seminário AutoData Eficiência Energética, Szwarc diz que um dos problemas atuais é a paridade etanol versus gasolina com relação aos preços: “A gasolina acaba sendo um teto e isso dificulta a tomada de decisões por parte da indústria”.

O gerente de engenharia de motores e transmissões da Renault, Andrei Kuhnen, por seu lado, argumenta com a falta de incentivos para os carros elétricos, hoje penalizados com um IPI de 25% por enquadrarem-se na categoria do imposto definida como Outros:

“A Renault investe em todas as opções de motores, do diesel ao elétrico, passando pela gasolina ou flex. Estamos, portanto, preparados para a decisão que o governo tomar com relação à matriz energética. Mas é preciso defini-la para que os investimentos sejam devidamente direcionados”.

Segundo Kuhnen o carro elétrico te-

KEKO E FORD: UMA PARCERIA DE MUITOS RESULTADOS.

Conheça a nova Capa de Estepe.

Disponível nas 6 cores originais do EcoSport.



WWW.KEKO.COM.BR

Respeite a sinalização de trânsito.



APLQUE PARA-CHOQUE DIANTEIRO



JOGO DE ESTRIBOS TUBULARES



ESTRIBO INTEGRAL



ESTRIBO ROCKER



APLQUE PARA-CHOQUE TRASEIRO



ENGATE DE REBOQUE



BANDEJA FLEXÍVEL DO PORTA-MALAS



CAPA DE ESTEPE

KEKO
SEU CARRO. SUA PERSONALIDADE

O Brasil, pela sua capacidade de gerar energia, deveria dar mais oportunidade para os veículos elétricos e híbridos

ria de recolher no máximo os 7% de IPI do veículo com motor 1.0, adicionado de outros incentivos, por conta de sua baixa escala, para ser competitivo: “Isso foi necessário lá fora para que o elétrico evoluísse”.

O sócio diretor da consultoria KPMG, Hans-Jürgen Klose, insiste na ideia de que há espaço para todos os tipos de motorização: “Está havendo uma redução nos investimentos na produção do etanol por causa dos preços baixos. É algo que precisa ser visto. E há a questão dos elétricos. O Brasil, pela sua capacidade de gerar energia, deveria dar mais oportunidade para os híbridos e elétricos”.

BANDEIRA DIESEL — A utilização do diesel em veículos leves teve destaque no evento. O diretor executivo da Aprove Diesel, Aliança Pró-Veículos Diesel, Luso Ventura, entende não existir concorrência nas diferentes opções de motorização: “Precisamos de muitos times, senão não teremos um campeonato”.

A Aliança, criada para fomentar as discussões a respeito da liberação desse combustível em automóveis no Brasil — algo proibido desde os tempos da crise do petróleo — já colhe os primeiros resultados desde a sua apresentação, em agosto.

Vicente Pimenta, presidente da Aprove Diesel, afirma que já foram empreendidas visitas aos ministérios relacionados ao pleito — à exceção do da Fazenda —, além de a entidade ter realizado um trabalho de conscientização junto à população.

De acordo com estudos apresentados no seminário, os carros a diesel são cerca de 30% mais econômicos do que os a gasolina e emitem 25% menos CO₂.

“Assim, contribuem até para que as montadoras alcancem as metas de eficiência energética estabelecidas pelo Inovar-Auto”, argumenta Pimenta. “É preciso desmistificar a imagem dos carros a diesel, tidos como poluidores e barulhentos. A tecnologia desses motores avançou muito.”

Com site, página nas redes sociais e caravanas com veículos a diesel, a Aprove Diesel quer se aproximar do consumidor, além de convencer o governo: “É um assunto político.”

A aliança defende que o cenário mudou ante 1976 e que com o pré-sal o Brasil terá reservas petrolíferas, refinarias modernas e biocombustíveis, podendo, portanto, diversificar a produção de combustíveis.

“Trabalhamos pela liberdade de escolha. Há trinta anos, desde a proibição do diesel em automóveis por aqui, a sociedade é obrigada a comprar carros com baixa eficiência energética. Trata-se de uma restrição comercial na base da proibição. Soa medieval.”

Pimenta afirma também que a Aprove Diesel desenvolve estudos tributários e ambientais relacionados ao uso do combustível, que serão apresentados em breve: “O momento é mais do que oportuno, com a virada na oferta de combustíveis em decorrência do pré-sal e o desafio das empresas de atualizar suas tecnologias buscando novas metas”.

AD

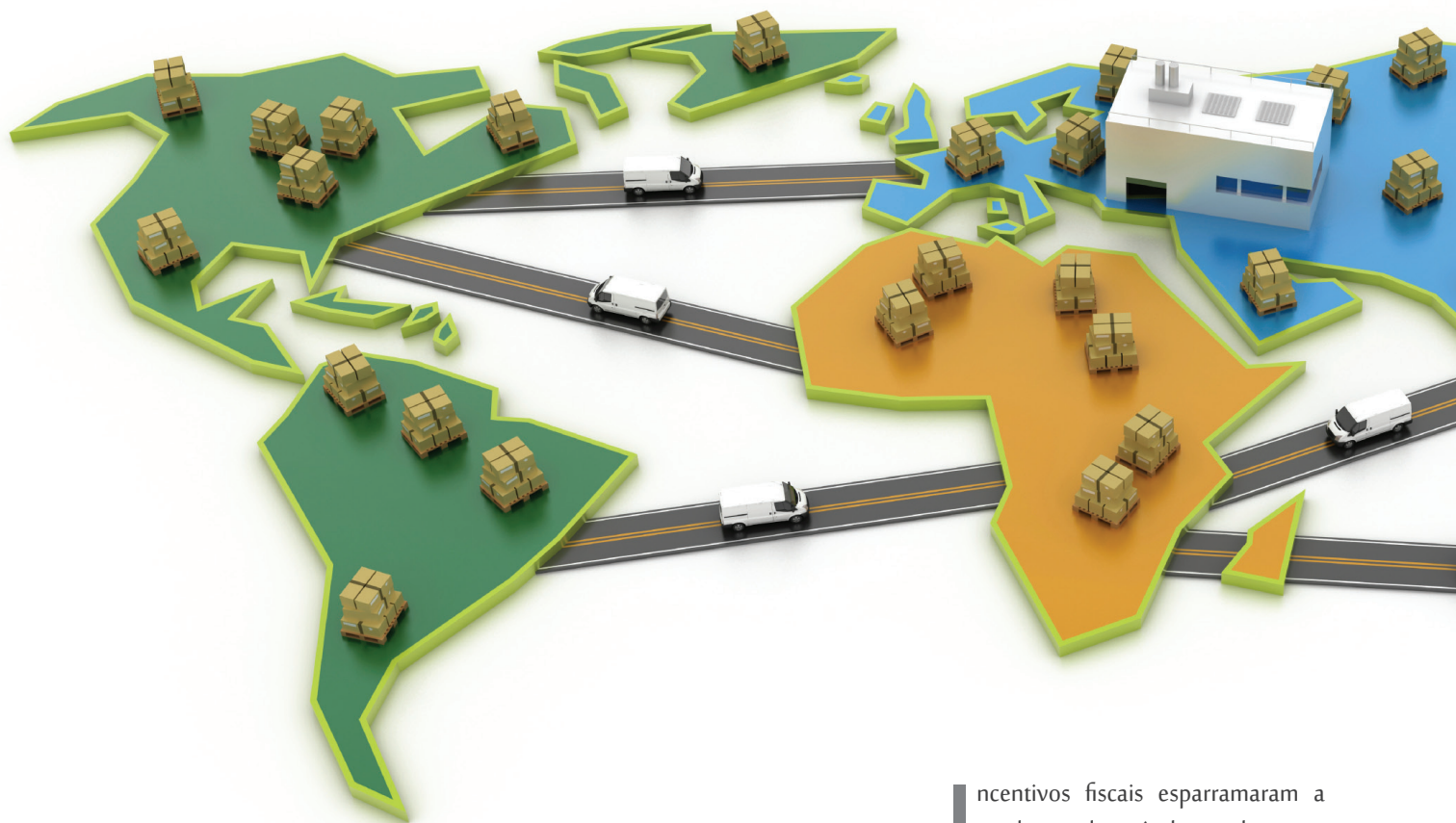
P R O M O Ç Ã O



Compre **4 pneus Bridgestone**
ou **Firestone** e **ganhe**
1 cartão-combustível de
R\$ 100,00
para você rodar por onde quiser.*

*Promoção válida de 21/2/2014 a 21/4/2014 (ou enquanto durarem os estoques) para a compra de 4 pneus Bridgestone ou Firestone de alta performance, ultra-alta performance, de caminhonetes ou de SUVs. Exceção: CV2000, CV3000, CV211, Duravis e marcas associadas Seiberling, Timberline e Fuzion. O cartão-combustível será válido para o abastecimento de qualquer combustível em postos de gasolina que aceitem cartões Flex Car Visa Vale. A validade do cartão é de 21 de fevereiro de 2014 a 21 de agosto de 2014. Para mais informações, consulte nosso regulamento: www.compreeganhbridgestone.com.br

BRIDGESTONE



Um caso de visibilidade

Com a descentralização da produção automotiva as operações logísticas ganham força no setor e crescem 5% ao ano

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Incentivos fiscais esparramaram a produção de veículos e de peças pelo País. Diante deste novo mapa o operador logístico assume papel cada vez mais preponderante na cadeia produtiva do setor. O fornecedor nem sempre está disposto a seguir a montadora, fato que também contribui para aumentar as distâncias e o tempo de entrega dos componentes às linhas de montagem das fabricantes.

Antes era só a armazenagem e o transporte de carga puro e simples. Conceitos de qualidade e preocupações com os custos pouco importavam. A estabilidade econômica no País, porém, a partir de meados da década de 90, revelaram novos desafios, pois, com o fim da cruzada contra a inflação na ordem do dia das empresas,

Perfil do setor no Brasil



300

prestadoras de
serviços logísticos

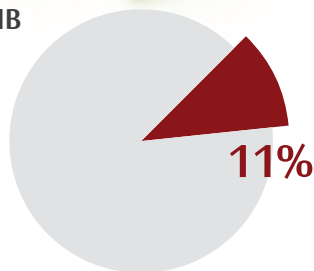
a busca por eficiência passou a pautar a agenda corporativa.

“Basicamente, o setor logístico é uma área de custo”, reforça Richard Vieites, presidente da Ceva no Brasil. “Começou a ganhar vida própria para reduzir custos e proporcionar agilidade nas cadeias de valor.”

A descentralização da indústria automobilística brasileira, uma das maiores tomadoras de serviços logísticos do País — desembolsos que representam por volta de 12% na receita líquida das montadoras, segundo o Ilos, Instituto de Logística e Supply Chain —, parece apresentar ao setor logístico enigmas baseados nas contradições.

Percursos maiores exigem planejamentos mais complexos e, como consequência, encarecem os processos.

PIB



400

bilhões de reais
movimentados
anualmente

5%

de crescimento
médio ao ano

Daí se constrói uma equação que impõe solução a diversas variantes.

Na avaliação de Paulo Guedes, diretor presidente da Veloce Logística, aumento com o gasto logístico não é necessariamente aumento de custo: “A maior necessidade logística certamente eleva os gastos da operação. Em contrapartida há crescimento de participação e criação de um mercado em que antes não se atuava. O aumento de produtividade pode fazer com o que custo total caia”.

PROXIMIDADE — Não há como negar a análise do diretor da Veloce, mas também é impossível deixar de lidar com operações cada vez mais caras: “A descentralização da indústria só agrega custo e nem sempre produtividade”, pondera Rodrigo Marchini, diretor de operações da Gefco. “O operador logístico tem de estar próximo tanto do fornecedor quanto da fabricante de veículos. A depender da operação não posso descartar a construção de mais armazéns, por exemplo. A montadora pode se estabelecer em mais de uma região, enquanto o fornecedor fica”.

Philippe Masse, diretor de novos negócios da Elog, enfrenta por duas frentes a gigantesca malha de conexão formada pela cadeia de produção automobilística. Além de criação de centros de consolidação de carga junto aos fornecedores, os ditos armazéns, a estratégia da empresa, na qual o setor automotivo responde por 18% do faturamento, também procura amortizar os aumentos de gastos com que denominou conceito plataforma.



Divulgação/Iveco

Cada vez mais as montadoras trabalham com menos estoques, o que gera mais pedidos e exige mais agilidade dos fornecedores

“Minimizar os custos da importação com a exportação tem se mostrado uma solução interessante”, avalia. “Buscamos sinergias dos escoamentos dos produtos com o carregamento do que vem de fora em um único frete.”

Na busca por soluções cada vez mais eficazes também há arranjos capazes de proporcionar melhorias no fluxo de caixa tanto do fabricante de veículos quanto do fornecedor. A Elog, por exemplo, encontrou nas áreas alfandegárias uma alternativa econômica para estocagem de peças. A ação se mostra especialmente vantajosa, pois enquanto não ocorre a transferência da mercadoria, não há tributo a pagar, nem custo a contabilizar.

Eficiência, portanto, é regra geral para o setor. No caso do atendimento

à indústria automotiva cabe distinguir uma negociação de transporte eventual de uma coleta programada, uma das chaves que determinam o sucesso nas demandas logísticas.

“O abastecimento de montadoras demanda parâmetros rígidos como mapa de rotas, atendimento preciso de janelas de entrega, flexibilidade para alterar tipo de equipamentos, conhecimento das restrições legais e naturais, dentre outras prerrogativas”, resume nota de representantes do departamento de dedicados da JSL. “Com a diluição da concentração das unidades produtivas no País torna-se prioritário o uso de locais para proceder com as documentações necessárias, descanso e alternância de motoristas, guarda de embalagens até a próxima coleta e consolidação/desconsolidação de cargas.”

PROGRAMAÇÃO — Um planejamento logístico consistente e confiável, no qual planos de contingências são calculados previamente, no entanto, são capazes de encurtar distâncias, ainda que seja uma figura de linguagem.

Como ressalta Guedes, da Veloce, responsável pelo abastecimento just in time para Toyota e Honda na Argentina, “a programação da montadora é quem define a coleta programada, que deve ser seguida à risca. Não se trata de um fornecedor, mas de vários. E em cada um deles existe a necessidade de programar horários de chegada e saída, além do conhecimento do tamanho da carga, peso e quantidade, até para definir o tipo de veículo”.

WORKSHOP

NEW COMERS

AUTOS & CAMINHÕES

O QUE PRETENDEM E COMO VÃO OPERAR AS NOVAS MONTADORAS

- DEFINIÇÃO DOS PRODUTOS.
- ESCOLHA DOS FORNECEDORES.
- SELEÇÃO DE EXECUTIVOS.
- ESTRUTURAÇÃO DA REDE.
- SISTEMA DE PRODUÇÃO.
- ENGENHARIA E DESENVOLVIMENTO.
- VENDAS E MARKETING.
- OBJETIVO E METAS

MONTADORAS CONVIDADAS:

■ JAC MOTORS ■ NISSAN

AUTOMÓVEIS

■ INTERNATIONAL

CAMINHÕES

INFORMAÇÕES

11 5189 8938 / 11 5189 8940
WWW.AUTODATA.COM.BR

APOIO:



INSCRIÇÕES
ABERTAS
VAGAS
LIMITADAS

Logo, não se faz logística sem informação, porque com ela se obtém visibilidade. Só o conhecimento é capaz de oferecer elementos para planejar a operação e reagir a imprevistos.

“Os prazos são cronometrados. Caso um caminhão perca a janela de entrega, seja em virtude do operador ou do fornecedor, uma luz amarela acende. Peças podem não chegar a tempo na programação da montadora com risco de parar a produção”, conta Marchini, da Gefco. “Com a informação temos tempo de agir: a montadora pode mudar o mix de produção ou podemos acionar transporte aéreo, por exemplo.”

Visibilidade sendo um artigo valioso, as ferramentas de trabalho que proporcionam a informação são os cofres que a protegem durante o processo. Avançados softwares integram a cadeia e distribuem o segredo do processo, desde o pedido até a entre-

ga. Neste pacote estão programas de rota, GPS, de dimensionamento de carga, bem como aqueles que unificam a comunicação e a fazem trafegar pelos envolvidos na operação.

A troca da informação pode ocorrer por sistemas próprios, desenvolvidos exclusivamente para determinada operação, mas também há os protocolos comuns a todos, caso do EDI, do inglês, Intercâmbio Eletrônico de Dados. No processo logístico tudo é informação eletrônica, o que inclui a nota fiscal, o conhecimento de transporte e a emissão da previsão de entrega. Em resumo, em cada um dos documentos é possível acompanhar o processo.

“Cada vez mais as montadoras trabalham com menos estoques, o que faz aumentar os pedidos aos fornecedores e exigir deles mais agilidade,” conta Walter Padilha Cavalcante, CEO da Sawluz, empresa especializada em oferecer solução no gerenciamento



Divulgação/Ceva

**Amortecedores:
seu novo projeto apoiado
em nossa tecnologia.**



Tecnologia, capacidade de pesquisa e desenvolvimento para colocar projetos inovadores com os pés no chão.

Magneti Marelli tem tudo ao alcance da mão para transformar ideias avançadas em poderosos diferenciais para seu novo projeto. Nossa unidade de amortecedores acumula a maior experiência da indústria automotiva brasileira e os recursos de um completo centro de desenvolvimento e aplicação de produtos. Tudo para equipar seu novo projeto com produtos adaptados às condições de nossas ruas e estradas. Faça a inovação ser parte do seu projeto. Chame a Magneti Marelli para fazer parte da sua vida.



Faz parte da sua vida.

**MAGNETI
MARELLI**

Faça revisões em seu veículo regularmente.

da informação. “Daí a necessidade de meio de comunicação confiável, que ofereça clareza e minimize os erros.”

Falhas são justamente o maior inimigo do operador logístico, o que só aumenta sua responsabilidade e o fortalece como parceiro estratégico da montadora.

“Não adianta entregar o brinquedo na loja no dia 13 de outubro”, brinca Guedes, da Veloce. “Uma operação logística mal planejada é capaz de levar um negócio a falência.”

Antes de uma derrocada, porém, os operadores logísticos se preparam com novos papéis na cadeia produtiva, elevando ainda mais a relevância de suas operações. Montar pneus nas rodas e entregá-las já balanceadas no sequenciamento da linha são atividades que vêm se tornando comum nos serviços logísticos, bem como a ativação da produção, quando a logística se encarrega de situar o componente na linha.

Mas há também casos mais complexos, como o da Ceva na fábrica da General Motors em Gravataí, onde monta motores, ou da Gefco, em Porto Real, RJ, onde é responsável pela aplicação de acessórios de versões especiais de veículos da Peugeot e da Citroën.

Vieites, da Ceva, avalia que “o suporte na produção é uma das operações mais complexas, pois também exige juntar os fluxos de várias fontes de fornecimento”. Embora ele acredite que seja apenas um nicho, Guedes, da Veloce, e Marchini, da Gefco, apostam que atividades assim sejam o futuro do setor: “É uma forma de ganhar tem-

O suporte na produção é uma das operações mais complexas, pois também exige juntar os fluxos de várias fontes de fornecimento

po”, avalia Guedes. “Afinal, as peças já estão em poder do operador logístico, basta ele montar”.

BALANÇO — Atividades tão distintas reforçam a característica principal nos serviços logísticos: personalização. “Cada operação é uma em particular”, destaca Guedes. “Logística não é commodity. Ela é estratégica no negócio e planejada sob medida”.

E, apesar da relevância cada vez maior da logística, os atores do setor ainda acreditam que falta às empresas uma cultura logística mais abrangente: “Hoje, num plano de negócios, não é inteligente descartar o parceiro logístico desde o início de sua concepção”, considera o diretor da Veloce. “É incorreto pensar na fábrica, por exemplo, sem cuidar da logística”.

De acordo com o Ilos, há no Brasil em torno de trezentos prestadores de serviços logísticos em operação. O setor cresce a taxa média de 5% ao ano e movimenta mais de R\$ 400 bilhões, próximo de 11% do PIB nacional.

A conta só tende a crescer, pois nesse ambiente é cada vez maior a integração econômica de países e empresas, além do aumento da expectativa de vida da população mundial e das taxas de natalidade. É diante disso que o operador logístico já reza sob o mantra dos 4D, batizado pelo professor Ronald H. Ballou, da Weather School of Management, de Cleveland, Ohio: distância [mais longa], demanda [maior], diversidade [culturas diferentes] e documentação [mais complexa e com exigências diferentes]. **AD**

Líder de mercado no desenvolvimento e produção de aplicações em antivibração e vedação, a **Truck Bus Rubber Parts** é a grande parceira das montadoras na elaboração de soluções inovadoras em borracha e metal-borracha.



Com avançada tecnologia de materiais e engenharia de aplicações, desenvolvemos produtos de menor peso, colaborando com a eficiência energética do veículo. Nossos produtos em RIGIFLEX® promovem reduções de até 90% do peso em comparação com soluções de mercado.



Nosso compromisso é também racionalizar o consumo energético na fabricação de nossos produtos. Operamos com aproveitamento máximo de energia natural e nossos processos são dimensionados para o uso responsável da energia, com menor geração de resíduos.



www.tbush.com.br

Truck Bus
rubber parts

Força motriz

Capacidade brasileira de produção de motores para automóveis e comerciais leves será ampliada de 3,8 milhões para 4,6 milhões de unidades por ano

André Barros | andreb@autodata.com.br

Quarto maior mercado e quinto maior fabricante de veículos do mundo, o Brasil sem dúvida ocupa privilegiada posição no ranking de produção global de motores. Não existem, entretanto, estatísticas oficiais referentes ao volume anual que sai das linhas das montadoras: a Anfavea divulga apenas os dados de veículos montados e sua capacidade instalada.

Muitas montadoras sequer informam quantos motores foram produzidos no ano, embora não façam segredo quanto à capacidade de suas fábricas. Sabe-se também que os motores produzidos aqui equipam auto-

móveis nacionais, importados e atendem a contratos de exportação.

AutoData consultou todas as montadoras de automóveis e comerciais leves com fábricas de motores no Brasil em busca de, ao menos, um dado: qual a capacidade instalada da indústria de motores nacional?

MAPA — São dez as fábricas em operação e quatro as que serão inauguradas em breve, com investimentos que, somados, superam R\$ 2 bilhões. A capacidade atual de 3,8 milhões de unidades crescerá cerca de 20%, para 4,6 milhões de unidades.

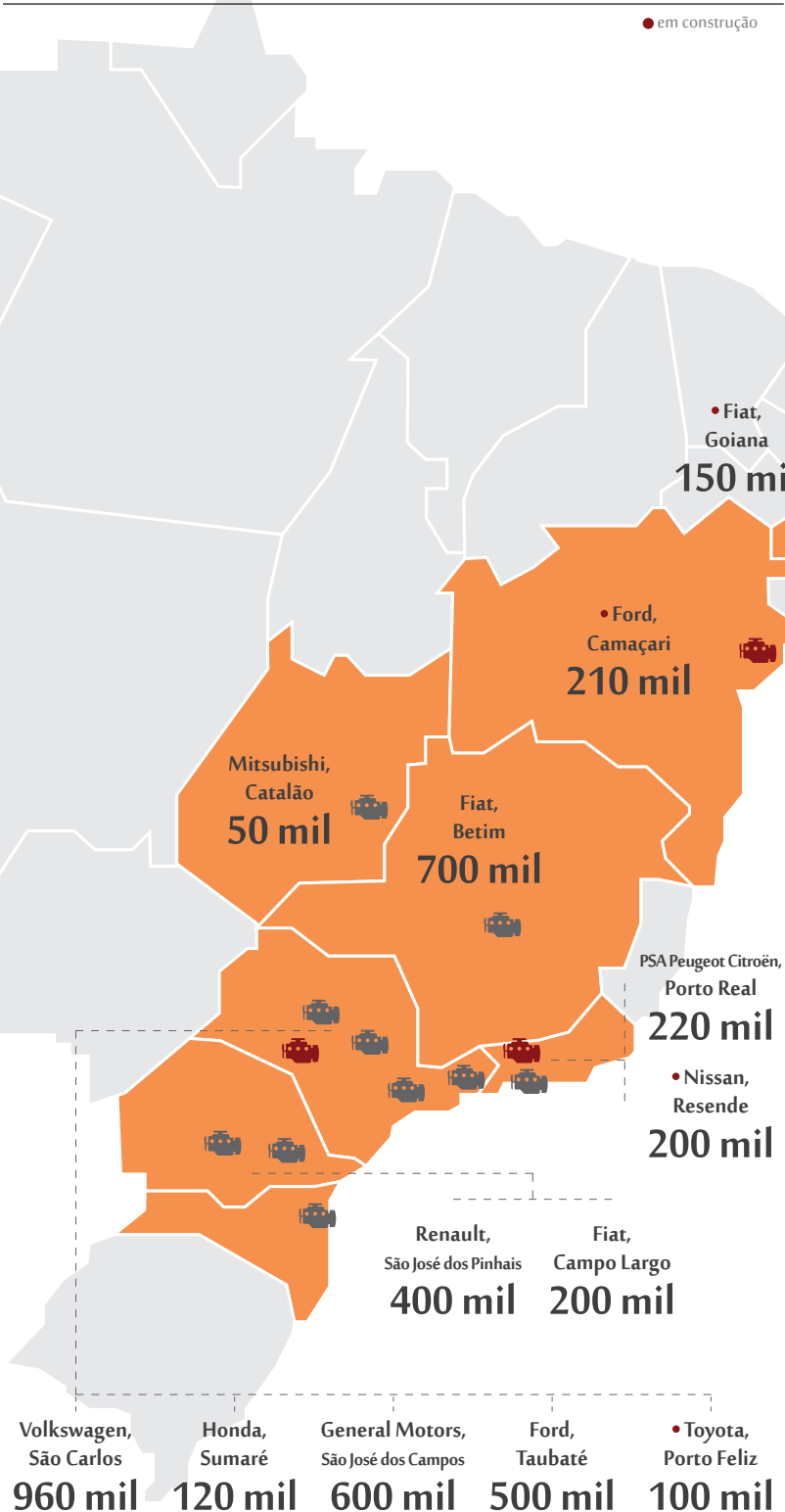
Já estão em operação as fábricas da

Fiat em Betim, MG, e Campo Largo, PR, da Ford em Taubaté, SP, da General Motors em São José dos Campos, SP, e Joinville, SC, da Honda em Sumaré, SP, da Mitsubishi em Catalão, GO, da PSA Peugeot Citroën em Porto Real, RJ, da Renault em São José dos Pinhais, PR, e da Volkswagen em São Carlos, SP.

As duas maiores são a paulista da VW e a mineira da Fiat: 960 mil e 700 mil unidades de capacidade instalada, respectivamente — a Fiat ainda pode montar até 200 mil unidades/ano no Paraná.

Em São José dos Campos a GM consegue produzir até 600 mil motores/ano e outros 120 mil em Joinville, en-

Onde estão as fábricas de motores



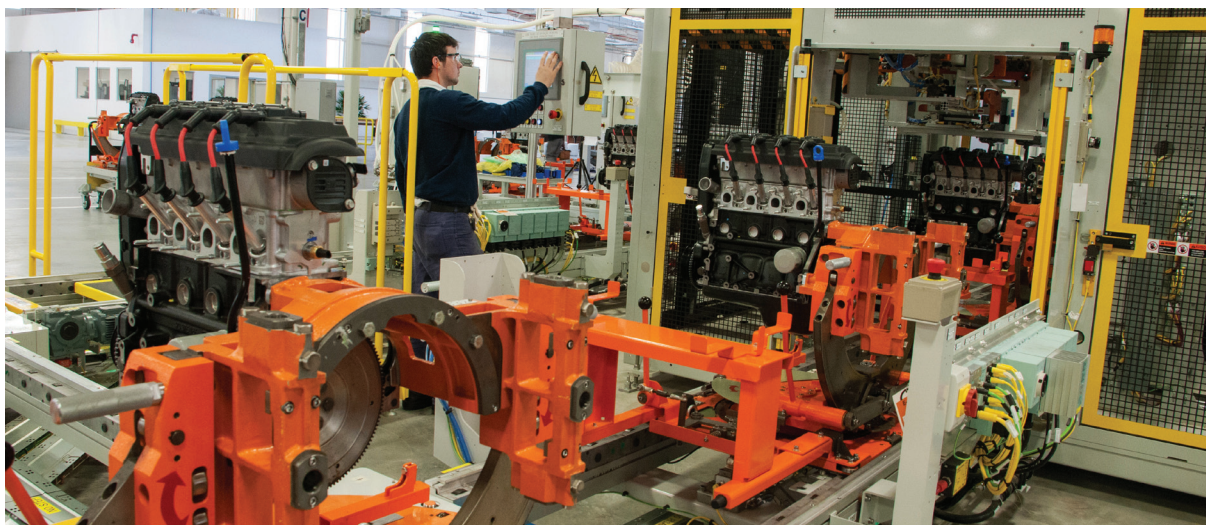
quanto a Ford Taubaté tem capacidade para 500 mil unidades/ano.

Atualmente a Renault pode produzir até 400 mil motores no Paraná, capacidade que será ampliada em 25%, a PSA Peugeot Citroën 220 mil unidades no Rio de Janeiro e a mais nova fábrica brasileira de motores, a da Mitsubishi em Catalão, foi construída para montar até 50 mil motores/ano. Ainda há produção de cerca de 120 mil motores da Honda em Sumaré, SP.

FUTURO — As quatro fábricas de motores em construção no Brasil acrescentarão 760 mil unidades à capacidade instalada da indústria local para o segmento de automóveis e comerciais leves. Ford, em Camaçari, BA, Fiat, em Goiana, PE, Nissan, Resende, RJ, e Toyota, Porto Feliz, SP, são as empresas que investem em novas unidades produtivas, valor que supera R\$ 2 bilhões.

A Renault também tem investimentos em curso para ampliar em 100 mil unidades a capacidade de produção de motores do Complexo Ayrton Senna em São José dos Pinhais.

As 860 mil unidades adicionais representam mais de 20% de acréscimo à capacidade atual de produção de motores da indústria local, alcançando 4,6 milhões de unidades. Segundo a Anfavea a indústria de veículos automotores chegará a 5,7 milhões de unidades, a partir da capacidade atual de 4,5 milhões de veículos — na conta estão inclusos ônibus e caminhões.



Divulgação/GM

3,8

Milhões é a capacidade instalada da indústria de motores, automóveis e comerciais leves, atualmente

4,6

Milhões será a capacidade após os investimentos anunciados serem realizados

4,5

Milhões é a capacidade total da indústria de veículos, incluídos aí caminhões e ônibus

5,7

Milhões será a capacidade após os investimentos anunciados saírem do papel

O Inovar-Auto contribuiu significativamente para a construção de novas fábricas de motores no Brasil. A Toyota, por exemplo, há anos abastece suas linhas de Indaiatuba, SP, com produtos importados do Japão e só com a nova política para o setor automotivo definida pelo governo optou pela nacionalização deste componente. Investe R\$ 1 bilhão em Porto Feliz para produzir 100 mil motores 1,3 e 1,5 litro para o Etios e 1,8 e 2 litros para o Corolla.

Mesma direção tomou a Nissan, última a anunciar a fábrica, no começo do ano, com a presença do CEO Carlos Ghosn: serão R\$ 140 milhões para produzir até 200 mil unidades por ano.

Ford e Fiat ampliam sua capacidade ao investir R\$ 400 milhões em novas fábricas em Camaçari e R\$ 500 milhões em Goiana, respectivamente, para produzir 210 mil e 150 mil motores/ano.

A Ford deverá inaugurar sua fábrica nos próximos meses, pois os novos motores equiparão o novo Ka, que chega às vendas ainda no primeiro semestre.

Há ainda outra fábrica de motores brasileira prestes a sair do papel, a da Chery, em Jacareí. A decisão de produzir motores localmente já foi tomada, porém os pormenores ainda estão em fase de definição.

AD

— LÍDER MUNDIAL

AGC

VIDROS SEM LIMITES

AGORA NO BRASIL —



AGC é um grupo global, referência em inovação e líder mundial na produção de vidro automotivo, entre outros. Agora no Brasil, com soluções em vidros para a indústria automotiva e da construção civil e com uma gama exclusiva de produtos, uma vez que a inovação está incorporada em seu DNA. Isso significa VIDROS SEM LIMITES.

Saiba mais: www.agcbrasil.com



BrasilAGC



Compras a conta-gotas

Até que a Copa do Mundo trouxe alguns pontos a mais no desempenho das fabricantes de ônibus. Mas longe de promover a tão esperada transformação no transporte coletivo das cidades.

Décio Costa | decio@autodata.com.br

Quanto maior a expectativa maior a frustração. Costuma-se aprender cedo essa lição de vida, nem sempre seguida na prática. O atual momento do segmento de ônibus parece passar por certa insatisfação em virtude do tanto do que se colocou na conta dos eventos esportivos e dos anúncios de recursos destinados à mobilidade urbana das grandes cidades.

Não se trata, porém, de uma decepção profunda e irremediável: afinal, volumes de produção e vendas dos últimos sete anos, desde a escolha do País como sede para a Copa do Mundo, por exemplo, revelam que os investimentos ocorreram, mas infelizmente não na velocidade que se esperava.



Divalgiação/MAN

“Não ocorreu a transformação que se pensava”, admite Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da MAN Latin America. “Aconteceram até grandes investimentos, em estradas, aeroportos e estádios, mas diante das dificuldades, principalmente com relação à economia, foi feito o que foi possível e, claro, aquém daquilo que se projetava.”

Com exceção dos períodos que destacam fatos extraordinários, como em 2009, com a crise financeira mundial, e 2012, fase que marca a transição das normas ambientais de Euro 3 para Euro 5, o desempenho das fabricantes de chassi de ônibus desde 2007, quando o País ficou sabendo que receberia a Copa, só acumula crescimento, sinal de que ninguém ficou parado.

CIDADES – “A mobilidade urbana sempre foi um motor no segmento, independentemente dos eventos esportivos”, lembra Wilson Pereira, gerente executivo de vendas de ônibus da Scania. “O caso é que diante de tantos projetos anunciados a movimentação de compras deveria ter sido maior.”

O executivo da Scania tem lá razões de sobra para acreditar que as vendas nos últimos anos deveriam ser bem maiores do que as registradas. Somente para melhorias da mobilidade urbana nas cidades, inserido na segunda fase do PAC, Programa de Aceleração do Crescimento, anunciado em abril de 2012, há orçamento de R\$ 32 bilhões, dos quais R\$ 20 bilhões do governo federal e o restante de contrapartidas municipais e estaduais. No papel estão

contemplados 600 km de corredores de ônibus, 380 terminais e seis projetos de BRT em quatro cidades.

Antes, porém, já estavam em curso tantos outros empreendimentos de aperfeiçoamento do transporte público coletivo exclusivamente para atender aos deslocamentos da Copa. Os recursos somavam R\$ 12 bilhões e, dentre os diversos projetos, vinte deles eram BRT, sistema escolhido por nove das doze cidades-sede da Copa.

“Os investimento do PAC 2 previs-



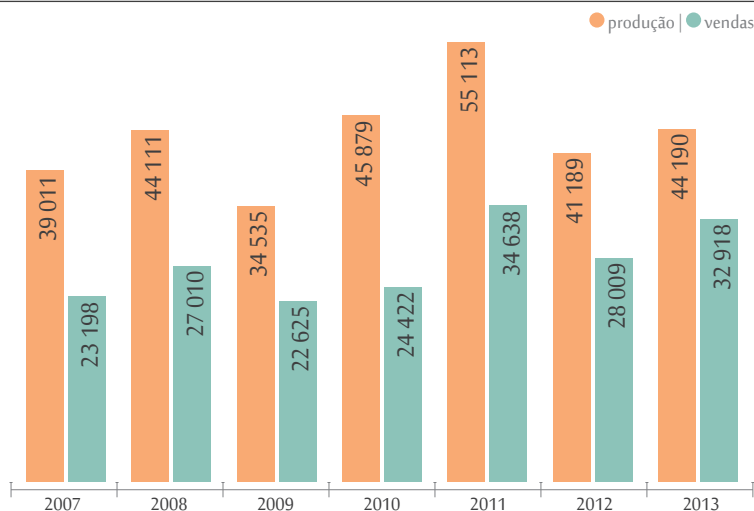
Divulgação/MBB

Dentre vários projetos estão previstos 380 terminais

tos para mobilidade urbana de 2011 até 2013 contemplam 229 projetos, como corredores, trens, metrô e VLT”, conta Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz. “Disso tudo 20%, ou 47 projetos, em catorze municípios estão em execução ou concluídos.”

De acordo com Barbosa há exemplos menos atrasados, como em Brasília, DF, Belo Horizonte, MG, e Rio de Janeiro, RJ, que causaram impacto de

Evolução da produção/vendas de chassi



maneira positiva no mercado. No caso da Mercedes-Benz sua participação superou 70% no segmento de chassis em 2013, considerando um volume de 3,4 mil unidades naquelas cidades: “Devido ao grande foco na mobilidade urbana existe potencial de crescimento, apesar das indefinições com relação a reajustes nas tarifas e às licitações”.

MANIFESTAÇÕES – Vai além do concebível trilhar as razões que justificam atrasos nos projetos ou mesmos aqueles que ainda nem saíram do papel. De qualquer maneira os representantes do setor são unânimes em considerar as manifestações populares que se espalham pelo País desde junho de 2013 como um dos fortes motivos que prejudicaram as vendas do ano passado.

“Houve, sim, pequena renovação da frota urbana”, admite Alouche, da MAN. “Mas, sem os reajustes nas tarifas, o empresário postergou compras.”

Paulo Corso, diretor de operações comerciais da Marcopolo, reforça que “sem preço de passagem adequado e com risco de ter patrimônio depredado, o operador não compra. Somente em 2013 o custo do empresário aumentou, em média, 18%”.

Vale lembrar, no entanto, que apesar da frustração o desempenho do segmento em 2013 não é desprezível, muito ao contrário. Segundo dados da Anfavea os fabricantes de chassis encerraram o ano com 32,9 mil unidades licenciadas, alta de 14,2% sobre 2012, estabelecendo o segundo melhor ano da história depois do pico de 2011, de 34,6 mil chassis, período estimulado pelas antecipações de compras devido à proximidade de chegada da tecnologia Euro 5. A produção cresceu quase 10%, para 44,2 mil unidades.

Embora os resultados sejam positivos os representantes do segmento acreditam em vendas reprimidas, o que coloca em perspectiva um cenário promissor para 2014.

“O grande volume de compras para a Copa realmente já acabou”, acredita Alouche. “Mas os empresários do setor estão negociando, mesmo porque os projetos de mobilidade continuam. Considerando os programas do governo, 2014 deve crescer de 3% a 5%.”

São exatamente as melhorias na infraestrutura do transporte coletivo das cidades que tornam as projeções de representantes do segmento otimistas.

“O plano é crescer 50% nas vendas”, revela sem titubear Marcos Meggiolaro, gerente comercial da Auto Sueco São Paulo, concessionária Vol-

Sem preço de passagem adequado, e sob o risco de ter o patrimônio depredado, o operador não compra

TODA GRANDE INOVAÇÃO PEDE A FORÇA DE UM MOTOR FPT.



CURSOR 13 e FPT 10,3L

Inovação e tecnologia de ponta da maior produtora de powertrain do mundo para os dois maiores lançamentos do mercado de caminhões do ano de 2013.

FPT INDUSTRIAL. A GENTE FAZ HOJE PENSANDO NO FUTURO.

MARINE

ON-ROAD

OFF-ROAD

POWER GENERATION

FPT
POWERTRAIN TECHNOLOGIES
POWERING THE FUTURE

Respeite a sinalização de trânsito.

vo. “Ainda para a Copa estão incluídas entregas para os segmentos de fretamento e turismo, além dos contratos que estamos para fechar com vendas de modelos híbridos.”

A Auto Sueco entregou em 2013 duzentos chassis, 30% para as operações de fretamento e turismo.

RODOVIÁRIO — Especialmente a respeito do mercado de ônibus rodoviário, fabricantes e empresário espe-

solução, devido aos questionamentos a respeito do modelo de concessão. Mas o governo pretende licitar perto de 2 mil linhas que atendem pouco mais de 1,9 mil municípios. É um impacto que pode gerar de 15 mil a 20 mil unidades a mais na produção, pondera Alouche, da MAN.

“Certamente vai requerer muito ônibus, pois até agora as compras são bem pontuais, somente para não deixar frota envelhecer em demasia”,



O BRT foi sistema escolhido por nove das doze cidades-sedes para a Copa

ram ansiosos as licitações das linhas rodoviárias de passageiros. O Propass, Projeto da Rede Nacional de Transporte Rodoviário Interestadual e Internacional de Passageiros, criado em 2008, se arrasta há anos. Será o primeiro leilão do gênero no País. As empresas operam em regime de permissões, vencidas em 2008 e, desde então por meio de licenças especiais e de caráter provisório.

Trata-se de um imbróglcio de difícil

confirma Corso, da Marcopolo. “Mas enquanto a licitação não sai quem sofre é a indústria. O empresário não compra, pois existe o risco até de ele perder a linha.”

As concessões das linhas são esperanças do setor para 2014 que não devem ser tratadas com tanta expectativa, devido aos tantos adiamentos. Para os atores do segmento certo é que o ano deve no mínimo empatar com 2013 e aí não cabe frustração. **AD**



SE “VENCER NA VIDA” FOSSE APENAS SOBRE TRABALHO,
A EXPRESSÃO SERIA “VENCER NO TRABALHO”.

REFERÊNCIA PARA SUA CARREIRA.
REFERÊNCIA PARA SUA VIDA.

MBA FGV

PRESENCIAL • ON LINE • CUSTOMIZADO

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS DA CADEIA AUTOMOTIVA ÊNFASES: CONCESSIONÁRIAS • MONTADORAS E FORNECEDORES

Este MBA oferece duas opções de curso. Um com ênfase em Concessionárias, e o outro em Montadoras e Fornecedores. Ambos 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, os cursos apresentam e discutem conceitos, métodos e instrumentos relevantes, buscando motivar os alunos a serem líderes empreendedores no ambiente das organizações.

Início dos cursos: 26 de abril de 2014 | aos sábados (quinzenalmente), das 8h30 às 18h
0800 772 2778 | mbafarialima@fgv.br

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA



Divulgação/Fras-le

De Caxias do Sul para o mundo

Fras-le completa 60 anos com operações produtivas nos Estados Unidos e na China e atuação comercial em mais de cem países nos cinco continentes

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br

Para aproveitar as demandas da incipiente indústria automotiva brasileira os empreendedores Francisco Stedile, Miguel Zanandréa e Ary Osório de Azevedo uniram esforços em 1954 para fundar em Caxias do Sul, RS, a Fras-le. Passadas seis décadas a empresa de agora transformou-se na maior fabricante mundial de lonas para veículos comerciais e uma das cinco maiores de materiais de fricção.

Com capacidade instalada para a produção de 140 milhões de peças/ano, aplicadas em caminhões, ônibus, automóveis, motos, utilitários, tratores, implementos rodoviários, aeronaves, trens e metrô, tem como objetivo central consolidar-se, em definitivo, como empresa global e buscar a lide-

rança mundial em pastilhas para freios de veículos comerciais.

Sob o controle da Empresas Randon desde 1996, a Fras-le tem em sua gênese a busca pela inovação e pelo mercado externo, que começou a explorar em 1969. Hoje tem 44% da sua receita originada de negócios no Exterior.

Seu diretor presidente, Daniel Randon, sustenta que “desde 2011 crescemos, em média, 14% nos negócios externos. A Fras-le é globalmente competitiva”.



Desde os anos 70 a empresa investe em torno de 3% da receita anual em pesquisa e desenvolvimento. Em Caxias do Sul mantém laboratório avaliado em US\$ 15 milhões, o maior da América Latina.

FUTURO ANTECIPADO — Como lembra Gilberto Carlos Crosa, diretor de tecnologia, “nosso desenvolvimento é constante, sempre buscando nos antecipar ao futuro”. Em conjunto com as demais empresas do grupo a Fras-le mantém um campo de provas para os

testes práticos. Atualmente seu portfólio é formado por mais de 10 mil referências em produtos.

De acordo com Randon, a inovação é exigência do mercado, por aspectos legais ou por influência da sociedade. A empresa trabalha forte no desenvolvimento interno e na parceria com fornecedores em busca de insumos mais econômicos, recicláveis e livres de conteúdos nocivos ao meio ambiente.

Em 2008 a diretoria estabeleceu metas para o período de cinco anos.

Dentre as mais significativas estavam alcançar faturamento bruto de R\$ 1 bilhão em 2013 e tornar-se uma empresa global, condição que começou a se consolidar com as fábricas nos Estados Unidos e na China, e com o centro de distribuição europeu.

O próximo ciclo, até 2020, já começa a ser delineado. Randon antecipa que permanece o objetivo de ser ainda mais global por meio do crescimento das unidades do Exterior e do fortalecimento em mercados onde a presença da empresa ainda não é significativa.



COMPROMISSO EXCEPCIONAL

Na CEVA, nossos especialistas estão focados em entregar excelência operacional para os clientes a cada dia.

Como uma empresa líder em gerenciamento de cadeia de suprimentos, a CEVA oferece soluções de ponta a ponta, implementação e soluções operacionais em fretes e contratos logísticos, distribuição, armazenagem e gerenciamento de transportes para grandes e médias empresas, nacionais e multinacionais.

A CEVA está presente em cinco setores:

- Automotivo
- Tecnologia
- Varejo e Bens de Consumo
- Industrial
- Energia



Making business flow

www.cevalogistics.com



O principal desafio chama-se produtividade: produzir mais peças com a mesma estrutura e com redução de custos.

“Trabalhamos na consolidação. Na China, mesmo crescendo de 20% a 30% anuais, ainda somos pequenos diante da grandeza do mercado. Nos Estados Unidos, onde nosso faturamento cresceu dez vezes em vinte anos, também podemos avançar.”

Mas Daniel Randon reconhece que, no médio e longo prazos, será viável abrir novas operações no Exterior.

COMPONENTES — Ele acredita que a Fras-le crescerá globalmente com lonas e pastilhas para veículos comerciais e, na América do Sul, para leves. Observa que o novo regime automotivo auxiliará neste processo pela necessidade de maior conteúdo local nos veículos.

O principal desafio do momento, segundo ele, é a produtividade, usando a área existente e produzindo mais peças com a mesma estrutura, buscando ainda a redução de custos para fazer frente à inflação permanente dos insumos e da mão de obra.

A tendência é a de que os investimentos priorizem melhorias de processos e leiaute. A sede da fábrica tem 75 mil m² de área construída em terreno de 300 mil m², a dos Estados Unidos 19,5 mil m², e a da China, 7,5 mil m². O corpo funcional é formado por 3,5 mil trabalhadores, 2,8 mil aqui.

RECEITA — A linha de veículos comerciais responde por 60% da receita da Fras-le. A empresa tem 97% de participação junto às montadoras locais e 55% na reposição. No segmento de leves é líder na reposição com 35% e segundo em montadoras, com 27%.

De acordo com Rogério Ragazzon, seu diretor comercial, a Fras-le leva desvantagem neste mercado em função dos lançamentos a partir de plataformas globais. Assinala, porém, que as plantas nos Estados Unidos e na China podem ajudar a condição de fornecedor global na linha leve.

A companhia tem representatividade significativa no segmento ferroviário por investimentos em capacidade e tecnologia consolidados nos últimos anos. No momento a Fras-le responde por 60% das sapatas usadas no segmento original de trens de carga e por 40% na reposição.

Mas sua prioridade é o segmento de cargas, conta Daniel Randon: “Nosso entendimento é o de que este mercado tem boas perspectivas de negócios no futuro”.

Mesmo assim a empresa não se descuida do mercado de trens para passageiros, que está em análise para investimentos no futuro.

AD



Salão dos Veículos Comerciais Leves

www.vucfair.com.br



facebook.com/vucfair



twitter.com/vucfair

22 - 26

Abril 2014

Das 13h às 21h

Sábado 09 às 16h

IMIGRANTES

Exhibition & Convention Center

Rod. dos Imigrantes Km 1,5 - São Paulo



**VISITE O ÚNICO EVENTO
DE VEÍCULOS URBANOS
DE CARGA E PICK-UPS**

**GARANTA
SUA
PARTICIPAÇÃO**

**Cadastre-se no Site
www.vucfair.com.br**



SEMINÁRIO:

**A IMPORTÂNCIA
DO VEÍCULO URBANO
DE CARGA NO
TRANSPORTE METROPOLITANO**

Participação



Organização

NASCIMENTO
eventos

GLINDER



Apoio



11 3791-0767 | vucfair@vucfair.com.br

Vantagem de nascer grande

Ainda é nova por aqui. Mas em dois anos a empresa de lubrificantes Petronas saltou de 8% para 10% de participação no mercado.

Décio Costa, de Contagem, MG | decio@autodata.com.br

Como o setor automotivo o mercado de lubrificantes é território de gigantes. Para competir neste tabuleiro só mesmo nascendo grande. Os investimentos são bilionários, as pesquisas intensivas, os segredos bem guardados e a produção minuciosamente controlada. Não é arena para aventureiros.

Uma das mais novas empresas da área conhece o ramo e cumpriu a regra de se constituir corpulenta. Em 2008 a Petronas, empresa estatal petrolífera da Malásia, adquiriu a FL Selenia, empresa oriunda do Grupo Fiat, consolidando então todas as suas empresas

de lubrificantes em uma companhia: a Petronas Lubricants Internacional.

Nascida já poderosa, com centros de pesquisas e de produção espalhados pelo mundo, partiu com estratégias específicas para cada região e seus planos de crescimentos individuais. Coube ao Brasil liderar os desenvolvimentos para a América Latina.

REGIONAIS — “Aproveitamos a expertise de mercado da empresa que compramos para expandir”, conta Marcelo Capanema Lima Silva, gerente de tecnologia, pesquisa e desenvolvimento. “Junto ao P&D global a unidade do

Brasil desenvolve e adequa produtos, e soluciona as dificuldades regionais que a presença global não consegue alcançar.”

As particularidades regionais, especialmente do Brasil, contribuem de maneira expressiva para a importância das ações locais. O País é um dos poucos com ampla presença de fabricantes de peças originais, variedade de combustível e com condições severas de uso dos equipamentos, sejam eles automóveis, caminhões ou máquinas em geral.

A relevância do ambiente torna indispensável uma visão objetiva sobre



Na linha da Petronas máquinas envasam até 14 mil litros de lubrificantes por hora

Divulgação/Petronas

o negócio. A Petronas Lubrificants investe R\$ 300 milhões na América Latina de 2012 a 2017 com meta de expandir capacidade produtiva e promover melhorias em suas duas unidades na região, na Argentina e especialmente no Brasil.

“O investimento já é pensando na demanda de 2018”, diz Silva. “O plano de expansão prevê uma parte para a capacidade total e outra para aperfeiçoamentos do negócio.”

Em Contagem, MG, onde está localizada a maior e mais importante unidade da região, os aportes já fizeram diferença. Os 28 mil m² originais pertencentes à FL Selenia cresceram em mais 70 mil m². O espaço maior permitiu a instalação de novos equipamentos e assim o aumento da capacidade de 120 milhões de litros/ano para 220 milhões de litros/ano em dois turnos.

Na área de armazenagem do óleo básico, a matéria-prima para a fabricação do lubrificante, e de aditivos, passou de 3 milhões de litros para 6 milhões e, na ponta final da produção, novas máquinas tornaram mais ágil o processo de envase, com equipamento que libera até 14 mil litros/hora em frascos.

O resultado já fez diferença no desempenho da empresa que, em dois anos, aumentou sua participação no mercado em 2 pontos percentuais, de 8% para 10%, o que representa aproximadamente 150 milhões de litros.

“De 2015 a 2017 avançaremos em uma segunda fase do projeto”, conta o gerente de P&D. “Acrescentaremos mais tanques de armazenagem, au-

A Petronas
Lubrificants
investe R\$ 300
milhões na
América Latina
no período
de 2012 a 2017

mentaremos a linha de envase e criaremos um centro técnico para relacionamento com os clientes.”

Também o laboratório de pesquisa e desenvolvimento, área determinante para o processo de produção de lubrificantes, foi recentemente reformado e ganhou novos aparelhos que elevam a capacidade da empresa de analisar e desenvolver produtos. São equipamentos e máquinas que simulam as realidades do lubrificante em uso nas mais variadas situações.

O local abriga mais de R\$ 10 milhões em dispositivos para encontrar soluções para as mais diversificadas demandas, da preocupação do transportador com a vida útil da graxa no

cubo de rodas de caminhão às exigências da montadora com o nível de desgastes das partes móveis de um motor.

MAIS COMPLEXO – Como elo fundamental no negócio de lubrificantes o centro de desenvolvimento da Petronas em Contagem assume papel ainda mais relevante com o advento do Inovar-Auto. De acordo com Silva as metas de eficiência tornaram o mercado de lubrificantes mais complexo: “O objetivo de melhorar consumo e emissão traz novas variáveis no jogo, pois também impulsiona tecnologias e novos sistemas nos veículos, com uso cada vez maior de óleos sintéticos”.

No Brasil a Petronas tem como

www.agrale.com.br



Líder no mercado de chassis leves há 15 anos, a Agrale está levando toda a sua qualidade e tradição para o mercado de 17 toneladas. O seu mais novo lançamento, o Chassi MA 17.0, oferece baixo custo operacional, melhor relação de peso/potência e fácil manutenção, garantindo alto desempenho, economia e rentabilidade para o seu negócio. Com os chassis Agrale você sempre sai ganhando.



As diversas embalagens já saem da produção prontas para a distribuição

maior cliente a Fiat, para a qual faz o primeiro abastecimento na fábrica de Betim, MG. Seus produtos, no entanto, abrangem aprovação e homologação de quase todo o parque automotivo nacional, tendo como linha de frente as linhas Selenia e Syntium.

Segundo o gerente de P&D seu negócio está baseado em 30% nas vendas diretas e o restante no varejo. Em 2013 seu faturamento alcançou R\$ 1 bilhão, 18% da receita bruta de lubrificantes do Grupo Petronas. No mercado mundial de lubrificantes a América Latina responde por 7%, região na qual a Petronas Lubrificants possui 18%. Desempenho que somente gigantes podem almejar. **AD**

Faça revisões em seu veículo regularmente



Chassi Agrale MA 17.0

Rentável e econômico para quem tem. Confortável e seguro para quem usa.



Só para negócios

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br



De cunho exclusivamente comercial será realizada nos dias 22 a 26 de abril a primeira edição da VucFair, Salão de Veículos Comerciais Leves, no Centro de Exposições Imigrantes, em São Paulo. O evento não só mostrará novidades do segmento como também será palco da venda de produtos e serviços destinados ao transporte de carga urbana.

O salão é organizado pela G-Linder em parceria com a Nascimento Feiras e Eventos, e a expectativa é a de um público de 17 mil a 20 mil visitantes, formado por profissionais, frotistas, autônomos e empreendedores que dependem dos veículos urbanos de carga em seus processos de distribuição nas grandes cidades brasileiras, onde os caminhões médios e grandes já estão proibidos de circular.

Em sua primeira edição a VucFair comercializará veículos leves e serviços destinados ao transporte de carga

Dentre os expositores estão montadoras, importadoras, bancos, administradoras de consórcio, seguradoras, companhias petrolíferas, distribuidoras de acessórios, implementos rodoviários, autopeças e pneumáticos, além de fornecedores de sistemas de gerenciamento, de monitoramento e de rastreamento de veículos.

A princípio a VucFair seria realizada no ano passado, no Pavilhão Oeste do Parque de Exposições Anhembi. O próprio mercado, de acordo com Gianfranco Linder, diretor de operações da G-Linder, solicitou a mudança de data para 2014 e também de local.

“As alterações acabaram sendo benéficas na medida em que, no início deste ano, ganhamos os reforços de Evaristo Nascimento e de Hércules Ricco, profissionais de larga experi-

ência em salões do gênero, especialmente do setor automotivo, e diretores da Nascimento Feiras e Eventos”.

AÇÕES PARALELAS – A VucFair, segundo Linder, destina-se a um público formado por 60% de pessoas físicas e 40% de jurídicas. Evaristo Nascimento e Hércules Ricco, da Nascimento, lembram que já em sua primeira edição o Salão de Veículos Comerciais Leves terá uma série de ações paralelas, como palestras, test-drive, encontros de negócios, orientações profissionais.

O evento agregou importantes par-

ceiros, dentre os quais a AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, e a Fórmula Truck, que apoiam a iniciativa desde sua criação.

A VucFair não terá bilheteria, somente convites profissionais. Na avaliação dos seus organizadores a importância de um evento específico para o segmento de VUCs se amplia na medida em que cidades como São Paulo, Goiânia, GO, Recife, PE, e Cuiabá, MT, já restringem a circulação de caminhões e a tendência de adesão aos veículos urbanos de carga se fortalece em vários outros municípios brasileiros, incluindo capitais como Belém, PA, e Salvador, BA, e cidades interioranas, como Caxias do Sul, RS.

AD

VucFair 2014

Data 22 à 26 de abril

Horário das 13h às 21h e sábado das 9h às 16h.

Local Imigrantes Exhibition & Convention Center, na Rodovia dos Imigrantes Km 1,5, em São Paulo.

Entrada somente convites profissionais.

7 a 9
MAIO
2014

80

COLLOQUIUM INTERNACIONAL SAE BRASIL
DE SUSPENSÕES E IMPLEMENTOS
RODOVIÁRIOS & MOSTRA DE ENGENHARIA

CAXIAS DO SUL - RS - BRASIL

A SAE BRASIL - Seção Caxias do Sul realizará a oitava edição do Colloquium Internacional SAE BRASIL de Suspensões e Implementos Rodoviários & Mostra de Engenharia.

O evento, de nível internacional, reúne as melhores empresas e mais conceituados profissionais da área em três dias de palestras e exposição. É focado na apresentação e discussão de trabalhos técnicos recentes, fruto de pesquisas e inovações para a indústria da mobilidade.

INSCREVA-SE
www.saebrasil.org.br

Realização

SAE BRASIL
Seção Caxias do Sul

Informações Adicionais

Dolaimes Comunicação e Eventos • +55 (54) 3223 8677 • colloquium@dolaimes.com.br

Inscrições

SAE BRASIL • +55 (11) 3287 2033 r.106 • nathalia.sampaio@saebrasil.org.br

Patrocínio Diamante

Patrocínio Ouro

Apoio



Padovan

Marcos Camargo



Flávio Padovan deixa a presidência da Jaguar Land Rover para América Latina e Caribe ainda neste mês de março. Em seu lugar, a partir de 1º de abril, assume Terry Hill.

Gomes

Sérgio Gomes, gerente de planejamento estratégico do Grupo Volvo na América Latina, deixa o cargo em 1º de abril.

Mufarej

Elias Mufarej, conselheiro do Sindipeças, passa a acumular a coordenação do Grupo de Manutenção Automotiva, GMA.

Agner

A brasileira Agner Correa é a nova diretora da unidade de negócios da Volvo Financial Services Chile, unidade responsável pelo financiamento de caminhões das marcas Volvo, Mack e Renault, ônibus Volvo e equipamentos de construção Volvo e SDLG naquele país.

Mizoguchi

Paulo Barea



A partir de 1º de abril o brasileiro Issao Mizoguchi, atual vice-presidente da Honda South America e presidente da Moto Honda da Amazônia, passa a ser chefe de operações na Honda na região.

Perrucci

Sidney Perrucci assume a gerência de novos negócios da Affinia Automotiva, que atua no mercado de reposição com as marcas globais Nakata, Spicer e Wix.

Antonelli

Alexandre Antonelli é o novo diretor comercial da Total Express. Ex-Ceva Logistics.

Carroceria

A Caio Induscar assina contrato para fornecer 440 carrocerias para clientes de Santiago, Chile. Os ônibus serão todos direcionados para o transporte público.

Adubo

A Cummins Brasil inaugura uma estação sustentável na fábrica de Guarulhos, SP. Capacidade para produção de 700 kg de adubo por mês.

Exército

A Rossetti fecha contrato com a MAN Latin America para fornecer 302 implementos que equiparão caminhões destinados ao Exército Brasileiro: 78 furgões de alumínio, cem caçambas padrão e 124 carrocerias para transporte de tropas.

AMG

A Mercedes-Benz lança no mercado brasileiro o modelo CLS 63 AMG Shooting Brake 4MATIC, station wagon de alto desempenho: motor V8 5,5 litros biturbo, 557 cv. US\$ 252 mil.

Sportback

As concessionárias Audi já oferecem o modelo S3 Sportback. R\$ 205,5 mil.

EC7

A Geely Motors inicia as vendas do sedã EC7 por R\$ 49,9 mil. A previsão de vendas é de 250 unidades por mês.

Motopeças

O 8º Salão Nacional e Internacional das Motopeças será realizado de 13 a 16 de agosto no Expo Center Norte, em São Paulo. 85 expositores.

Caminhos

O Banco Volkswagen lança páginas no Facebook e Twitter com a campanha Novos Caminhos. Iniciativa visa a reforçar o conhecimento da marca.

Leaf

A Nissan fornece um automóvel elétrico Leaf ao Corpo de Bombeiros do Estado do Rio de Janeiro.

Elétrico i3

A Basf foi escolhida pela BMW como fornecedora de tintas para o novo modelo elétrico i3. A partir da fábrica da montadora em Leipzig, Alemanha.

Nova operação

A Volvo Bus inicia operação de remanufatura de motores no Chile. Clientes terão um ano de garantia.



AUTOMEC

IV Feira Internacional Especializada em Peças, Equipamentos e Serviços para Veículos Pesados e Comerciais.

01 A 05 DE ABRIL 2014

PAVILHÃO DE EXPOSIÇÕES ANHEMBI - SÃO PAULO

SUA PRESENÇA É TÃO FORTE QUANTO AS GRANDES MARCAS

A Automec Pesados & Comerciais é a melhor plataforma para encontrar parceiros de negócios e manter-se informado sobre as novidades, lançamentos e tendências para os próximos anos. Amplie seu networking no principal encontro do setor e garanta já sua credencial.



NOVIDADES PARA 2014

OFICINA
MODELO
AUTOMEC

Conheça na prática o funcionamento dos equipamentos mais modernos para uma oficina.

FÓRUM
AUTOMEC

Discuta sobre as oportunidades, desafios e soluções para todo o setor de autopeças e reposição. Participe!



Faça seu credenciamento no site. É rápido, fácil e gratuito.
Acesse: www.automecpesados.com.br

Patrocínio Oficial



Mercedes-Benz

Agente



SINOPÊÇAS

Co-Agido



SINDIREPA

sincopêças

ANDAP

SCAP

Participe



Participe

Organização e Promoção



Reed Exhibitions
Alcantara Machado

Certificação garante qualidade

Com o crescimento ininterrupto da indústria automobilística brasileira nos últimos anos o mercado tem passado por novos desafios e mudanças importantes. Uma delas refere-se ao Inovar-Auto que, estima-se, gerará mais de R\$ 50 bilhões em investimento no setor até 2015, incrementando, assim, os aportes já em curso em ampliação e criação de novas fábricas, no desenvolvimento de novos veículos, no aumento da eficiência energética e em maior conteúdo tecnológico nacional.

Em 2013, pela primeira vez na história, a produção superou a barreira dos 3,7 milhões de unidades e com o mercado crescendo é de fundamental importância o fortalecimento das relações de confiança dos fornecedores junto aos fabricantes de veículos, bem como com as demais organizações da cadeia de suprimentos.

Ter os processos sob controle, compreender as necessidades específicas dos clientes e promover a melhoria contínua não são mais diferenciais, e sim escolhas necessárias para se manter competitivo.

Considerando este cenário o melhor caminho a ser percorrido pelos

fornecedores é a obtenção de uma certificação apropriada ao seu sistema de gestão. Criada com o objetivo de elevar os índices de qualidade e segurança, bem como para mitigar riscos para o setor, a ISO/TS 16949 é uma especificação técnica ISO que alinha as normas existentes dos sistemas de qualidade automotiva.

A ISO/TS 16949 define as premissas fundamentais do sistema de gestão da qualidade para aqueles fornecedores que adotam o documento, de forma a garantir a redução efetiva de riscos reais de segurança em todos os processos. A norma especifica requisitos do sistema da qualidade para projeto, desenvolvimento, produção, instalação e assistência técnica de produtos relacionados à indústria automotiva.

Dentre os principais benefícios da ISO/TS 16949 está a melhoria de qualidade em produtos e serviços, a redução de tempo e custos, a transparência e a confiabilidade, a prevenção de falhas e, claro, a valorização da marca.

A indústria requer cada vez mais níveis de classe mundial para a qualidade de produto, produtividade e competitividade. E, para atingir a cada ano metas mais agressivas, a maioria dos

fabricantes de veículos vem recomendando fortemente, e em alguns casos exigindo como pré-requisito para negociações comerciais, que os fornecedores adotem as especificações técnicas estabelecidas pela ISO/TS.

Publicada em março de 1999 a ISO/TS hoje conta com pelo menos 25 mil certificados emitidos em mais de oitenta países. A norma alinha e substitui normas de sistema da qualidade automotivo americano, alemão, francês e italiano, incluindo QS-9000, VDA6.1, EAQF e ASQ. Deve ser considerada apenas para carros, caminhões, ônibus e motocicletas.

É extremamente importante que, antes de dar início ao processo de certificação, a empresa interessada avalie cuidadosamente os OCPs, Organismos Certificadores de Produtos. A certificadora deve possuir estrutura, corpo técnico e auditores qualificados, bem como estar credenciada junto aos órgãos reguladores como o Inmetro.

O certificado de ISO/TS 16949 comprova que a empresa fornecedora foi auditada e aprovada, de acordo e com os requisitos específicos, dando a ela posição acima da realidade atual do mercado.

AD

Lucas Martins | gerente de contas da TÜV Rheinland do Brasil

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

Cummins

Inovadora, sustentável e confiável

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



40 anos
de produção
no Brasil

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

Soluções Integradas Cummins. De bem com o planeta.

0800 2666467
falecom@cummins.com
www.cummins.com.br





Quando você produz
chassis de ônibus, tem
que pensar no coletivo.

Respeite os limites de velocidade.



Os chassis de ônibus urbanos e rodoviários Mercedes-Benz ajudam você a ir além. São mais resistentes para enfrentar o trânsito pesado das grandes cidades e rodovias, proporcionando rentabilidade e eficiência. Além disso, são equipados com a exclusiva tecnologia BlueTec 5, que respeita o meio ambiente e garante mais desempenho, economia e durabilidade para o motor. Tudo para quem tem estrela brilhar ainda mais.

www.mercedes-benz.com.br
CRC: 0800 970 90 90



Mercedes-Benz
A marca que todo mundo confia.

Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler.