

AutoData

Ano 22 | Julho 2014 | Edição 299

From the Top
Afrânio Chueire

Fornecedores
Ranking AutoData
Qualidade e Parceria

Polo Automotivo
Rio Grande do Sul

Roda gigante

A consolidação de modelos como o Chevrolet Onix, Hyundai HB20 e Ford New Fiesta esquentam a disputa pelos primeiros lugares no ranking dos automóveis mais vendidos no País



TRANSFORMAMOS O 1º LUGAR DO PÓDIO EM ESTACIONAMENTO.

CITROËN C3



Melhor carro da categoria. Pesquisa Os Eleitos - revista Quatro Rodas



Menor custo de reparo da categoria Compacto (2011/12/13)



0800 011 8088

CITROËN C4 PICASSO



Menor custo de reparo da categoria Minivan Média (2011/13)

CITROËN C3 PICASSO



Melhor carro do ano. Revista Motor Show



Menor custo de reparo da categoria Minivan Premium (2011/12/13)

CITROËN C4 LOUNGE



Melhor carro nacional. Revista Car Magazine

REVISTA
QUATRO
RODAS

Melhor sedan no comparativo da revista Quatro Rodas

carro



Melhor sedan no comparativo da revista Carro

Melhor sedan do Brasil. Revista Car and Driver

Respeite a sinalização de trânsito



CITROËN



24



72

20 | Capa

Fiat Palio e VW Gol ainda são insuperáveis no topo das vendas, mas deve demorar muito pouco para que suas posições sejam ameaçadas com a competição cada vez mais acirrada de quem vem de baixo

24 | Lançamento

O novo Renault Sandero chega às lojas mais barato do que a geração anterior

28 | Fornecedor

AutoData Editora cria o Ranking de Qualidade e Parceria baseado nos reconhecimentos das fabricantes de veículos. Nesta primeira edição NGK, Bosch, Magneti Marelli e Baterias Moura ocuparam os primeiros lugares

50 | Mercado

O fim da exigência de licitação para o serviço interestadual de ônibus deve destravar as vendas de chassis rodoviários

54 | Encarroçadoras

Atrás de competitividade Comil e Volare seguem para o Sudeste com fábricas sob novos conceitos, com mais automação e menos funcionários

62 | Tecnologia

As soluções elétricas ou híbridas em veículos que já são realidade no País e os desafios para adquirir escala de produção

72 | Polo gaúcho

O Rio Grande do Sul ganha destaque na cadeia automotiva com novas operações instaladas e dezenas de projetos em andamento

08 | On&Off

Notícias que mexem com o setor automotivo

12 | From the Top

Afrânio Chueire, da Volvo CE

70 | Opinião

José Carlos Secco, jornalista

72 | Gente&Negócios

O vai e vem do mercado automotivo

74 | Artigo

George Costa e Silva, Fundação Toyota do Brasil

FSC

AUTODATA

Diretoria

Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho

Assistente da Diretoria

Expedito M dos Santos

Conselho Editorial

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

Redação

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

Projeto gráfico

Romeu Bassi Neto

Arte

Romeu Bassi Neto, diagramador, Kim Pocker, estagiária

Fotografia

DR e Divulgação

Foto capa: ©iStockphoto.com/johnbloor

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 Giasdas, gestor comercial

Comercial e Publicidade

Ana Lúcia Machado, André Luiz Martins, Renata M Dias, Rosa Damiano, Carolina Zanini, sucursal de Caxias do Sul, RS, executivos de contas, Vanessa Vianna, supervisora de marketing, 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

Metas revistas

Terminamos o primeiro semestre com queda de 7,5% no mercado de veículos, índice inimaginável no final do ano passado quando montadoras e autopeças fizeram suas apostas para 2014. Desaceleração da economia, crédito e efeito Copa foram os responsáveis pelo menor número de emplacamentos na avaliação da Fenabreve, que diante de tal resultado revisou sua projeção para um decréscimo de 8% nas vendas totais deste ano.

Ainda há quem acredite em um segundo semestre melhor, mas não em nível que compense as perdas dos primeiros seis meses. E mercado em baixa significa concorrência maior. Algumas marcas ganham participação, como Renault e Hyundai, enquanto outras perdem.

E cresce a disputa pelas primeiras colocações no ranking dos modelos mais vendidos no País como mostra a matéria de capa desta edição, que destaca ainda o peso das vendas no atacado no cômputo geral dos emplacamentos. Mostramos também o novo Ranking AutoData de Qualidade e Parceria, com o reconhecimento dos cinquenta fornecedores mais premiados por montadoras e pelo mercado de reposição nos últimos três anos. Também mostramos os números crescentes do polo automotivo do Rio Grande do Sul e o lançamento do novo Renault Sandero em meio aos jogos da Copa do Mundo. Boa leitura. **AD**

Alzira Rodrigues | editora
alzira@autodata.com.br

TANQUE METÁLICO: A SOLUÇÃO DO FUTURO.

Business solutions

- image transfer
- tel training
- strategic planning

Entertainment

- films
- music
- games
- e-books



A maneira de pensar o mundo está sempre em transformação, exigindo soluções diferenciadas. A ideia que nos move é construir, com a nossa tecnologia, um futuro cada vez melhor para o nosso país e para o mundo.

A AETHRA cumprimenta a Nissan do Brasil pelo lançamento do Nissan New March, o primeiro automóvel produzido na fábrica de Resende-RJ, e lhe deseja muito sucesso.

Electronics Shopping Design
Mail Internet Maps Radio
TV Work Travel Tech
Entertainment Security
Global Music Companies
Songs Graphics Vacancy
Job Data Games People

data central



```
rollup 1 "Image Sample (entitled)" (  
  parameter 40 "ImageSampleType" 1  
  parameter 6 "Filter_in" 8  
  parameter 105 "Filter_inset" 2000000 1 40  
  parameter 7 "Filter_size" 40000  
  parameter 8 "Filter_size" 60000  
  parameter 9 "Filter_size" 80000  
  parameter 10 "Filter_size" 100000  
)
```

```
rollup 2 "Image Sample" (  
  parameter 90 "ImageSampleType" 1  
  parameter 95 "ImageSampleType" 10000  
  parameter 96 "ImageSampleType" 10000  
  parameter 97 "ImageSampleType" 10000  
  parameter 98 "ImageSampleType" 10000  
  parameter 99 "ImageSampleType" 10000  
)
```

AETHRA
SISTEMAS AUTOMOTIVOS

Tecnologia de Vanguarda



Rodas 1

A Maxion Wheels constrói fábrica de rodas de alumínio em Limeira, SP, no mesmo terreno onde atualmente produz rodas de aço Fumagalli. O cronograma indica que a linha começa a operar no segundo semestre do ano que vem. A capacidade produtiva será 800 mil unidades/ano — mas já se considera ampliá-la para 2 milhões de rodas/ano em uma segunda etapa.

Rodas 2

Valter Sales, diretor de vendas e marketing para rodas de veículos leves, diz que o investimento responde “à demanda crescente por rodas de alumínio no Brasil”. Tanto que a outra fábrica de rodas de alumínio da empresa em Santo André, SP, também está em expansão e poderá produzir 1,9 milhão de unidades já no fim deste ano, 400 mil a mais da capacidade atual.

Para fora

A Volkswagen já exporta o up! brasileiro para a Argentina. Cerca de 2 mil unidades já seguiram para o país vizinho.

Prestígio

A Tupy foi uma das dezoito empresas premiadas, a única brasileira, no Volkswagen Group Award 2014.

Fortuna

Daimler e Renault Nissan investirão € 1 bilhão na construção de fábrica no México. Lá dividirão custos para o desenvolvimento e produção de veículos premium compactos das marcas Mercedes-Benz e Infiniti. A planta será erguida em Aguascalientes, nas imediações de duas unidades da Nissan já existentes ali, e terá capacidade anual de 300 mil veículos com 5,7 mil trabalhadores. O início da produção está previsto para 2017, com modelos Infiniti. Veículos Mercedes-Benz entram em linha no ano seguinte.

Parâmetro

Números do Secex/MDIC apontam que o comércio bilateral automotivo entre o Brasil e a Argentina na prática nunca ultrapassou, nos últimos cinco anos, a barreira de um flex de 1,40 — ou seja: para cada US\$ 1 importado da Argentina de bens do setor automotivo, o Brasil conseguiu exportar no máximo US\$ 1,4. A adoção do índice flex de julho de 2012 a junho de 2013 em 1,95, portanto, foi apenas teórico. Agora o índice é de 1,5.

O primeiro com célula

A Toyota divulgou as primeiras imagens, o preço e a data de lançamento do seu primeiro veículo movido a célula de hidrogênio produzido em escala comercial. O sedã FCV estreará no Japão no primeiro semestre de 2015 por cerca de US\$ 68 mil, sem os impostos. O sedã, que pode ser reabastecido em três minutos, tem desempenho semelhante a um similar movido a gasolina e 700 quilômetros de autonomia.



Divulgação/Toyota

Não existe competitividade para exportação de veículos se não houver competitividade das autopeças.

Antônio Carlos Meduna | membro do conselho de administração do Sindipeças

Continua 1

Depois de muitas negociações, Brasil e Argentina finalmente assinaram, em junho, a prorrogação do acordo automotivo bilateral que seguirá até junho de 2015. O acordo determina índices mínimos de participação de mercado de veículos dos vizinhos nos dois lados da fronteira: de 11% de veículos argentinos no Brasil e de 44,3% de modelos brasileiros na Argentina.

Continua 2

Os termos do novo acordo automotivo estabelecem ainda a retomada do sistema flex na proporção de 1,5 — o que significa que para cada US\$ 1 importado da Argentina o Brasil pode exportar US\$ 1,5 sem incidência de impostos de importação. Todo o valor que ultrapassar essa cota será tributado em 35%.

SUVs

Importante alteração no mercado brasileiro de veículos em 2015: os SUVs deverão ser considerados veículos de passeio e não mais comerciais leves para efeito de estatísticas. Quem defende a mudança é a Anfavea, que deverá adotar o novo critério já em janeiro do ano que vem.

Off

Rusgas

O conhecido adágio “Por fora bela viola...” continua a ser bem aplicado para definir as relações entre Sindipeças e Anfavea. No entanto, para o consumo externo, tudo azul.

Pronto

A Volkswagen já tem prontas as peças necessárias para a futura produção nacional do motor EA211 1.0 três cilindros sobrealimentado com turbocompressor e também dotado de injeção direta. A montadora realizou o desenvolvimento em conjunto com diversos fornecedores locais.

Em casa

A Mercedes-Benz já chegou na prática a Iracemápolis, no Interior paulista, onde a partir de 2016 produzirá a nova geração do Classe C e o SUV GLA. A montadora iniciou operações na pequena cidade de seu novo centro de distribuição de veículos importados.

Esperança

“Sem dúvida nenhuma é um grande fator para que a indústria possa ter um segundo semestre melhor que o primeiro”, disse Luiz Moan, presidente da Anfavea sobre a manutenção do IPI reduzido para veículos até o fim do ano. “O setor está mantendo o nível geral de empregos e continuará a aplicar todos os esforços para manter o quadro de trabalhadores. O que temos praticado é abertura de PDVs, além de outras medidas como lay off e férias coletivas”, acrescentou o dirigente, evitando a associação direta de compromisso de não-demissão com a manutenção do imposto em menor nível.

Permanente 1

E o governo decidiu tornar permanente o IPI zero para caminhões e ônibus. A medida estava em vigor por tempo indeterminado e, agora, temor de que a alíquota pudesse ser retomada está definitivamente afastado. A medida vale também para outros bens de capital, como máquinas e equipamentos.

Permanente 2

Outra medida que passa a ser permanente é Reintegra, Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras. Agora funcionará de maneira distinta: a princípio será estabelecida alíquota sobre o faturamento, que poderá variar de 0,1% a 3% — para 2014, será aplicado 0,3%.

Com tudo

A Ford antecipou que pretender equipar a nova linha Ka, nas versões hatch e sedã, de controle eletrônico de estabilidade e tração, além de assistente de partida em rampa, recursos até hoje inéditos para modelos nacionais do segmento de entrada. A nova linha Ka chega ao mercado ainda no começo deste segundo semestre.

Apesar de ...

A Fiat Chrysler alcançará as metas estabelecidas para 2014 mesmo diante das dificuldades dos mercados de veículos do Brasil e da Europa, assegura o próprio CEO do grupo, Sergio Marchionne.

Dupla

Ford e Samsung SDI ensaiam parceria para desenvolvimento de frenagem regenerativa em veículos movidos por motores a combustão. A tecnologia já é adotada em modelos híbridos e poderá chegar aos veículos convencionais por meio da combinação de duas baterias — uma de íons de lítio e outra de chumbo-ácido, de 12 volts — com o objetivo de proporcionar maior economia de combustível.

Caoa-Conceito

Pé-direito triplo, projeto arquitetônico arrojado que combina no mesmo espaço árvores com totens interativos, acessórios e roupas com a grife Hyundai e até mesmo uma biblioteca. A mais nova concessionária do Grupo Caoa em São Paulo conta com elevadores para carros entre seus pisos e é apenas a terceira loja-conceito — ou flagship, como prefere chamar a empresa presidida por Antônio Maciel Neto — da marca coreana em todo o mundo.

O número

80

milhões de reais
será o investimento
da PPG em projeto
de expansão de
seu complexo
fabril de Sumaré,
SP: nova unidade
para produção de
resinas utilizadas na
fabricação de tintas
automotivas
e industriais.



Cenário bom

Seguem otimistas as perspectivas para o mercado brasileiro de caminhões e motores diesel nos próximos cinco anos na visão de Eric Tech, vice-presidente da Navistar responsável por todas as operações globais fora dos Estados Unidos — que inclui a International Caminhões e a MWM International no Brasil. “Todos os fundamentos indicam que serão anos de crescimento”, disse em visita ao Brasil.

Pensar no frotista e pensar no passageiro.
Isso sim é pensar no coletivo.

Ônibus Mercedes-Benz. Pensando no coletivo.



Respeite os limites de velocidade.



Contribuir para uma boa mobilidade urbana significa melhorar a qualidade de vida de toda a população. É por isso que a Mercedes-Benz, líder no segmento de ônibus, oferece uma linha completa de chassis confortáveis e seguros. Além disso, oferece o melhor desempenho com economia de combustível, o que significa maior rentabilidade. Tudo porque a gente trabalha pensando no coletivo.

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



Mercedes-Benz

A marca que todo mundo confia.

Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler



From the Top

Tem que fazer!

Entrevista a Décio Costa, George Guimarães e S Stéfani | redacaoad@autodata.com.br
Fotos | Paulo Bareta

Afrânio Chueire assumiu a operação da Volvo Construction Equipaments na América Latina no fim de 2012, doze anos depois de ingressar na diretoria financeira da empresa. Em pouco mais de um ano e meio tem encaminhado o processo de diversificação de portfólio de produtos que saem da fábrica de Pederneiras, SP, e hoje, fruto desse processo, uma das poucas plantas do grupo a fabri-

car pelo menos um produto de cada linha que a VCE dispõe no mundo. Chueire estima um mercado brasileiro, que cresceu quase oito vezes em pouco mais de uma década, com algum recuo este ano, mas ainda assim em patamar elevado. Otimista, entende que muitos projetos de infraestrutura ainda sairão do papel, independentemente de quem assumir o governo em 2015. E por uma simples razão:

“Essa pressão pública por qualidade na estrutura viária, na hospitalar, no sistema de ensino, resultará em medidas que virão ao encontro desses anseios. Há uma agenda positiva a ser trabalhada”. O Grupo Volvo, diz o engenheiro civil, vê o Brasil destinado a ser um dos principais – “e já é” – players do mundo no setor de máquinas. “Não importa quem esteja em Brasília, o que o Brasil precisa terá de ser feito”.

O mercado brasileiro de equipamentos de construção era em torno de 4 mil unidades há dez anos. Hoje está por volta de 30 mil.

O Brasil, do ponto de vista dos negócios de máquinas de construção, está mais tranquilo do que a indústria gostaria?

Há um pouco de conturbação e incertezas que faz com que vivamos um clima de pessimismo, o que atrapalha o planejamento. Entretanto não podemos esquecer de que já passamos por momentos mais complicados anos atrás. Acho que falta certa dose de assertividade, de olhar também para o que existe de positivo no mercado.

Até bem pouco tempo atrás as expectativas eram otimistas devido à Copa do Mundo. Houve de fato um efeito positivo desse evento nos negócios?

Sem dúvida. Não só a Copa do Mundo, mas também as obras do PAC 1 e 2, ainda que muitos projetos não aconteceram conforme o previsto. A realidade, entretanto, é que muita coisa boa aconteceu. O mercado brasileiro de equipamentos

de construção era em torno de 4 mil unidades há dez, doze anos. Hoje está por volta de 30 mil unidades. Na América Latina aconteceu o mesmo: nesse período passou de 7 mil unidades para 50 mil em 2013.

Qual é a perspectiva para este ano?

Existe um consenso de que o mercado não será do mesmo tamanho do ano passado. Se olharmos os números da Abimaq até abril temos um mercado maior, de 5%. Entretanto é difícil projetar: ainda há entregas para o MDA, o Ministério do Desenvolvimento Agrário.

As encomendas do MDA respondem por quanto no mercado?

Do fim de 2012 até agora o MDA foi o maior comprador de equipamentos de construção do mundo. Só no ano passado respondeu por mais de 20% das vendas. Este ano será menos. Sem o MDA a queda do mercado é de 6% a 8%. Ainda assim estamos falando

de um mercado bastante interessante, por volta de 29 mil unidades.

Os investimentos em infraestrutura no País animam?

A concessão de rodovias não saiu na velocidade esperada. Sabemos da confusão para definir o modelo, a taxa de retorno e até a revisão do governo. Em algumas concessões anteriores, as empresas vencedoras tiveram de dar outra solução ao projeto devido à taxa de retorno colocada pelo governo inicialmente. Não adianta entrar para ganhar e depois não conseguir executar o projeto conforme o previsto. Cinco concessões saíram até o fim do ano passado e deve sair mais uma este ano. O Brasil investe por volta de 2% do PIB em infraestrutura. Deveríamos estar rodando a 4%, 5%. Há, portanto, um déficit.

Então, apesar do ano não ser tão bom, a perspectiva para as máquinas é positiva?

O mercado, como disse, deve ser um pouco menor, mas seguirá em patamar elevado. A VCE particularmente está alcançando os objetivos que definiu. E é preciso considerar que o mercado está muito mais competitivo agora.

O senhor se refere à chegada de novos concorrentes?

Não só. De 2004 a 2008 as vendas cresceram a razão de mais de 10% ao ano. Nesse período muitos fabricantes globais vieram para o Brasil via



De 2012 até agora o MDA foi o maior comprador de equipamentos de construção do mundo. Só no ano passado respondeu por mais de 20% das vendas. Sem o MDA a queda do mercado é de 6% a 8%.



Para fazer toda essa tecnologia funcionar, só mesmo uma bateria Moura.

Baterias Moura. Entre as 4 melhores empresas fornecedoras do setor automotivo no Brasil, segundo a Revista AutoData, no ranking AutoData de Qualidade e Parceria 2014.

VÁ POR QUEM ENTENDE
moura é moura

From the Top

importação e depois com fábricas. Com a crise de 2009 o mercado mundial caiu, mas o brasileiro voltou rapidamente. O País então se tornou alvo das fabricantes e, portanto, um mercado mais competitivo, o que é bom para os clientes e para a economia. A VCE também aproveitou essa oportunidade e trouxe a marca SDLG.

É possível atuar no País apenas como importador de máquinas?

Difícil. Não adianta ser marca global e não oferecer rede de suporte. E as que oferecem isso são poucas ainda. E nos últimos anos o imposto de importação para alguns produtos pulou de 14% para 35%. Por isso a estratégia de fabricar no Brasil, por exemplo, também escavadeiras SDLG.

Para alguns produtos é importante ter produção local.

Quanto representa o Brasil no mercado mundial de máquinas?

Dentre os emergentes o Brasil é o terceiro mercado, depois de China e Rússia. A América Latina representa 11% no negócio da VCE e só o Brasil, em torno de 7%. O maior mercado de equipamento de construção mundial é o chinês: já foi 50% do total e hoje responde por 40%. Ao se considerar por continente, a Ásia é o maior mercado, seguido pela Europa, América do Norte e, depois, América do Sul.

A VCE abastece a América Latina a partir do Brasil. Tem preços competitivos para isso?

Dentre os emergentes o Brasil é o terceiro mercado, depois da China e Rússia. A América Latina representa 11% no negócio da VCE e só o Brasil em torno de 7%.



O fornecimento aos mercados da América Latina é de responsabilidade tanto da fábrica de Pederneiras, SP, quanto de outras unidades, como a da Coreia, Estados Unidos, Suécia, França e Alemanha. Dependendo do produto, do quadro econômico e da logística, define-se a unidade provedora. Alguns produtos produzidos aqui têm equivalentes de outras plantas, mas há a equação custo de se produzir no Brasil versus as vantagens de se produzir no Brasil. Hoje essa conta é favorável para a produção local, embora governo e empresários tenham sobre a mesa a preocupação da redução de custos, seja por meio da logística ou por encargos sociais menores.

Mas qual fábrica da VCE é mais eficiente em termos de custos?

Custo contra custo não somos mais eficientes do que as fábricas coreana, europeia ou dos Estados Unidos. É um fato.

Então quem fornece máquinas para o Chile, por exemplo?

O Brasil. Mesmo que não tenhamos custos menores, há aspectos que compensam. Um fator importante é o frete, absolutamente relevante no caso de produtos grandes e pesados. Todos os produtos que fabricamos em Pederneiras são vendidos na América Latina e alguns seguem para outros continentes. A estratégia do grupo é definida em cima de uma estrutura industrial e o que cada uma dessas fábricas oferece em

“Nossa produtividade não é a que deveria ser e ainda assim conseguimos competir. Imagine se melhorarmos alguns parâmetros.”

termos de produtos, competitividade — qualidade é a mesma em todas. Por isso temos de olhar com muito realismo essas discussões que estão acontecendo com o governo e ter a consciência de que nossa produtividade não é a que deveria ser e ainda assim conseguimos competir. Imagine se melhorarmos alguns parâmetros!? Temos condições de ser mais competitivos do que hoje. O País precisa, sim, ter algumas ações estratégicas de longo prazo.

O Brasil ainda é um País pouco pavimentado e deve proporcionar muita oportunidade para equipamentos desse gênero...

Sim, tanto que lançamos recentemente dois equipamentos para a construção de rodovias. O Brasil é muito pouco pavimentado e acreditamos nesse mercado! Isso nos dá bastante otimismo para trabalhar. É um setor que efetivamente precisa de melhores tecnologias e métodos.

Como se deu o plano de investimento da companhia ao longo dos últimos anos aqui?

A VCE há alguns anos encaminha movimentos para se tornar um dos principais players do mercado. Foi feito um trabalho muito grande de desenvolvimento e ampliação do negócio e do portfólio de produtos. Começamos a fabricar escavadeiras, caminhões articulados — segmento no que lideramos com 50% de participação no ano passado —, rolos compactadores, já olhando o

O Brasil tem como destino ser um dos principais players do mundo e já é. Independente de quem esteja em Brasília, o que o País precisa terá de ser feito.

mercado de construção de estradas, minicarregadeiras. E tem que ter a peça disponível para tudo isso, pós-venda, assistência técnica, oferecer um bom serviço de garantia. A nossa rede de distribuição é basicamente a mesma em treze anos, experiente portanto.

A recente compra mundial da Terex muda alguma coisa aqui ?

Não, por enquanto não. A marca Terex continuará por cinco anos. A aquisição envolveu uma fábrica na Escócia e uma operação pequena nos Estados Unidos e na China também. Na América Latina a Terex já está presente com algumas unidades. O negócio foi fechado agora e a incorporação será paulatina.

É evidente e natural a dependência do setor de máquinas de políticas públicas. Estamos no meio de um ano eleitoral. Como planejar o budget de 2015?

O Brasil não vai parar por isso. Projetos que estão em andamento não serão interrompidos e alguns que estão previstos sairão do papel, é uma questão de tempo. Talvez estejamos vivendo um momento um pouco diferente, com algumas leituras pessimistas. Seja qual for o resultado da eleição — oposição ou o atual governo vencendo — existe o consenso de que medidas de ajustes para economia serão implantadas. Essa pressão pública por qualidade na estrutura viária, na hospitalar, no sistema de ensino, resultará em medidas que virão ao encontro desses

anseios. Há uma agenda positiva a ser trabalhada. O Grupo Volvo olha o Brasil com bastante interesse e não no curto prazo. O Brasil tem como destino ser um dos principais players do mundo e já é. Independentemente de quem esteja em Brasília, o que o País precisa terá de ser feito.

Há planos para novos investimentos?

Não podemos adiantar nada, mas sempre existem projetos para novos produtos. Investimentos em Pederneiras faz parte da nossa pauta também, tanto em tecnologia e, dependendo da leitura que fazemos do mercado, até mesmo em capacidade de produção. Claro que para isso não olhamos apenas o mercado brasileiro. Pederneiras é uma das poucas, se não a única fábrica do grupo que produz pelo menos um produto por linha, além de fornecer componentes.

Qual é a capacidade anual de Pederneiras?

De 3 mil a 3,5 mil unidades em todas as linhas, é uma produção bastante ajustada à nossa demanda. Esse é um aspecto importante: o cuidado que se tem que ter com o planejamento da capacidade em período de pico de demanda, porque em algum momento ela se ajusta. E precisamos acompanhar o quadro dos mercados europeus, asiáticos e dos Estados Unidos, além do latino-americano. De novo: Pederneiras fornece para todo o mundo.

AD

Nossa maior premiação é
a conquista da satisfação e confiança
de nossos clientes e consumidores.



NGK - 1ª Colocação no Ranking **AutoData** de Qualidade e Parceria 2014

OBRIGADO

Faça Revisões em seu Veículo regularmente.



Obter a primeira posição neste
exclusivo ranking profissional
enobrece o nosso esforço
diário na satisfação de nossos
clientes e consumidores.



www.ngkntk.com.br

Dança dos modelos

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br



Quem na infância, alguma vez, não participou da brincadeira da dança das cadeiras? Quanto mais crianças, maior o desafio, maior a diversão. Para ganhar é preciso agilidade, destreza, estar no lugar certo na hora certa. É o que acontece hoje no mercado brasileiro de automóveis. Novos protagonistas, modelos mais fortes e uma disputa bem mais acirrada que no passado recente.

Vários componentes tornam essa brincadeira automotiva mais competitiva. Fiat Mille e VW Gol Geração 4 saíram de cena, ganharam força modelos como Hyundai HB20, Chevrolet Onix e Ford New Fiesta. E novos compactos estão chegando, como o Nissan March brasileiro, já na rede, e o novo Ka, programado para este segundo semestre. Mais cadeiras na roda, maior a disputa.

A briga hoje é apertada até mesmo na faixa dos cinco primeiros do topo, o que era incomum há bem pouco tempo. E a disputa é ainda mais acirrada se forem consideradas exclusivamente

os negócios no varejo. Pelo balanço do semestre, o Gol, líder no ranking total e também em vendas diretas, é o quarto no varejo, perdendo para Palio, Onix e HB20. Até maio o modelo da Hyundai estava em quarto no varejo. Desbancou o Gol no acumulado do semestre, assumindo a terceira posição.

Como diz o gerente-geral de marketing da Ford Brasil, Oswaldo Ramos, a disputa acirrou-se não apenas pelo maior número de marcas e de versões, mas principalmente pelo fato de hoje haver produtos mais fortes, mais adequados ao que o consumidor brasileiro anseia.

“O consumidor não quer mais carro de R\$ 23 mil 990. Produtos mais baratos têm espaço basicamente nas vendas diretas. No varejo o que vemos é um novo consumidor, que prefere pagar mais para ter mais tecnologia, conforto e segurança, mesmo que a escolha recaia sobre um compacto.”

Um raciocínio que vale para a própria Ford. “No ranking da Fenabrave

Com maior variedade de produtos acirra-se a briga no ranking dos dez mais, com as vendas diretas tendo forte peso no balanço geral



são somados modelos de gerações diferentes, caso do New Fiesta e o Fiesta Rocam. Mas os públicos são bem diferentes. O New Fiesta é carro de varejo, o mais vendido acima de 1.0, com 30,9 mil unidades comercializadas de janeiro a maio. Já o Fiesta Rocam é o nosso carro-chefe para grandes frotistas e locadoras e somou, no período, 23,2 mil unidades. No balanço semestral da Fenabreve o Fiesta aparece como o quarto mais vendido no total de automóveis emplacados, com 64,8 mil unidades, volume próximo ao do Onix, o terceiro colocado, com 67 mil.

VAI E VEM — Mais do que mensal a disputa pelos primeiros lugares tem sido quase que diária. Levantamentos parciais feitos pela Agência Autodata, como o referente às três primeiras semanas de junho, mostravam, por exemplo, o Palio abrindo distância em relação ao Gol, que no acumulado até maio mantinha-se no topo de ranking.

Ao final o Palio consolidou sua posição de líder no mês, mas o Gol ficou na frente no balanço do semestre. Os primeiros colocados em junho foram, Palio, Gol, Onix, Fiesta e HB20. Comparando o ranking do mês passado com o que prevaleceu em 2010, apenas Gol e Palio mantiveram-se no rol dos cinco mais vendidos. Naquele ano o modelo da Volkswagen foi líder e o da Fiat terminou em quinto. O Mille/Uno foi vice e na sequência vieram dois modelos da GM: Celta e Classic/Corsa Sedan.

O Uno hoje é quinto e o Chevrolet Celta baixou para a 15ª posição no

Mercado interno de automóveis

Primeiro Semestre

Vendas varejo		
1	Fiat Palio	60,4 mil
2	GM/Onix	59,9 mil
3	Hyundai HB20	52,6 mil
4	VW Gol	51,0 mil
5	Ford Fiesta	50,5 mil
6	Fiat Siena	42,9 mil
7	VW Fox/Crossfox	39,0 mil
8	GM Prisma	33,8 mil
9	Fiat Uno	33,4 mil
10	Renault Sandero	31,9 mil

Vendas diretas		
1	VW Gol	42,6 mil
2	Fiat Uno	27,6 mil
3	Fiat Palio	22,2 mil
4	VW Voyage	19,5 mil
5	Renault Sandero	14,9 mil
6	Ford Fiesta	14,3 mil
7	Fiat Siena	11,9 mil
8	VW Fox/Crossfox	11,4 mil
9	GM Celta	8,9 mil
10	GM Onix	8,0 mil

Vendas totais		
1	VW Gol	93,6 mil
2	Fiat Palio	82,5 mil
3	GM/Onix	67,0 mil
4	Ford Fiesta	64,8 mil
5	Fiat Uno	61,0 mil
6	Hyundai HB20	55,7 mil
7	Fiat Siena	54,9 mil
8	VW Fox/Crossfox	46,9 mil
9	Renault Sandero	46,9 mil
10	GM Prisma	39,2 mil

ranking de automóveis mais emplacados. O Corsa saiu de linha e o Classic está em 17º lugar.

De acordo com levantamento da Fenabreve, na lista dos dez mais vendidos no primeiro semestre do ano a Fiat tem três modelos — Palio, Uno e Siena, enquanto Volkswagen tem dois, respectivamente Gol e Fox/Crossfox, assim como a GM, com Onix e Prisma. Ford, Hyundai e Renault têm um modelo cada uma — respectivamente Fiesta, HB20 e Sandero.

Sem o Mille para concorrer na faixa de entrada e sem nenhuma grande novidade para o ano, a Fiat decidiu reduzir o preço do Palio para apresentá-lo como o carro mais barato do mercado brasileiro. Como avalia Lélío Ramos, diretor comercial da montadora, uma estratégia que deu certo: “Mantivemos nossa liderança e nossa diferença para o segundo colocado no acumulado dos primeiro cinco meses ficou em 55 mil unidades. Nunca foi tão grande”, comemora o diretor da Fiat.

VAI MELHORAR — Considerando que tirou o velho Ka do mercado e só lança o novo no segundo semestre, a Ford também vive momento favorável no mercado brasileiro. Foi a que menos queda de venda teve na faixa das quatro primeiras do ranking de automóveis e comerciais leves, emplacando 3,8% a menos de unidades no período de janeiro a maio. O índice é inferior ao decréscimo médio do mercado, de 5,2%, o que lhe garantiu ganho de participação.

De acordo com o gerente -geral de

“Palio, Onix e HB20 ganham do Gol no varejo. Mas no cômputo total o modelo da Volkswagen se mantém na liderança.”

Marketing da Ford, o Ka atravessa fase de transição: “Foi planejado para ser o nosso carro de grande volume, vem para brigar na ponta, com certeza no ranking dos dez mais. Antes do Salão do Automóvel já vai ter emplacamento e com ele deveremos ampliar mais nosso market share”.

O novo Ka será maior que o anterior e mais completo em sua versão de entrada. O consumidor, segundo Ramos, não quer mais carro sem equipamentos como ar-condicionado, direção hidráulica e trava elétrica:

“Esse tipo de veículo não vende mais no varejo, restringe-se às vendas diretas. No varejo o consumidor quer itens de conforto e segurança. São carros na faixa de R\$ 35 mil a R\$ 40 mil. Esses são os vencedores do varejo. Modelos de quatro portas com mais tecnologia e mais segurança”.

O gerente de marketing da Ford diz que esta foi a leitura de mercado feita quando começou o projeto novo Ka e este é exatamente o mercado atual. “Até nos surpreendeu positivamente. Deu mais certo que o planejado. A mudança no perfil de consumo se deu de forma forte e marcante, tanto é que o HB20 é um sucesso e tirou vendas da Fiat e da Volkswagen.”

O perfil de maior demanda pelos compactos com motor 1.0 se mantém, principalmente por conta do IPI menor. Mas o conceito, segundo Ramos, é outro. O consumidor não abre mais mão da tecnologia.

O fato de o Ka ter sido o último modelo a ser renovado na linha Ford faz parte de planejamento estratégico

que contemplava o início da mudança pelos produtos mais caros. “Foi tudo planejado. Começamos pelos veículos líderes em seus segmentos, como o Fusion e o Focus hatch. Isso não quer dizer que queremos ser uma marca elitista. Foi apenas uma opção de renovar de cima para baixo.”

Enquadrado no segmento de comerciais leves — o que deve mudar a partir do ano que vem a partir de sugestão da Anfavea — o EcoSport garante à Ford a liderança nos carros acima de R\$ 50 mil. “Estamos com participação de 40% no segmento do EcoSport, dentro do planejado. A concorrência é maior, em mais produtos. Em função disso nossa participação caiu mas não o volume. O segmento cresceu e nós continuamos na liderança.”

VENDAS POR MARCA — Só três marcas dentre as dez primeiras conseguiram ampliar vendas no acumulado do ano: Renault, Hyundai e Toyota que, consequentemente, ganharam participação. Considerando o segmento de automóveis e comerciais leves, a GM fechou o semestre como vice-líder, com 17,64% de participação, seguida de perto pela Volkswagen, com 17,61%. Fiat se mantém em primeiro, com 21,6% de market share.

Na sequência vêm Ford, com 9,04%, Renault, com 6,96%, e Hyundai, 6,89%. Toyota, Honda, Nissan e Citroën completam o quadro das dez primeiras, com, respectivamente, 5,32%, 3,89% e 1,96% e 1,88%, conforme dados da Fenabreve relativos ao primeiro semestre.

AD



**VOLVO HÍBRIDO. PRODUTIVIDADE
COM MENOS IMPACTO AMBIENTAL.**

**PRATIQUE A
MATEMÁTICA
VOLVO**

Velocidade e álcool: combinação fatal.



Pense em um veículo com tecnologia inteligente que, em pleno funcionamento, muda sozinho sua fonte de energia. Você deve ter pensado no Volvo Híbrido, que utiliza diesel e eletricidade, o que subtrai 35% do consumo de combustível e 50% da emissão de poluentes, além de ser mais silencioso nas arrancadas.



@bus

FAÇA AS CONTAS. UM VOLVO SOMA PRODUTIVIDADE AO SEU NEGÓCIO.

ÔNIBUS VOLVO. QUALIDADE DE VIDA NO TRANSPORTE

www.volvo.com.br/onibus





Divulgação/Renault

Pague menos por mais

Em sentido oposto ao praticado tradicionalmente no mercado, Renault baixa o preço da nova geração do Sandero, que vem mais equipada

André Barros, de Florianópolis, SC | andreb@autodata.com.br

Nova plataforma, suspensão, chassi, sistemas elétricos — de direção e de freio — bancos, painel e itens do interior. Versões com catálogos mais equipados: a de entrada traz direção hidráulica de série. A nova geração do Renault Sandero, carro-chefe de vendas da montadora no Brasil, chega ao mercado oferecendo mais por — acredite! — menor preço.

Ao contrário do praticado tradicionalmente pelas empresas, a Renault baixou o preço da nova geração de um automóvel sem tirar itens dos catálogos. Fez o oposto: adicionou. A versão Authentique com motor 1 litro, que ganhou a direção elétrica, ficou R\$ 660 mais barata comparada à geração anterior. A mais vendida da gama, Expression 1,6 litro, ganhou ar-condicionado automático e ficou R\$ 2 mil mais em conta.

Olivier Murguet, presidente da Re-

nault do Brasil, diz que a redução nos preços foi alcançada graças ao constante esforço em reduzir os custos de produção da fábrica de São José dos Pinhais, no Paraná. O executivo resume o pensamento da montadora: “Quanto o cliente está disposto a pagar sem abrir mão dos equipamentos? A partir dessa máxima estipulamos qual valor podemos cobrar”.

No disputado segmento no qual atua o Sandero qualquer redução de preço poderá resultar bom incremento de vendas. Ainda mais com adição de equipamentos. “O brasileiro quase não compra mais carros sem itens”, diz Bruno Hohmann, diretor de marketing da montadora. “E o consumidor do Sandero é aquele que faz contas no fim do mês”.

O modelo compete na segmento hatch B, onde se concentra 53% das vendas, segundo estudo da Renault. Na fatia, 25% são modelos de entrada, menores, e o restante os chamados standard, como o Sandero. A empresa aponta seus principais concorrentes: Chevrolet Onix, Hyundai HB20 e VW Fox — deixou de fora VW Gol e Fiat Palio por conta de seu desempenho no varejo: segundo Hohmann os dois modelos têm volumes de licenciamentos altos devido as vendas diretas. O objetivo é superar ao menos um deles e ficar dentro os três mais vendidos.

O salto poderá ser maior, entretanto. “Quando lançamos a nova geração do Logan, as vendas dobraram”, lembra Murguet.

O volume de vendas do Sandero é maior, mas a fábrica está pronta para

atender a eventual demanda dobrada, segundo o presidente.

SETE ANOS — Desde seu lançamento, em 2007, até o fim do primeiro semestre deste ano foram vendidos 500 mil Sandero, segundo as contas da Renault. O modelo é responsável por cerca de 40% das vendas da marca e seu volume cresce ano após ano. Para a nova geração foram acrescentados itens comuns apenas em modelos de degraus mais altos dos portfólios, como sensor de estacionamento, câmera de ré e piloto automático — todos opcionais, assim como o Media NAV, sistema de navegação já presente no Duster e Logan.

A Renault garante que cerca de 80% dos componentes mudaram de uma geração para a outra. O motor 1 litro 16V, que alcança até 80 cv quando abaste-

cido com etanol, tem 76 componentes novos — mas manteve o tanquinho extra para partida a frio.

“Ganhamos a classificação A do Inmetro”, comemorou Hohmann, citando a avaliação do Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular. O motor de 1,6 litro 8V da antiga geração foi mantido. “Mas traremos dentro de um mês novo câmbio automatizado com seis marchas para completar o catálogo.”

A Renault simplificou o portfólio do Sandero. Para o motor 1 litro existem apenas a Authentique, de entrada, e Expression, que traz rádio MP3 com USB e bluetooth, trio elétrico e outros diferenciais por R\$ 35 mil. Na motorização 1.6 a Expression, com os mesmos itens, sai por R\$ 38,6 mil, enquanto a topo de linha Dynamique, é oferecida por R\$ 42,4 mil. **AD**



No interior, painel renovado, novos materiais e destaque para o sistema de navegação MediaNAV



Respeite os limites de velocidade.

Operação FINAME PSI, taxa fixa de 0,49% ao mês = 6,0% ao ano, para planos de até 72 meses e 3 ou 6 meses de carência. Entrada de 10% para micro, pequena e média Empresa com faturamento anual inferior a R\$ 90 milhões e entrada de 20% para média-grande e grande empresa com faturamento anual superior a R\$ 90 milhões. Operação BNDES Finame na Sistemática

O NOSSO NEGÓCIO É **AJUDAR O SEU.**

OFERTAS IMPERDÍVEIS PARA O CARGO EXTRAPESADO. **APROVEITE!**



CARGO

2842

0,49%
Taxa a.m.

10%
de entrada

72
meses

FINAME

Motor 10.3L com 420cv
Transmissão automatizada de série
Freio motor Turbo Brake
Controle eletrônico de estabilidade
Controle de tração



0800-700 FORD
3 673

11 4174 3925



Convencional. As condições estão sujeitas a alteração por parte da autoridade monetária, BACEN e BNDES. Promoção válida em todo o território nacional, para a linha Cargo, zero km, até 31/7/2014 ou enquanto durarem os estoques. As condições financeiras estão sujeitas a análise e aprovação de crédito pela financeira. Contrato de FINAME operacionalizado pelo Banco Bradesco S/A.

Os cinquenta fornecedores do País mais premiados nos últimos três anos compõem o Ranking de Qualidade e Parceria criado pela AutoData Editora, que reúne em um único reconhecimento os que mais se destacaram no relacionamento com as montadoras e com o mercado de reposição no período.

A cerimônia de divulgação dos cinquenta melhores classificados no novo ranking reuniu mais de cem pessoas na tarde do dia 16 de junho no Millennium Centro de Convenções, na Zona Sul da Capital paulista.

As dez empresas mais bem classificadas — dentre as quais duas de capital nacional — receberam placas alusivas, enquanto as demais quarenta foram agraciadas com certificado.

As quatro primeiras colocadas — NGK, Bosch, Magneti Marelli e Moura — automaticamente concorrerão à uma nova categoria do tradicional Prêmio AutoData e, por isso, merecem nesta edição espaço exclusivo sobre suas realizações e seu desempenho no País. Completam a lista dos dez mais Schaeffler, Pirelli, Grupo Continental, Aisin, Sumidenso e Aethra.

O Ranking AutoData de Qualidade e Parceria leva em conta os prêmios concedidos pelas principais fabricantes de veículos do País, assim como o Prêmio AutoData e as premiações concedidas pelo Sindirepa, Sindicato da Indústria de Reparação, que refletem o desempenho dos fornecedores no mercado de reposição.

O objetivo principal deste ranking é divulgar e tornar público, todos os

Qualidade e Parceria

Novo ranking da AutoData Editora revela os cinquenta fornecedores brasileiros mais premiados nos últimos três anos

Redação AutoData | redacaoad@autodata.com.br

anos, quais são, pela ordem de importância, as cinquenta principais empresas fornecedoras do setor automotivo brasileiro em termos de qualidade e parceria na opinião das montadoras e dos que atuam no aftermarket, funcionando como autêntico termômetro de como evoluem seu trabalho e sua imagem no País.

Para chegar ao Ranking a AutoData

categorias e, por fim, certificados ou menções, com uma pontuação muito parecida à da Fórmula 1. Os prêmios do Sindirepa, por serem os únicos que refletem o desempenho no mercado de reposição, tiveram notas diferenciadas, assim como o Prêmio AutoData, considerado especial.

REAÇÃO – Os fornecedores reconhe-

dos em desenvolver novas soluções, que vão ao encontro das necessidades de nossos clientes e visam sempre superar suas expectativas. Essa é uma constante em nossa empresa, partilhada por todos os nossos colaboradores. Temos recebido muitas premiações de nossos clientes e entidades, justamente devido a este foco”.

A estratégia de manter grande par-



Os dez primeiros colocados

Editora atribui notas diferenciadas aos diversos patamares de prêmios ofertados no setor ao longo do período de 2012 a 2014, intervalo de tempo considerado ideal para este tipo de análise. A atribuição das notas obedeceu a uma ordem lógica de importância.

Dessa forma foram levados em consideração primeiro os títulos de caráter mundial, depois os de empresa do ano,

cidos neste novo ranking comemoraram a nova premiação. O vice-presidente sênior de desenvolvimento, negócios e contas da área automotiva da Schaeffler para a América do Sul, Milton Vendramine, disse que o reconhecimento da AutoData confirma que a empresa está no caminho certo:

“E ficamos motivados a continuar nesta direção. Estamos sempre foca-

tação nas fabricantes de veículos e a atenção contínua em acompanhar os avanços tecnológicos do setor fazem com que a Pirelli evolua como empresa, acredita Roberto Fernando Ruopolo, diretor de equipamento original da companhia.

“É um resultado de um desafio permanente em buscar integração perfeita com todas as áreas da organização,

Fornecedores

da logística ao produto. Os reconhecimentos não são objetivos, mas uma consequência do nosso trabalho.”

Para o diretor de vendas do Grupo Continental, Manoel Mota, os prêmios conquistados na área automotiva são um reconhecimento da performance da companhia ao longo de um ano e constituem-se em um importante atestado de qualidade do fornecedor.

O executivo destaca, porém, que a

Continental não trabalha pontualmente o critério de qualidade: “É uma cultura da empresa que abrange todas as áreas, passando pela produção, gestão e serviços”.

Segundo Castro, antes mesmo da implantação do Inovar-Auto a empresa já vinha trabalhando no sentido de nacionalizar ao máximo a sua produção no Brasil:

“O nosso planejamento estratégico

é estar onde o cliente está e com conteúdo local”.

Apesar da retração do mercado automotivo no primeiro semestre do ano, o Grupo Continental tem conseguido neutralizar a queda em alguns segmentos a partir da conquista de novos negócios, principalmente junto aos newcomers, e também de fornecimento para novas plataformas que estão chegando ao País.

Empresa	Pontos	AutoData	Sindirepa	General Motors	Fiat	Ford
NGK	72	0	8	4	42	0
Bosch	68	16	38	0	0	4
Magneti Marelli	68	4	52	4	4	0
Moura	58	12	24	0	2	16
Schaeffler	56	8	24	12	0	0
Pirelli	54	0	16	0	16	0
Grupo Continental	52	24	6	4	4	2
Aisin	50	0	0	32	0	0
Sumidenso	48	0	0	0	36	0
Aethra	46	32	0	0	14	0
Takata	44	0	0	4	2	4
TRW	42	0	34	4	0	0
Dayco	40	0	24	0	0	16
Maxion Wells	40	0	0	4	10	2
Delphi	38	8	18	6	0	2
Mahle	38	0	26	0	4	0
MWM International	38	36	2	0	0	0
Magna	36	4	0	2	4	22
Johnson Controls	34	0	12	0	4	2
ZF	32	4	4	4	4	8
Usiminas	30	0	0	0	0	0
Basf	28	0	0	0	4	2
SKF	28	0	18	4	6	0
Valeo	28	0	6	0	0	2
Denso	26	0	12	4	0	2

As quatro primeiras colocadas do Ranking de Qualidade e Parceira automaticamente concorrerão em uma nova categoria do tradicional Prêmio AutoData

Oitava colocada no Ranking AutoData de Qualidade e Parceira a Aisin do Brasil avalia que a conquista de prêmios de reconhecimento do seu trabalho pelos clientes reflete a postura da companhia de colocar a qualidade em primeiro lugar. Atendendo atualmente Toyota, Honda e General Motors, a empresa tem planos de fornecer para todas as marcas que têm operações produtivas no Brasil.

PSA	Honda	Toyota	Mercedes-Benz	Volkswagen	Renault	Agrale	Hyundai
0	6	10	2	0	0	0	0
0	0	2	0	8	0	0	0
0	0	0	4	0	0	0	0
0	0	0	4	0	0	0	0
0	2	0	10	0	0	0	0
4	12	4	2	0	0	0	0
0	4	4	0	4	0	0	0
0	8	8	2	0	0	0	0
0	2	10	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	4	0	6	20	4	0	0
0	2	2	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	12	12	0	0	0	0	0
0	0	4	0	0	0	0	0
4	0	2	2	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	4	0	0	0
8	0	6	2	0	0	0	0
0	0	0	8	0	0	0	0
4	4	0	2	20	0	0	0
0	12	4	2	0	0	0	4
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	4	0	16	0	0
4	4	0	0	0	0	0	0

Fornecedores

De acordo com a executiva assistente da Aisin do Brasil, Viviane Uyezu Veiga, há negociações em andamento com novos clientes. A empresa não descarta investimento em expansão de capacidade produtiva e também em pesquisa e desenvolvimento para fornecimento de novos produtos. Seu índice de nacionalização hoje está em torno de 60% e a empresa trabalha para ampliá-lo no futuro.

BRASILEIRA – Também a Aethra, empresa de capital nacional com sede em Minas Gerais, tem ampliado seu portfólio e investido em novos negócios, como a aquisição da Usiminas, para conquistar novos clientes por aqui. Para Alessandro Bagni, diretor comercial adjunto, a inclusão da Aethra no ranking dos dez fornecedores mais premiados nos últimos anos reforça a certeza de que a empresa está no cami-

nho certo: “Enxergamos esse reconhecimento da AutoData e a conquista de vários prêmios concedidos por nossos clientes como consequência dos investimentos em inovação, qualidade e produtividade. Temos competência para desenvolver produtos desde o projeto até a linha final de produção”.

De acordo com Bagni, a Aethra tem uma unidade de negócios de engenharia, criada há cerca de dois anos e meio,

Empresa	Pontos	AutoData	Sindirepa	General Motors	Fiat	Ford
Rassini	26	0	8	0	0	4
Cummins	24	12	0	0	0	0
FBA	24	0	0	24	0	0
Fram	24	0	24	0	0	0
PPG	24	4	18	0	0	2
Sabó	24	0	24	0	0	0
Goodyear	22	0	14	0	0	0
Maxion Componentes	22	0	0	0	2	16
Michelin	22	12	6	0	0	0
Veloce	22	4	0	18	0	0
Yazaki	22	0	0	0	4	0
Cisa	20	0	0	20	0	0
Tyco	20	0	0	8	0	0
Umicore	20	0	0	0	4	16
Voith	20	0	0	0	0	20
3M	18	0	0	4	8	0
Ceva	18	16	0	2	0	0
CSN	18	0	0	16	2	0
Diehle Metall	18	0	0	0	0	18
Man+Humell	18	0	12	0	0	0
Monroe	18	0	18	0	0	0
Keko	16	8	0	8	0	0
Arcelor Mittal	16	0	0	0	4	4
PST	16	0	0	16	0	0
Toro-Vibrac	16	0	0	0	0	16

que garante o desenvolvimento dos componentes em total conformidade com as necessidades dos clientes:

“Temos simuladores que mostram não só a linha de produção da peça, mas a operação de toda a fábrica. Todo esse conjunto de ações nos diferencia dos concorrentes e nos permite atingir nosso objetivo de superar as expectativas das fabricantes de veículos que atendemos”.

AD

CrITÉrios de Pontuação

Empresa do ano AutoData	16	Prêmio AutoData	8
Indicação	4	Sindirepa Ouro	8
Sindirepa Prata	4	Sindirepa Bronze	2
Montadora Mundial	16	Montadora do Ano	8
Montadora Categoria	4	Montadora Certificado	2

O critério de desempate para a 4ª e 50ª colocações obedece à seguinte sequência:

1. Maior número de pontos obtido no Prêmio AutoData
2. Número de pontos obtidos como Empresa do Ano no Prêmio AutoData
3. Número de pontos obtidos como vencedor de categoria no Prêmio AutoData
4. Número de pontos obtidos em indicação ao Prêmio AutoData
5. Número de pontos obtidos com prêmios mundiais de montadoras

PSA	Honda	Toyota	Mercedes-Benz	Volkswagen	Renault	Agrale	Hyundai
0	0	14	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	12	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	4	0	0	0	0	0	4
0	4	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	6	4	0	8	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	8	4	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	4	2	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	2	0	0	0	0	4
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	4	4	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0



CÂMBIO AUTOMATIZADO DE SÉRIE
VIRONIC

- Maior eficiência na troca de marchas.
- Melhor custo-benefício.
- Maior conforto.

VOLKSI Total

CONHEÇA CONDIÇÕES ESPECIAIS

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



Respeite os limites de velocidade.



Novo Constellation 24.280 com câmbio automatizado V-Tronic.
O caminhão líder de vendas ainda mais sob medida para o seu negócio
e com o melhor serviço de pós-venda.

• Dispensa uso do ARLA • Disponível nas versões 6x2 e 8x2.



Caminhões
sob medida.

Revolução das velas

NGK completa 55 anos no Brasil no topo do Ranking AutoData de Qualidade e Parceria e investimentos em novas tecnologias

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

O Brasil foi o primeiro país a receber uma fábrica da NGK fora do Japão. Desembarcou em Mogi das Cruzes, SP, há 55 anos. Mais precisamente em 1º de agosto de 1959 começava a história da Cerâmica e Velas de Ignição NGK do Brasil, empresa que lidera o Ranking AutoData de Qualidade e Parceria. Não foram, afinal, poucos prêmios: o reconhecimento veio de suas principais clientes.

Com 77% de participação de mercado em OEM, a NGK tem em sua lista de montadoras atendidas General Motors, Ford, Fiat, Volkswagen, Renault, Honda e Nissan.

Edson Miyazaki, diretor da divisão de planejamento da NGK, comemora: “Nossa filosofia é primar pela qualidade em primeiro lugar. Buscamos a excelência em cada etapa, desde a escolha de fornecedores até o atendimento ao cliente final. Tanto que somos uma empresa verticalizada, nós mesmos produzimos maquinário e ferramental, cuidando minuciosamente de cada etapa dos processos de fabricação”.

Dentre os principais componentes fabricados pela empresa estão as velas de ignição. O componente passa por uma revolução em termos de engenharia. Isso porque diferentes metais nobres estão sendo utilizados para atender às exigências de motores menores, mais econômicos e, consequentemente, menos poluentes. O diâmetro das velas tende a ser cada vez menor e o isolador cerâmico tem de acompanhar essa inovação.

“Até 2020 faremos uma renovação de equipamentos e ampliação produ-

Edson Miyazaki



Divulgação/NGK

tiva. Os investimentos estão em curso e até lá aumentaremos nossa capacidade de 78 milhões de velas/ano para 100 milhões de velas/ano.”

Das linhas da empresa no Brasil saem, ainda, 1,3 milhão de cabos de ignição por mês. Sensores como de oxigênio, ou sonda lambda, e de detonação e temperatura são importados.

“Com a tendência de substituição de cabos de ignição pela tecnologia

top coil até 2025, estudamos a produção local. Trata-se de componente importante para a continuidade dos negócios no segmento de cabos e por isso está em análise.”

TECNOLOGIA PARA O BRASIL — A unidade brasileira possui ainda um centro técnico de desenvolvimento de produto. Instalado no mesmo terreno da fábrica, que está em área de 625

mil m², tem a missão de desenvolver e adaptar componentes adequados às características específicas dos combustíveis, tais como tecnologia do etanol. “O centro trabalha em parceria com nossos outros centros em todo o mundo”, conta Miyazaki. “E recebe motores das montadoras instaladas no País para testes de desenvolvimento de produto.”

Outro destaque dentre as políticas da empresa é o treinamento contínuo de colaboradores, que chegam a 1 mil 327, sendo 1 mil 280 apenas na fábrica e os demais na área comercial. “Em tempos em que a demanda de mercado é menor, com baixa na produção de veículos, aproveitamos para treinar nossos funcionários. Há vários processos na produção de cada componente e queremos funcionários multifuncionais, que conheçam a operação de várias máquinas.”

Cerca de 25% do total de componentes produzidos no Brasil destinam-se às exportações para países da América do Sul, onde Argentina e Venezuela são os principais mercados. “Basicamente 60% do total embarcado vai para esses países.”

Para a reposição os negócios da NGK são crescentes. Nas contas de Miyazaki a participação chega a 75% do mercado. “As vendas de veículos em alta nos últimos sete anos geraram uma demanda crescente e contínua no aftermarket.”

De maneira complementar, a unidade fabril da NGK produz também itens de cerâmica e pastilhas para a área de construção civil. **AD**

Novidades chegando

Com investimento em inovação e nacionalização o Grupo Bosch garante maior competitividade às montadoras locais

Alzira Rodrigues | alzira@autodata.com.br

O Grupo Bosch, que comemora 60 anos de Brasil este ano, dividiu com a Magnetti Marelli a segunda colocação no Ranking Qualidade e Parceria da AutoData Editora. A capacidade de sempre oferecer inovação a seus clientes é apontada pelo gerente de marketing, comunicação corporativa e relações institucionais da Robert Bosch América Latina, Carlos Eduardo Abdalla, como o principal fator diferencial da empresa no País: “Chegamos aqui há sessenta anos junto com as primeiras montadoras e ao longo destas seis décadas sempre trabalhamos em parceria com os nossos clientes para garantir competitividade crescente ao setor”.

E o momento atual, mais do que nunca, é de inovação. A Bosch participa ativamente dos projetos das fabricantes de veículos visando reduzir consumo de combustível e, assim, atingir as metas de eficiência energética do Inovar-Auto.

Segundo Abdalla, estão avançadas as conversas com uma montadora local para o uso do start-stop em um dos



Carlos Eduardo
Abdalla

Divulgação/Bosch

seus produtos: “O lançamento deve ser ainda neste segundo semestre. Esse dispositivo é uma das soluções mais fáceis de serem implantadas na busca por veículos mais econômicos”.

Inicialmente o start-stop será importado, mas a Bosch já iniciou produção em Campinas, SP, do motor de partida que dará suporte ao início da fabricação do sistema na região. Também para ampliar seu índice de nacionalização a empresa inicia ainda este ano a fabricação local da sonda lambda, utilizada no sistema de injeção.

Dentre outras oportunidades de tecnologias que auxiliarão as montadoras a fabricarem carros mais econômicos e seguros, a Bosch oferece o Flex Start, sistema de partida a frio que elimina o reservatório de gasolina nos veículos flex, a injeção direta bicom bustível e o alternador inteligente de alta eficiência.

INVESTIMENTOS — O Grupo Bosch investiu cerca de R\$ 2 bilhões em suas operações na América Latina nos últimos dez anos e só para este ano estão programados R\$ 108 milhões com foco na instalação de novas linhas de produção e nacionalização de alguns produtos.

O total das vendas líquidas do grupo na América Latina, incluindo as exportações e as vendas das empresas coligadas, cresceu 8% no ano passado, com faturamento de R\$ 5,1 bilhões.

As operações brasileiras foram responsáveis por 86% desse volume, atingindo R\$ 4,4 bilhões, dos quais 22% gerados a partir de vendas para o Ex-

terior. Os mercados da América Latina, Estados Unidos e Europa continuaram a ser os principais destinos dos produtos e serviços da Bosch na região. De acordo com Besalier Botelho, presidente da Robert Bosch América Latina, a região é estratégica para o grupo, com excelente potencial de desenvolvimento no longo prazo:

“Nos últimos dez anos nossas vendas na região mais que dobraram. Apesar disso, é importante enfatizar que a indústria brasileira ainda enfrenta o desafio da competitividade devido à baixa produtividade, elevado custo da mão de obra, insuficiente infraestrutura logística e pesada carga tributária”.

Uma importante alavanca de crescimento na região é a estratégia de oferecer tecnologias e soluções de várias divisões de negócios da Bosch para projetos nos setores de mineração, edifícios comerciais e indústrias de petróleo e gás. Neste contexto, conta atualmente com 190 importantes projetos na América Latina e a expectativa é alcançar 250 ainda em 2014

Mundialmente a Bosch investiu € 4,5 bilhões em pesquisa e desenvolvimento e aplicou cerca de 5 mil patentes em 2013. No Brasil a empresa mantém o nível de investimento em P&D em torno de 3,5% de seu faturamento local.

O Grupo Bosch emprega cerca de 450 pesquisadores em seus centros de competência em Campinas, SP, e Curitiba, PR. Seu quadro total na América Latina é de 9,5 mil funcionários, dos quais 8,9 mil atuam em suas operações brasileiras.

AD

A Bosch faturou R\$ 5,1 bilhões na América Latina no ano passado, dos quais R\$ 4,4 bilhões a partir das operações brasileiras

”



Onde tem desenvolvim

AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA

A CNH Industrial é líder global no setor de bens de capital, com experiência industrial reconhecida, uma ampla gama de produtos e presença mundial, com 63 fábricas, 48 centros de pesquisa e desenvolvimento e 71 mil empregados. Mas sua importância vai muito além de sua grandeza. Por meio de suas marcas, a CNH Industrial é responsável



Divulgação Publica

ento, tem a nossa marca.

CASE CONSTRUCTION EQUIPMENT

CASE CONSTRUCTION EQUIPMENT

NEW HOLLAND CONSTRUCTION EQUIPMENT

NEW HOLLAND CONSTRUCTION EQUIPMENT

IVECO

FPT POWERTRAIN TECHNOLOGIES

pela produção de motores que geram energia, pela fabricação de caminhões e veículos comerciais, equipamentos agrícolas e de construção. Máquinas que contribuem para o desenvolvimento do mundo, produzindo alimentos, construindo estradas e obras de infraestrutura e transportando a riqueza para o Brasil e os demais países.

CNH
INDUSTRIAL

Inovação em produtos e processos

Busca contínua na qualidade e na redução dos custos são alavancas para a Magneti Marelli alcançar níveis de excelência cada vez melhores

Décio Costa | decio@autodata.com.br

A Magneti Marelli acredita ser consequência natural de um trabalho bem feito o bom desempenho que costuma ter nos prêmios concedidos pelas fabricantes de veículos. E assim deve ser, como pensa Flávio Gussoni, diretor comercial da sistemista, pois fosse o contrário, os reconhecimentos perderiam seu valor. “Não há como ter uma estrutura dentro da empresa para ganhar prêmios.”

A companhia divide com a Bosch o segundo lugar no Ranking AutoData de Qualidade e Parceria ao somar 68 pontos. De acordo com Gussoni trata-se de uma conjunção de fatores que determinam a assídua presença da empresa nos reconhecimentos, mas destaca o “trabalho constante em tentar entregar o maior número possível de inovações dentro e fora do País”.

Inovações, no caso, não dizem respeito apenas a produtos, mas também aos processos. Tudo porque o maior desafio das empresas do setor é aliar redução de custo com alta qualidade.

“A realidade da indústria automotiva brasileira de trinta anos para cá é

completamente outra”, observa o diretor comercial. “Temos de trabalhar cada vez mais na capacitação da mão de obra e na modernização do parque industrial, mesmo porque a busca de eficiência e consequente redução de custos é contínua, ano a ano no cumprimento de metas.”

A eterna batalha de preços que muitas vezes impede de cobrir os custos e até mesmo reduz lucros é, por outro ponto de vista, alavanca importante para levar a empresa a níveis cada vez melhores. “O salto em qualidade do mercado brasileiro nos últimos anos foi gigantesco”, avalia Gussoni. “O País começou a focar em tecnologias, processos, produtos com mais conteúdo e soluções inovadoras. Mas também é preciso considerar que o mercado não está disposto a pagar a mais por isso.”

NACIONALIZAÇÃO — Segundo Gussoni, em vista do processo evolutivo pelo qual passou e passa o setor, a Magneti Marelli iniciou amplo trabalho de recomposição na maneira de atuar no País. Nos últimos quinze

anos a companhia abriu três frentes de ataque a fim de fortalecer suas bases de ação e, assim, entregar produtos e soluções a qualquer que fossem as exigências da demanda e dos clientes. Primeiro internou produtos e tecnologia para dentro da Magneti Marelli no Brasil. Também trouxe de fora para produzir aqui fornecedores estratégicos e, em movimento simultâneo, reforçou ou criou novas parcerias com empresas instaladas no País. “Foi muito interessante porque nos permite pensar em processos de nacionalização constantemente, sempre avaliando componentes e produtos.”

Apesar da capacidade que possui a Magneti Marelli, o tema nacionalização é cada vez mais estreito para alguns componentes e/ou sistemas. De acordo com Gussoni o Brasil não tem escala para determinados produtos como eletrônicos, circuitos impressos, dentre outros, portanto, inviáveis para localizar produção.

“Para uma empresa global a nacionalização de tudo que faz não pode ser meta”, revela Gussoni. “É preciso manter escala de produção em outros mercados em que está presente. Mas há avaliações constantes e oportunidades reais, por exemplo, nacionalização de matérias-primas.”

Pertencente ao Grupo Fiat, a Magneti Marelli é uma gigante global de autopeças e sistemas com mais de 90 anos de história. Suas áreas de negócios dispõem de ampla lista de componentes e sistemas fundamentais na produção de veículos, como sistemas de iluminação, de suspensão, de

exaustão, injeção eletrônica, caixas de câmbio, eletrônicos e módulos plásticos. Atua também no mercado de reposição e no universo do esporte a motor. No Brasil a empresa está presente em quase todas as montadoras instaladas no País, com atuação menor nas fabricantes que se instalaram por aqui mais recentemente, como japonesas e coreanas. “Temos conquistado espaço e novos clientes ano a ano”, ga-

rante Gussoni. “Os diversos reconhecimentos são prova disso.”

Em 2013 a companhia contabilizou faturamento de € 6 bilhões, dos quais 6% foram destinados para pesquisa e desenvolvimento. A América Latina representa habitualmente de 15% a 20% da receita global com o Brasil respondendo por cerca de 90%. No ano passado o faturamento da empresa no País foi de R\$ 2,7 bilhões. **AD**



Divulgação/Magneti Marelli

Conquista verde e amarela

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

Boa parte dos prêmios de qualidade e parceria concedidos pelas fabricantes de veículos instaladas no Brasil está hoje exposta em prateleiras de Belo Jardim, PE. É lá, afinal, a sede do Grupo Moura, um dos destaques em reconhecimento do setor automotivo do País.

A empresa é a quarta colocada do Ranking AutoData de Qualidade e Parceria. E as últimas conquistas têm sabor especial, como conta Luiz Mello, diretor de negócios corporativos:

“No ano passado fundamos o ITEM, Instituto Edson Mororó Moura. Em gestação há tempos ele saiu do papel com o objetivo de contatar pesquisadores, mestres, doutores brasileiros e também de outros países para enfrentar os novos desafios do aumento da eletrificação. É um celeiro para o setor automotivo.”

Dentre os principais atributos que alçam a empresa às melhores posições dentre os fornecedores estão, para Mello, qualidade e competitividade.

“É preciso entender claramente a necessidade do cliente e fornecer no

Grupo Moura celebra criação do Instituto Edson Mororó Moura de olho na eletrificação automotiva

prazo e na quantidade demandada. A logística tem papel fundamental, bem como o planejamento. E a inovação tem de ser constante.”

Com capacidade de produção de mais de 7 milhões de baterias/ano, a empresa tem seis unidades industriais, sendo uma na Argentina, e parcerias com fabricantes na América do Norte e na Europa para desenvolvimento e incorporação de tecnologias. O investimento anual é de R\$ 100 milhões e porcentual de 10% a 15% destina-se apenas a pesquisa e desenvolvimento.

“Para ter um produto global e adaptado às condições de clima, estrada e engarrafamentos a custo competitivo no Brasil é preciso investir. O cenário é promissor, pois as metas de redução de emissões e, conseqüentemente, de economia de combustível, devem ficar mais severas em possível segunda fase do Inovar-Auto. Aumentar o índice de eletrificação dos veículos, portanto, será mandatório.”

PROGRESSIVA — No curto prazo Mello aposta nas baterias compatíveis

com sistema start-stop, que desliga o veículo no anda e para do tráfego intenso ou no semáforo fechado.

“Este é o primeiro passo da eletrificação no Brasil e a bateria tem de atender a essa tecnologia. Nos próximos anos, 70% dos automóveis novos vendidos aqui terão esse sistema. Os fornecimentos começam já no fim deste ano.”

O diretor afirma, ainda, olhar cada

vez mais para as tecnologias de eletrificação. “A maior parte das fabricantes instaladas no País trabalha no desenvolvimento de protótipos com algum nível de eletrificação. Todos estão se movimentando, preparando-se para quando houver condições de mercado para os lançamentos.”

Outra tecnologia para a qual a Moura já se prepara é conhecida como BSG. “Trata-se de sistema similar ao

Start Generator, que vem da aeronáutica. O motor de partida e o alternador incorporam-se em uma só peça e a bateria tem de ser específica. Há projetos na prateleira, aguardando a curva de custo ser positiva.”

Segundo ele, as baterias convencionais atualmente fornecidas às montadoras serão “peça de museu”. Mas admite: “A velocidade dessa mudança no País, contudo, dependerá da voracidade da competição e do adensamento da cadeia para produzir com custos competitivos. A propulsão elétrica deve avançar e conviver com os motores a combustão. Para que lado a tecnologia for, teremos produto apropriado, tanto para a montadora quanto para o mercado de reposição”.

A empresa vem diversificando seus negócios no armazenamento de energia: produz baterias industriais com foco em telecomunicações e também baterias de energia solar.

MERCADO — Mesmo diante das incertezas em relação à demanda no mercado interno, a projeção de Mello é de alta produtiva de 5% face à alta no segmento de reposição.

Nas contas do executivo saíram das linhas brasileiras 6,7 milhões de baterias no ano passado e neste a estimativa é de 7 milhões. “Destes, 13% devem ser exportados, para países da África e da Europa, tais como Portugal, Inglaterra e Itália.”

A unidade argentina, em Pilar, concentrará a partir de agosto o fornecimento para todos os países do Mercosul.

AD



Divulgação/Moura

NGK comemora 55 anos de Brasil

Empresa produz por ano mais de 90 milhões de velas de ignição e é líder do mercado

A NGK do Brasil, primeira unidade da NGK erguida fora do Japão, está completando 55 anos de operação em 1º de agosto. A empresa produz mais de 90 milhões de velas de ignição em sua fábrica em Mogi das Cruzes (SP) e possui as marcas NGK (Componentes Automotivos), NTK (Sensores e Cerâmicas Técnicas) e Super NGK (Revestimentos Porcelanizados).

A infraestrutura de produção é formada por 13 edifícios, em um terreno de 625 mil m². A fábrica produz por dia mais de 270 mil velas de ignição e a qualidade do produto brasileiro segue os mesmos padrões japoneses. A fabricação de cada produto compreende 150 processos, todos intercalados por checagens eletrônicas e visuais de conformidade e qualidade. Além de velas de ignição, a fábrica brasileira também desenvolve e produz cabos de ignição veiculares.

A companhia é líder em vendas de velas de ignição no Brasil e em toda a América do Sul. A produção brasileira é referência mundial em processos tecnológicos e na fabricação de velas de ignição, atuando como fornecedor de peças originais às maiores montadoras instaladas no Brasil e também ao mercado de reposição. A empresa possui as certificações ISO/TS 16.949, atendendo a diversos padrões de referência internacionais de qualidade; e a ISO 14.001, norma internacional que

define os requisitos durante a manufatura para estabelecer um sistema de gestão ambiental efetivo.

A NGK do Brasil participou da semana internacional do meio ambiente em junho instalando ECOPontos dentro e fora da fábrica para atender, respectivamente, colaboradores e a comunidade local no recebimento de resíduos de difícil destinação. Todo material coletado foi vendido e os recursos convertidos em produtos de limpeza e higiene pessoal doados a instituições filantrópicas. A companhia busca também reavaliar seus processos produtivos reduzindo a utilização de elementos químicos perigosos.

A empresa participa de campanhas para a redução do consumo de energia elétrica, investindo em equipamentos modernos; e reutilização de água com o uso de estações de tratamento de efluentes, que possibilitam seu reuso em processos produtivos. Além disso, a NGK do Brasil investe em equipamentos que reduzem e reaproveitam líquidos residuais, realizam reciclagem de banhos galvanicos e captam e utilizam a água de chuva. ■



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

NGK

R. Cantagalo, 74, 12º andar – CEP: 03319-000

São Paulo - SP – SAC: 0800 197-112

www.ngkntk.com.br

Gerente de Vendas OEM - Gilberto Maeda

Gerente de Vendas Reposição - Eduardo Hiroshi

Inovação em todos os campos

Magneti Marelli fabrica em sete plantas brasileiras produtos para as maiores empresas do setor

A Magneti Marelli é um grupo internacional focado na produção de componentes automotivos de alta tecnologia, com 85 unidades de produção, 12 Centros de Pesquisa e Desenvolvimento e 26 Centros de Aplicação em 19 países. No Brasil, a Magneti Marelli produz em São Paulo (Amparo, Hortolândia e Mauá) e Minas Gerais (Contagem, Itaúna, Lavras e Sete Lagoas) e atua nos mais importantes segmentos de fornecimento de componentes.

Líder no segmento de amortecedores de suspensão, detém 75% do mercado original e 65% do mercado de reposição, com a marca Cofap.

No segmento de Powertrain a empresa produz sistemas de controle do motor (injeção eletrônica de combustível e centrais eletrônicas) e a Transmissão Manual Automatizada "Freechoice". Detém a patente do sistema Common Rail para motores Diesel.

No setor de iluminação a Magneti Marelli é responsável por inovações como fontes de luz de Xenônio ou LED, e o desenvolvimento de funções específicas como o AFS (Sistema Adaptativo de Iluminação Dianteira), o IR-System (Sistema Infra-vermelho) e o DRS (Luz Diurna).

No mercado de sistemas de exaustão, a empresa inova com dispositivos de pós-tratamento para redução do NOx do diesel, como o SCR (Conversor de Redução Seletiva Catalítica) e o NSC (Conversor de Armazenamento de NOx).

No campo de sistemas eletrônicos a companhia fornece painéis de instrumentos e tem 20 anos de experiência em navegação por satélite, oferecendo conforto, segurança e entretenimento.

A Magneti Marelli fabrica suspensões com sistemas dinâmicos inovadores como FLECS (Flexible Link, Elevated Compliance Suspension – Suspensão de ligação flexível de conformidade elevada) e



**MAGNETI
MARELLI**

TORCS (Torsion Rod Compliant Suspension – Suspensão de Conformidade com Haste de Torção).

A Magneti Marelli também produz componentes e módulos plásticos para interiores e exteriores de veículos. Agrega aos para-choques, por exemplo, elementos de design, aliando estilo a segurança. Já a produção de tanques de combustível em termoplástico representa redução de peso e eliminação do risco de faíscas e explosões e de corrosão, típico das versões feitas em chapa metálica.

A Magneti Marelli também marca forte presença no mercado de reposição de autopeças, sendo a segunda maior empresa do setor, oferecendo um portfólio de mais de 50 linhas de produtos com as marcas Cofap e Magneti Marelli através de cinco escritórios regionais de vendas em Curitiba, Goiânia, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo. •

Magneti Marelli Sistemas Automotivos Ind. e Com. Ltda.
Av. da Emancipação, 801 – CEP: 13184-654
Hortolândia- SP – (19) 2118-6000
www.magnetimarelli.com.br



Metade dos carros brasileiros usam Moura

Empresa possui parque industrial com seis unidades e investe em inovação

Em cada 10 carros produzidos no Brasil, metade deles sai de fábrica equipado com bateria Moura. A empresa tem 57 anos de atuação no mercado e possui um parque fabril composto por seis fábricas sendo quatro em Belo Jardim (PE), uma em Itapetininga (SP) e a sexta no distrito de Pilar (Argentina).

O carro-chefe da Moura são as baterias automotivas e seu parque fabril produz mais de sete milhões de unidades por ano. Além de fornecer 50% das baterias que equipam os veículos produzidos no Brasil, a companhia tem presença marcante também na Argentina, onde quatro em cada dez autoveículos usam seus produtos.

No segmento de reposição, a Moura dispõe de rede própria de distribuição (RBM), com 68 unidades localizadas em todo território nacional atendendo mais de 23 mil clientes revendedores. Com essa infra-estrutura, a empresa possui cerca de 30% do mercado nacional de aftermarket.

A empresa também se destaca em inovação, resultado dos investimentos constantes em

desenvolvimento de tecnologia. Um dos exemplos é a criação da primeira bateria feita para equipar carros movidos a etanol. Outras importantes contribuições para o mercado automotivo foram a incorporação das tecnologias das ligas de prata e a bateria Moura Log Diesel, indicada para uso em veículos pesados em situações de trabalho contínuo.

A Moura faz parcerias com outros fabricantes mundiais de baterias e em paralelo criou o ITEM – Instituto de Tecnologia Edson Mororó Moura. A entidade não tem fins lucrativos e tem como objetivo exercer, criar e apoiar atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica. O instituto está focado na realização de pesquisas em acumulação de energia para equipar veículos elétricos e também em inovações que possam ser abastecidas por fontes sustentáveis de geração de energia. Dessa forma, a Moura contribui para a melhoria do mercado oferecendo baterias avançadas adequadas a novas soluções de mobilidade urbana e sustentabilidade. •



Acumuladores Moura S/A
Rua Hermínio Alves de Queiroz, 65 – CEP: 54400-230
Jaboatão dos Guararapes – PE - (81) 2121-1600
www.moura.com.br

Liderança no mercado de segurança automotiva

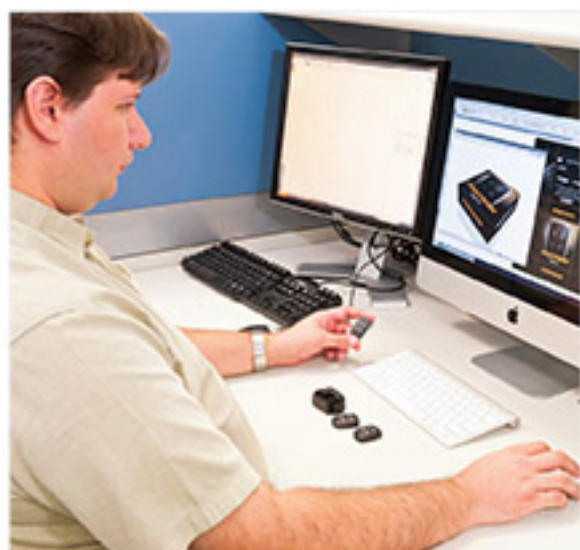
PST Electronics possui estrutura de engenharia local com plantas em Campinas (SP) e Manaus (AM), além de filial em Buenos Aires

A PST Electronics, detentora da marca Pósitron, é líder no mercado de segurança automotiva e dispõe de infraestrutura de engenharia local com fábricas instaladas em Campinas (SP) e Manaus (AM), além de uma filial em Buenos Aires, na Argentina. A empresa também atua no segmento de som automotivo e é referência em soluções tecnológicas em rastreamento e segurança eletrônica.

A empresa é uma das principais fornecedoras de equipamentos originais para as montadoras de veículos instaladas na América Latina. A PST Electronics oferece ao mercado: rastreadores, bloqueadores e alarmes para automóveis, motocicletas e caminhões; som automotivo, sensor de estacionamento, vidros elétricos, travas elétricas e painéis de instrumentos. Fora do segmento automotivo, a empresa também atua como fornecedora de alarmes e sistemas de monitoramento residencial.

A PST Electronics inovou recentemente ao apresentar ao mercado o rastreador para cargas retornável (isca), com três funcionalidades: instalação em qualquer parte do compartimento de carga; fixação por imantação; e conexão à tomada de força do veículo. O isca é indicado para operações logísticas em que há necessidade de rastreamento e posicionamento, é configurável e movido a bateria que pode durar por períodos superiores a 60 dias.

A empresa também oferece outros produtos e serviços como a plataforma com o rastreador híbrido Pósitron Dual e Dual Sat, que se integra aos sistemas do cliente, além de dispor de monitoramento e bloqueio sequenciado de portas, baús e travas e sistema de troca de mensagens entre a central, o veículo e o condutor, por meio de te-



POSITRON®

clado. O equipamento é desenvolvimento da PST Electronics e possui duplo SIM Card e opção para incluir antena satelital, proporcionando maior segurança ao motorista, à carga e ao veículo.

A companhia é reconhecida no mercado por apresentar flexibilidade e agilidade no desenvolvimento de produtos bem como customizar projetos. A PST Electronics conta com núcleo de inovação que acompanha as tendências mundiais na área de eletrônica e transforma esses conhecimentos em soluções diferenciadas. Por conta disso, a empresa conquistou a liderança há 15 anos e vem mantendo essa posição de mercado. ■

PST Eletrônica S/A
Estrada Telebrás – Unicamp Km 0,97
S/Nº, Conj. 01 – CEP: 13091-611
Campinas - SP – (19) 3787-6200
www.pst.com.br

Demanda vem da estrada

Segmento de ônibus rodoviários deve crescer após anúncio do novo regime de autorização de operação e alavancar vendas no segundo semestre

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

O segmento de ônibus rodoviários pode alavancar os resultados de vendas de chassis neste ano. Após arrastado processo de quase seis anos, emenda sancionada à Medida Provisória 638 prevê que

as viagens responsáveis pelo transporte de passageiros operem por meio de regime de autorização.

Dessa forma, acaba a exigência de licitação em serviços de ônibus interestaduais da ANTT, Agência Nacional



Divulgação/MAN

de Transportes Terrestres, antes bloqueada, o que pode descongelar investimentos de R\$ 6 bilhões daqui até quatro anos de acordo com estimativa de empresários do setor.

Para Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America, os ônibus rodoviários são a esperança de vendas para o mercado interno no segundo semestre. E justifica:

“Toda renovação de frota que estava planejada no segmento pode, enfim, sair do papel. Como não acredito em alta relevante de vendas de urbanos, o que deve ocorrer só a partir de 2015, creio que volumes importantes comecem a vir dos rodoviários, de modo a conter a baixa de mercado neste ano. Trata-se de um processo que se inicia no segundo semestre, porém, é gradual, de médio e longo prazo.”

Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz, concorda: “Dos 6 mil ônibus do segmento vendidos em média ao ano, 3,5 mil são destinados para fretamento e 2,5 mil rodoviários puros. É nesse mercado que vejo melhora nos próximos dois anos, a começar neste segundo semestre.”

ESTABILIDADE — De janeiro a maio foram licenciados 11 mil 433 chassis, baixa de 12,5% na comparação com os 13 mil 60 do ano passado. A estimativa, contudo, é de que o mercado interno total feche o ano em estabilidade e até leve baixa na comparação com 2013, como projeta Paulo Corso, diretor comercial da Marcopolo:

“O efeito previsto para a Copa do

Mundo não se comprovou. Foram menos veículos rodoviários e menos urbanos do que havíamos estimado. Mas acreditamos que com a resolução das concessões de linhas interestaduais o segundo semestre seja bem mais aquecido. Assim, o ano deverá fechar em estabilidade ou talvez leve queda.”

Wagner Nestlehner, gerente de vendas de ônibus da MAN Latin America, projeta mercado na casa de 30 mil unidades. “A renovação da frota nos grandes centros ainda não ocorreu como se esperava. No ano passado o volume foi de 32 mil 918 unidades e neste deve ficar em 30 mil, portanto em queda de 5% na comparação com o ano passado.”

Para Ciro Pastore, chefe de vendas de chassis rodoviários da Scania, 2014

é um ano de transição e de demanda reprimida. “A Scania aguarda a concretização de mais investimentos em mobilidade urbana e os efeitos do novo sistema de autorização das linhas rodoviárias da ANTT, que têm grande potencial de revolucionar o mercado e retomar esta demanda reprimida.”

MANIFESTAÇÕES — As manifestações e greves que ocorrem no País há cerca de um ano reduziram as vendas de chassi urbano. Esta é, para os executivos do setor, a principal razão para a perda do fôlego das renovações de frota. “Como não houve reajuste de tarifa, sendo que em algumas cidades houve até redução, o ritmo de compra baixou”, justifica Corso.

Outro motivo apontado por Corso é a falta e o atraso nos investimentos de infraestrutura. “Os projetos de sistemas BRT não foram concluídos no tempo previsto: os ônibus articulados e BRTs acabaram não sendo adquiridos na quantidade estimada. Dos cerca de 2 mil veículos previstos, menos da metade foi comprada até agora.”

No entanto, Corso acredita na conclusão de alguns projetos ainda no segundo semestre. “A expectativa é de que haja, por parte dos municípios, mais demanda pelos veículos previstos na licitação. É importante esclarecer que a licitação faz com que os municípios possam adquirir veículos novos, mas não garante esta compra e nem os volumes divulgados.”

Pimenta, por seu lado, enfatiza que o problema é o clima de incerteza nas grandes cidades. “As vendas alavan-

O fim da
exigência de
licitação para
o serviço
interestadual
deve descongelar
investimento de
R\$ 6 bilhões

cam as renovações em municípios menores. Os operadores, porém, enfrentam tarifas reprimidas, que dificultam investimentos e, à exceção de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre, que compraram, as demais estão em compasso de espera.”

Para o diretor da Mercedes-Benz, no entanto, os volumes vendidos permanecem estáveis no acumulado deste ano ante 2013, com 4 mil 821 licenciamentos até maio último e 4 mil 860 em período equivalente no exercício anterior. “Embora as vendas de ônibus acima de 8 toneladas tenham caído 16%, alcançamos o mesmo volume do ano passado por meio de alta na participação de mercado. Isso ocorreu devido às vendas ao sistema BRT no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília. Dessa maneira o primeiro semestre foi positivo para nós. Nas cidades que adotaram o BRT nossa participação nas vendas é de 65%.”

Eduardo Monteiro, chefe de vendas de chassi urbano da Scania, também destaca a venda de 38 chassis articulados Scania K 310 6x2/2 para o sistema de BRT de Belo Horizonte, batizado de Move. “Eles serão utilizados por quatro operadoras: Transportes Milênio, Transportes São Dimas, Turilessa e Bettania Ônibus. Cada articulado transporta 127 passageiros.”

EXPORTAÇÕES — Em tempos de baixa no mercado interno, as exportações ganharam papel de destaque na Volvo. Atualmente 60% da produção de Curitiba, PR, destina-se aos mercados externos. “Normalmente o porcen-

tual é de 35% a 40%. Mas o ano está muito bom em vendas nos mercados da América Central, Caribe, Colômbia, Peru e Chile”, conta Pimenta. “É graças as vendas ao mercado externo que mantemos o nariz fora d’água.”

Marcelo Montanha, gerente executivo de vendas e marketing de ônibus da Scania, afirma que os projetos de BRT na América Latina e África e a renovação de frota do segmento rodoviário seguirão ampliando as exportações. “A Scania tem ampliado

o portfólio de produtos e soluções nos diferentes segmentos de ônibus, como, por exemplo, a oferta de ônibus urbanos a gás Euro 6 para mercados como Colômbia, Peru e México.”

Os embarques de chassi até maio somam 2 mil 890 unidades, 5,1% abaixo das 3 mil 45 no mesmo período de 2013. Os rodoviários apontam alta de 22,6%, com 1 mil 224 vendas ante 998 mil de 2013. A fatia correspondente aos urbanos, contudo, registra queda de 18,6%: 1 mil 666 chassis vendidos



Divulgação/MBB

As tarifas defasadas reprimem o investimento no segmento de urbanos, mas as exportações se mostram oportunas

ao Exterior até maio ante 2 mil 47 do mesmo período do ano passado.

O ritmo de produção cresceu em maio: 4 mil 498 chassis produzidos, alta de 15,6% na comparação com os 3 mil 890 produzidos no mesmo mês do ano passado e de 32,5% sobre abril.

Após o quadrimestre fechar em queda de 2%, o acumulado até maio registrou crescimento de 1,5%, com 17 mil 774 chassis fabricados de janeiro a maio ante 17 mil 514 no mesmo período do ano passado.

AD



Magneti Marelli: tecnologia e inovação para a indústria automotiva mundial.



Graças ao trabalho de 40 centros de pesquisa, desenvolvimento e aplicação em todo o mundo, a tecnologia dos produtos Magneti Marelli traz maior conforto, segurança e mobilidade com menor impacto ambiental.

A inovação ocupa lugar de destaque nas unidades Magneti Marelli no Brasil e no mundo. Compartilhando o uso das mais inovadoras tecnologias, essas unidades têm também em comum a função de contribuir diretamente para a evolução da indústria automotiva. Assim, foram desenvolvidas grandes ideias como a tecnologia FlexFuel, o câmbio automatizado, as primeiras aplicações LED e Xenon em iluminação automotiva, os instrumentos de telemática e navegação por satélite via GPS, os amortecedores com tecnologia ativa e passiva, os silenciadores e redutores de emissões poluentes e a suspensão produzida em fibra carbono-aço para reduzir o peso. A Magneti Marelli está desenvolvendo hoje tecnologias que serão utilizadas pelo carro do futuro, híbrido e elétrico. Chame a Magneti Marelli para fazer parte da sua vida. E faça parte da inovação mundial.



Faça revisões em seu veículo regularmente.



Faz parte da sua vida.

A customização é estratégia central nas operações das fabricantes de carrocerias de ônibus para atender clientes cada vez mais exigentes por diferenciais nas frotas. Para fazer frente à demanda o setor faz uso de mão de obra intensiva, o que aproxima a produção ao processo artesanal. A combinação determina perda de competitividade e rentabilidade, motivos para a reação de fabricantes de carrocerias.

Uma das ações é a construção de novas fábricas com propostas diferenciadas das convencionais. Exemplos recentes são a Comil, de Erechim, RS, que aplicou mais de R\$ 110 milhões em operação em Lorena, SP, e a Volare, unidade independente da Marcopolo, de Caxias do Sul, RS, que investe, inicialmente, R\$ 35 milhões em São Mateus, ES. Ambas terão capacidade de produção superior às plantas atuais com menor número de funcionários.

A fábrica da Comil, em atividade desde dezembro, começou a ser pensada em outubro de 2009 a partir do

Em direção ao Sudeste

Comil e Volare investem em fábricas mais modernas em São Paulo e Espírito Santo para fugir do processo artesanal de produção

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br



As operações da Comil em Lorena foram iniciadas em dezembro

entendimento de que setores que demandam mão de obra intensiva não se sustentarão mais no médio prazo, pois as dificuldades de contratação já são grandes agora. Segundo Sílvio Calegari, CEO da empresa, além de escassa a mão de obra está muito mais cara.

Outra dificuldade é que a chamada Geração Y não tem propensão a trabalhar na indústria metalmeccânica. “Pela forma como os ônibus são feitos, uma encarreadora está muito mais identificada com esse setor do que com uma montadora automotiva.”

Na avaliação do CEO, o tema não se restringe a treinar e capacitar este pessoal: “A mão de obra mais jovem não tem disposição para enfrentar este tipo de situação. Ela busca outras atividades”. A saída foi investir na automação e no uso do princípio de consórcio modular na nova fábrica de Lorena, onde 75% dos serviços de solda são feitos por robôs, também usados na pintura. A fábrica é tracionada de forma mecânica, o que acelera a movimentação dos ônibus.

Investimentos

R\$ **110**

milhões foram aplicados pela Comil na nova fábrica do Interior paulista

R\$ **100**

milhões será o total a ser investido pela Volare na nova fábrica capixaba

Também foi incorporado o modelo de sistemista, seguindo a proposta da MAN em Resende, RJ. “Uma encarreadora é muito vertical, o que exige mais gente. Por isso a importância dos parceiros junto à planta.”

Isringhausen, Pilkington, Speedy Coat, Mnac, Usiminas, CBA, Axalta e BMS Logística já têm operações nas proximidades. A ideia é atrair mais empresas. “Todas as negociações sindicais de salários e benefícios são feitas em conjunto, de modo que os colaboradores da Comil e dos demais parceiros tenham as mesmas condições.”

NOVO CONCEITO — Em Erechim, onde continuará produzindo modelos rodoviários e urbanos especiais, como articulados, a Comil emprega 2 mil pessoas e tem capacidade para produzir de 12 a 14 unidades diárias, dependendo do mix. Em Lorena será possível alcançar dez ônibus por turno com trezentas pessoas.

Além disso, segundo Calegari, a empresa não teve dificuldades no recrutamento do quadro: “Se tivéssemos adotado na nova fábrica o conceito padrão de Erechim precisaríamos de 1,5 mil pessoas. Número que, certamente, não encontraríamos”.

Calegari destaca ainda que este processo só é possível em prédio novo, construído a partir das necessidades fabris. Lembra que o normal é ter edificações quadradas ou retangulares para recebimento das máquinas, situação que normalmente dificulta e, até mesmo, impede o melhor aproveitamento. O desenho de Lorena é dife-



Divulgação/Comil

Com a fábrica paulista a Comil passa a ter mais competitividade interna e também externa no segmento de urbanos

rente. “Temos áreas mais largas, outras mais estreitas, definidas de acordo com as necessidades de formatação de um processo mais racional. Primeiro desenhamos o processo e, partir dele, foi feito o projeto predial.”

Passados seis meses da inauguração a planta está produzindo cinco unidades diárias, acompanhando a curva de aceleração programada. O aumento da capacidade estará diretamente relacionado com o mercado. Calegaro reconhece que alguns ajustes considerados naturais já foram identificados.

Em Lorena, a Comil não ousou no design do produto, optando pelo tradicional, até como forma de mitigar riscos. Mas o código genético da carroceria da nova fábrica é diferente, porque o padrão de qualidade será constante, algo que o modelo artesanal de produção tem dificuldade de entregar. Esta realidade, segundo Calegaro, implicará em redução de custos, pois a assistência técnica tem peso representativo na formação dos preços: “Queremos fazer certo na primeira vez e Lorena nos permite isto”.

Além da nova proposta fabril, a fábrica está estrategicamente localizada próxima dos principais fornecedores de chassis e mercados consumidores de ônibus urbanos. Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo respondem por 66% deste segmento. A Comil terá agora as mesmas vantagens logísticas que já têm Marcopolo Rio e Caio/Induscar, grandes competidoras neste mercado. Para Calegaro, não tinha mais sentido levar chassis para Erechim e, depois, transportar encarroçado para o Sude-

te: “Eram 2 mil quilômetros de viagem. O jogo perdeu a graça. A planta gaúcha não perdeu a produção para Lorena, mas sim o ônibus urbano. Outra saída seria não produzir mais urbanos”.

A fábrica paulista devolverá à empresa a competitividade doméstica e externa em modelos urbanos. Com o dólar em patamar razoável há perspectiva de retomada das exportações de urbanos, perdida nos últimos anos. Atualmente a Comil tem 30% de sua receita atrelada aos embarques de rodoviários para outros países.

Com a transferência da linha dos urbanos Svelto e Midi, a fábrica de Erechim passará por reorganização. O diretor expõe que a medida objetiva melhorar os processos e a produtividade, sem implicar em aportes em máquinas ou contratação de mais pessoas.

SÃO MATEUS — Com investimento inicial de R\$ 35 milhões, que chegará a R\$ 100 milhões ao final do projeto, a Volare é a primeira montadora a se instalar no Espírito Santo, em São Mateus, quase na divisa com a Bahia.

A estratégia central contempla ganhar competitividade para consolidar presença no Exterior, para onde devem seguir 70% da produção da segunda planta, e reduzir custos de logística, atualmente de peso significativo nas contas da unidade independente da Marcopolo para o mercado interno. Matheus Ritzel, diretor comercial, exemplifica com dados atuais. “Hoje se paga R\$ 8 mil por veículo para o transporte de Caxias do Sul à Paraíba. Partindo de São Mateus o frete para o

INFINITAS POSSIBILIDADES

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

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

www.velocelog.com.br

ABOL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
OPERADORES LOGÍSTICOS

VELOCE
LOGÍSTICA

Uma empresa do Grupo Mitsui & Co., Ltd.



mesmo destino cairá para R\$ 1,5 mil no máximo.”

A área de 82 hectares, de geografia plana, e localizada às margens da BR-101, foi destacada por Gelson Zardo, diretor da Volare, como determinante para a escolha de São Mateus, porque permitirá construir uma planta de concepção nova e de características similares, talvez até melhores do que as existentes na fábrica da Índia. “Creio que esta será a melhor estrutura fabril do grupo no mundo”. A proximidade com portos e os incentivos concedidos pelo poder público municipal e estadual, incluindo a doação do terreno, também influenciaram na escolha.

A primeira fase do projeto, que contempla a construção de dois prédios, deverá estar concluída até o fim do

ano. Mas as linhas de produção estão programadas para funcionar já a partir de agosto.

Em cada um dos pavilhões serão aplicados modernos processos construtivos e de leiaute de linha de montagem, com atenção especial à sustentabilidade e à segurança dos trabalhadores — em torno de 230 nesta fase inicial, devendo chegar a 1,5 mil com a evolução do projeto.

Um exemplo é o sistema de ventilação natural que será usado para reduzir em até seis graus a temperatura interna em relação à externa. O conforto térmico também se dá por meio de placas de concreto pré-moldado e telhado duplo, ambos com isolamento. A empresa fará ajustes no horário de trabalho à realidade de São Mateus,

pois o nascer e o pôr do sol ocorrem mais cedo do que em Caxias do Sul.

A unidade terá alto nível de automação e processo linear de produção, que permitirá a montagem de conjuntos e kits in loco para abastecer a linha de montagem em tempo real, com significativa redução na movimentação dos veículos. Este processo permitirá reduzir pela metade o atual lead time de seis dias para produtos feitos em Caxias. Na área de produção não haverá nenhuma estrutura que não esteja ligada à montagem.

A Volare investiu em sistema de captação de água dos telhados e das ruas, que ficará armazenada em lago com capacidade para 10 milhões de litros. Também haverá o tratamento dos efluentes em estação com capacidade



Empresas

RANDON

Oferecer as melhores soluções para o transporte: esta é a nossa missão.



Com marcas de referência global e um dos mais amplos portfólios de produtos para veículos, as Empresas Randon oferecem as melhores soluções aos seus clientes, crescendo de forma sustentável.

Empresas

RANDON

VEÍCULOS E IMPLEMENTOS

RANDON
IMPLEMENTOS

RANDON
VEÍCULOS

AUTOPEÇAS

Suspensys

FRASLE

MASTER

JOST

CASTERTECH

SERVIÇOS

CONSORCIO
RANDON

BANCO
RANDON

Respeite a sinalização de trânsito.

para 2 milhões de litros para posterior uso em sanitários e na irrigação.

Para aproveitamento da luz natural a fábrica tem placas prismáticas, que garantem a iluminação necessária até em dias nublados. Para a artificial foram adotadas luminárias de LED e automação para reduzir o consumo.

EM ETAPAS — A construção da fábrica em São Mateus está sendo feita por etapas. Na primeira, em estágio adiantado de edificação, serão erguidos dois dos oito prédios programados, incluindo o principal, que abrigará a produção e montagem, além de outras áreas de apoio, como centro de treinamento, restaurante e centro de conveniências, totalizando 21 mil m². A expectativa inicial é a produção de quatro unidades/dia, a partir de agosto, alcançando 1 mil ao fim do primeiro ano. Para 2015 a projeção é de cinco veículos/dia e, para o ano seguinte, dez.

Para a segunda fase está programada a construção de mais quatro pavilhões, dentre eles centro logístico, centro de pesquisa e desenvolvimento, e segunda linha de montagem.

A terceira fase tem estimativa de ser encaminhada a partir de outubro de 2015, dependendo de algumas definições, como a de criar minifábricas de componentes e peças, poltronas, janelas e itens plásticos. “Até lá os kits virão de Caxias do Sul para montagem dos veículos em São Mateus”, destaca Gelson Zardo.

Segundo o diretor, a unidade capixaba foi planejada para se manter atual por, pelo menos, duas décadas e ter

“A partir de agosto serão produzidas quatro unidades por dia na nova fábrica capixaba da Volare

capacidade instalada para 35 unidades/dia, algo como 9 mil anuais, o que representa acréscimo de 50% sobre os volumes atuais de Caxias do Sul, na ordem de 6 mil/ano.

A estratégia inicial estabelece a montagem de dois produtos em São Mateus a partir de componentes enviados de Caxias do Sul. O modelo DW9, produzido sob chassi Mercedes-Benz, e responsável por 15% do mix atual, terá produção concentrada no Espírito Santo, num processo de transferência gradual. Também será montado o Volare W9, com chassis Agrale, mas que continuará em linha em Caxias do Sul. “A nova planta ficará responsável por modelos standard, enquanto à unidade do Rio Grande do Sul caberão veículos customizados”, explica Matheus Ritzel.

As exportações a partir de São Mateus devem ser destinadas para países da América do Sul e África, onde a empresa começa a atuar de forma mais efetiva no ano que vem.

Atualmente a Volare exporta pouco mais de seiscentas unidades, por volta de 10% das suas vendas anuais. Chile é o principal mercado, seguido pelo Uruguai. Com a nova fábrica o diretor projeta incremento comercial expressivo com Peru e Colômbia.

Na contratação de mão de obra a Volare deu preferência para moradores de São Mateus e cidades próximas. O primeiro estágio de treinamento é feito pelo Senai para formação em várias atividades. Na sequência a capacitação será feita no centro de treinamento montado na unidade. **AD**

PST ELECTRONICS®



Respeite a sinalização de trânsito.

A PST Electronics, detentora da marca Pósitron, é líder em segurança automotiva, uma das principais fabricantes de som automotivo e referência no desenvolvimento de soluções tecnológicas em rastreamento e segurança eletrônica. Os diferenciais tecnológicos e a qualidade de seus produtos fizeram a empresa conquistar a liderança do mercado, posição que detém há mais de 15 anos.

SOM AUTOMOTIVO

Centrais Multimídias, DVDs e CDs Players.

SEGURANÇA AUTOMOTIVA

Alarmes, Travas Elétricas, Vidros Elétricos, Sensor de Estacionamento, Módulos e Sensores Eletrônicos e Painéis de Instrumentos.

SERVIÇOS DE RASTREAMENTO

Proteção do Casco e Carga, Telemetria, Logística e Consultoria de Gestão de Desempenho.

SEGURANÇA ELETRÔNICA

Serviço de Monitoramento Residencial, Central de Alarme Monitorada, Sensores Infravermelho e Sensores Magnéticos.



Eleita uma das 50 melhores empresas no
Prêmio AutoData de Qualidade e Parceria 2014

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



Divulgação/Renault

Largada elétrica

Disputando o pódio nas pistas, veículos híbridos e elétricos têm um desafio ainda maior: o de ganhar as ruas em maior escala mundial.

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

O protótipo Nissan Zeod RC entrou para a história das 24 Horas de Le Mans, uma das mais tradicionais provas automobilísticas do mundo, ao dar a primeira volta totalmente movido a energia elétrica no Circuito de la Sarthe, na França. E fez bonito ao alcançar 300 km/h na disputa em que o campeão, pela terceira vez consecutiva, foi o híbrido diesel-elétrico Audi R-18 e-tron.

Mas se nas pistas a vitória tem sido frequente é nas ruas mundo afora que a propulsão elétrica, híbrida ou pura encontra desafios maiores, ainda não superados em seus mais de cem anos de existência. Celso Novais, engenheiro chefe da assessoria de mobilidade elétrica sustentável de Itaipu, lembra

que mundialmente a tecnologia elétrica é de 20% a 40% mais cara do que a dos veículos a combustão:

“Com ações dos governos essa diferença diminui. Ainda assim a conta deve ser feita baseando-se na economia da operação: quanto mais o veículo rodar, melhor o custo-benefício. De todo modo trata-se de um caminho sem volta. É um jogo de apostas que demanda tecnologia e infraestrutura”.

Novais representa o PVE, Programa Veículo Elétrico, iniciativa liderada pela Itaipu Binacional e pela empresa suíça AG/KWO. Dentre as participantes estão Renault, Baterias Moura, Weg e concessionárias de energia como a CPFL, além da Petrobras.

“O objetivo é estudar veículos e componentes que servirão como referência para identificar fabricantes locais e desenvolver esse braço importante da cadeia produtiva”. Segundo Novais o PVE já recebeu, desde seu início em 2006, investimento de US\$ 20 milhões. “São recursos do BNDES, Finep e outras agências que respondem por 80% do aporte.”

FORNECEDORES — Uma área especialmente dedicada à montagem de 32 kits em SKD dos elétricos Renault Twizy está em construção em Itaipu. “Esses veículos contribuirão para a busca de subfornecedores regionais para cada uma de suas partes.”

De acordo com o engenheiro as baterias são o maior desafio: “A importada custa US\$ 15 mil e a produzida localmente coisa de US\$ 3 mil. Considerando-se que 50% do custo do veí-

culo corresponde a esse item, trata-se de um estudo muito relevante”.

Luiz Mello, diretor de negócios corporativos da Baterias Moura, afirma que a maior parte das fabricantes instaladas no País trabalha no desenvolvimento de protótipos com algum nível de eletrificação. Seja por meio de dispositivos, como o start-stop, que desliga o veículo quando parado para reduzir consumo de combustível e emissões, sejam elétricos puros.

“Todos estão se movimentando, preparando-se para quando houver condições de mercado para os lançamentos. Por isso a Moura investe R\$ 100 milhões ao ano. Desses, 15% são direcionados a pesquisa e desenvolvimento, com foco em baterias específicas para a propulsão elétrica.”

CLORETO DE SÓDIO — A Fiat foi uma das primeiras a firmar parceria com a Itaipu Binacional, em 2006, para o desenvolvimento do Palio Wekeend elétrico com bateria de cloreto de sódio. Embora adote estratégia de aprimoramento dos motores a combustão no País, já considera utilizar o sistema start-stop, como revela Carlos Eugênio Dutra, diretor de planejamento e estratégia do produto da Fiat Chrysler para a América Latina:

“Essas arquiteturas representam o caminho mais suave em direção à hibridização, com relevante contribuição para a economia de combustível em ciclo urbano. Isso pode chegar no curto prazo aos modelos de entrada, em breve deveremos ter novidades para o mercado”.

A expectativa da indústria automotiva brasileira é ter incentivos federais para que o segmento deslanche



No ano passado a Anfavea entregou ao governo federal propostas para que elétricos e híbridos tenham incentivos locais. Elas englobam duas fases, com duração até 2017, coincidindo com o término do Inovar-Auto.

A primeira compreende a importação incentivada de novas tecnologias de propulsão, com sistema de cotas extras de importação sem IPI majorado, começando em 450 unidades e subindo gradualmente para 2,4 mil. A segunda fase refere-se ao desenvolvimento de engenharia, fornecedores e localização dos componentes.

INICIATIVAS ISOLADAS — Enquanto aguarda políticas de âmbito federal, o setor já acompanha iniciativas locais, caso da prefeitura de São Paulo que aprovou lei que devolve parte do que lhe cabe no recolhimento IPVA, além de estarem liberados do rodízio.

Ricardo Takahira, diretor do comitê de veículos elétricos e híbridos da SAE Brasil, acredita que o aumento do ingresso da propulsão elétrica trará novas empresas ao País, como as de cabos elétricos e as de conectores de alta voltagem. “Hoje a indústria automotiva representa 26% do PIB e o mundo todo pesquisa a eletricidade. Se nós não investirmos em treinamento e tecnologia podemos ficar para trás e colocar em risco essa importante participação.”

Para Pietro Erber, presidente da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, o primeiro passo seria reduzir o IPI de 25% para os elétricos. “É preciso reconhecer que eles existem, pois



Em um ano de sua criação, o projeto de veículos elétricos da Renault Nissan já contabiliza venda de 66 unidades

hoje na tabela eles são classificados na categoria Outros. No caso dos híbridos o IPI já é equivalente ao de modelos a combustão, com taxas de 10% a 12%.”

Anderson Suzuki, gerente de novos negócios e responsável pelo veículo elétrico da Nissan do Brasil, destaca que trata-se de uma discussão histórica. “É importante ressaltar que a ideia não é substituir o veículo a combustão. O desejo é adicionar uma tecnologia complementar, que pode representar ganhos em termos de redução de emissões e em uma nova matriz.”

LINHAS HÍBRIDAS — A Toyota aposta na tecnologia híbrida que equipa o Prius, combinando motor a gasolina e elétrico. O modelo pode, inclusive, ser feito em linhas brasileiras algum dia,

como diz Roberto Braun, gerente de assuntos governamentais da Toyota do Brasil. “Naturalmente que se houver aumento de demanda temos o desejo de produzir aqui. Isso é parte da nossa estratégia.”

“O híbrido é mais viável do que o elétrico, pois não requer mudanças de infraestrutura nas cidades, já que ele não precisa ser recarregado na tomada. É possível, ainda, termos um Prius híbrido flex. Essa tecnologia já é dominada. Se o governo mostrar interesse por meio de incentivos, fazemos o desenvolvimento em cerca de dois anos.”

Com lançamento em janeiro de 2013 no Brasil, o Prius tinha expectativa de vendas de 1 mil unidades/ano. Contudo, os licenciamentos no primeiro ano ficaram em 324 unidades.



Faça revisões em seu veículo regularmente.

INVESTIMENTO BOM É ASSIM: RENDE MUITO NO SEU BOLSO E MAIS AINDA NA ESTRADA.

9800i ULTRASHIFT

Versões: 6x2 e 6x4

Motor Cummins: 410 cv

CMT: 60 a 78 ton

DURAStar

Versões: 4x2, 6x2 e 6x4

Motor MWM: 274 cv

PBT: 16 a 26 ton



REDE INTERNATIONAL.
Cada vez mais presente
em todo o país.



www.internationalcaminhoes.com.br



ACREDITAR NO BRASIL
ESSE É O NOSSO COMPROMISSO.

“O interesse existe: o cliente vai à concessionária em busca do Prius, mas desiste pelo preço de R\$ 120 mil. O adequado seria vendermos por menos de R\$ 100 mil. Por ora trabalhamos com a questão de visibilidade, o que inclui ações de empréstimo de veículos a governos estaduais e venda a frotas de táxi, nas quais o desempenho está na casa dos 25 km/l.”

Nas contas de Braun, mais de 10% da produção total da Toyota é de modelos híbridos - são vinte híbridos hoje no portfólio da Toyota e até 2015 serão mais dezoito.

ELÉTRICOS PUROS — A Aliança Renault-Nissan, por sua vez, assumiu a missão de tornar o uso dos carros elé-

tricos uma realidade mundial e investe € 4 bilhões no desenvolvimento dessa tecnologia. Sílvia Barcik, coordenadora do projeto de veículos elétricos da Renault no Brasil, diz que em um ano de sua criação já foram vendidos 66 veículos no País. Dentre eles estão Twizy, Zoe e Kangoo ZE e Fluence ZE.

Além da Itaipu, a Renault também atende a CPFL, que avalia o uso deste tipo de veículo em frotas empresariais e os impactos na rede elétrica. Há unidades em teste na 3M do Brasil, Natura Cosméticos e a distribuidora do Grupo CPFL Paulista.

A Nissan cedeu em regime de comodato 35 elétricos Leaf no País: dez para a frota de táxi em São Paulo, quinze no Rio de Janeiro. Destina ainda outros nove a eventos próprios, já que o modelo não é comercializado no País.

“Há os desafios em termos de incentivos fiscais e em infraestrutura”, lembra Suzuki. “É preciso regulamentar e instalar eletropostos públicos para permitir a recarga dos veículos.”

Esses postos de recarga podem tornar-se obrigatórios em áreas públicas. A medida foi proposta por meio de projeto de lei aprovado no início de abril pela CCJ, Comissão de Constituição e Justiça da Câmara dos Deputados, e agora se encontra para apreciação do Senado.

Takahira, da SAE, conclui que é preciso superar entraves, ainda que a aplicação seja de nicho: “Se o mundo acredita que os híbridos e elétricos serão importantes no futuro, não podemos ficar parados. Mesmo com todos os fracassos, inclusive internacionais.”

AD

Eletricidade progressiva

A busca pelo ponto de equilíbrio de aumento de eficiência energética a custo acessível tem ampliado as discussões a respeito de uma tecnologia que, segundo Luiz Mello, diretor de negócios corporativos da Baterias Moura, pode se tornar bem conhecida pelo brasileiro nos próximos anos: BSG, ou turbo elétrico.

“O motor de partida e o alternador se fundem em uma peça única, a exemplo da tecnologia Start Generator, da aeronáutica. Desse modo, a fonte motriz é a bateria que, mais demandada pelo sistema, tem de ser específica. Ela já está em desenvolvimento pela empresa, em parceria com instituições

internacionais. Sua aplicação, contudo, depende da voracidade da competição e do adensamento da cadeia para produzir com custos competitivos. Há projetos na prateleira, aguardando essa curva ser positiva.”

Baterias para veículos equipados com start-stop são a outra aposta. “A demanda será alta, pois a tendência é de que 70% dos automóveis novos utilizem essa tecnologia, que será o carro-chefe da propulsão elétrica no País. Será o primeiro passo.”

Os fornecimentos a montadoras começam ainda este ano e, segundo Mello, aumentarão progressivamente em volume.



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.

Informações: 0800 772 2778 | mbapaulista@fgv.br

CEA
Centro de Estudos
Automotivos

AUTODATA

Mais energia no transporte urbano

Volvo mantém planos de avançar na tecnologia de ônibus híbrido produzido no Brasil e Weg está pronta para ampliar produção de motores elétricos

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



Divulgação/Volvo

A propulsão elétrica chega em etapas à unidade fabril da Volvo em Curitiba, PR. A produção nacional dos híbridos começou em 2012, com tecnologia híbrido-elétrica que combina motor diesel e elétrico. “Na sequência ingressaremos na etapa elétrica-híbrida, ou seja, o veículo rodará 70% com motor elétrico, invertendo o percentual atual. A terceira será elétrica”, revela Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America.

Para Pimenta a eletromobilidade já é o presente do transporte urbano, atendendo demanda das grandes cidades de reduzir a poluição. A fabricante já vendeu trinta ônibus híbridos em Curitiba e duzentos em Bogotá, na Colômbia. “Assumimos o compromisso de localizar os componentes para atingir o percentual necessário de nacionalização para o Finame. São componentes que jamais seriam feitos no País, caso de compressores elétricos, por exemplo, e não vamos parar: a segunda geração do híbrido já está em desenvolvimento e também será produzida em Curitiba.”

Mas não foram só as linhas produtivas que mudaram, como conta Pimenta: “Adotamos um novo modelo de negócio que envolve também a venda de peças e serviços. Temos o contrato de baterias elétricas que são específicas para o trem de força do veículo e não são vendidas”.

A empresa assina com o cliente um contrato de prestações mensais que cobre qualquer reparo e trocas da bateria até o fim da vida útil do veículo.

O preço de aquisição ainda é um entrave. “Custa de 50% a 60% a mais, mas a economia é superior em 30% a 35%. A partir do quarto ou quinto ano de operação ela é rentabilizada.”

O transporte de passageiros tem muita história no quesito mobilidade elétrica: os trólebus circulam na Capital paulista desde 1949. Atualmente, cinquenta deles possuem um sistema autônomo produzido pela Eletra, com motor de tração Weg que permite percorrer até sete quilômetros sem rede aérea, caso falte energia, como explica Paulino Fumio Hiratsuka, responsável pelo departamento de engenharia, desenvolvimento e produto da Eletra:

“Levantamento da concessionária mostra que as ocorrências que interrompem a rede são por trechos de no máximo três quilômetros, de modo que a solução já se mostra eficiente”.

Umberto Gobbato, diretor superintendente da Weg Automação, produtora de baterias para veículos elétricos, afirma que “o processo de inclusão de elétricos no transporte urbano começou a andar mais rápido, com novos negócios surgindo, pois se trata de uma solução rápida para poluição. Já temos protótipos prontos”.

Os sistemas de propulsão elétrica da Weg equipam mais de duzentos trólebus na Grande São Paulo e mais de oitenta navios de apoio a plataformas. “Foram iniciativas da Petrobras, que encomendou o sistema para os navios. É a prova de que essas tecnologias existem e podem ser desenvolvidas e produzidas no Brasil desde que haja interesse.”

AD

Meta agora
é localizar
componentes
para enquadrar
os veículos nas
exigências do
Finame

Onde está o Inovar-Executivos?

Não faltam nomes nem referências. Falta, sim, que as empresas tenham disposição de identificar profissionais com capacitação e criatividade para garantir o êxito de suas marcas e produtos.

Ao ler, no Boletim AutoData, a notícia de que Anfavea e Sindipeças reunir-se-ão para elaborar plano conjunto fui instigado por tema que há muito tempo me aflige. Que eu exponho: está na hora de executivos brasileiros passarem à condição de reais protagonistas na direção da indústria de veículos.

Afinal, já são palpáveis os benefícios proporcionados pelo programa Inovar-Auto, instituído em 2012 para defender a indústria nacional por meio da maior eficiência energética dos veículos. Tão importantes esses benefícios que motivaram o setor de autopeças a idealizar o Inovar-Peças e a própria Anfavea a imaginar o Exportar-Auto, esse que poderá nascer de negociação das duas entidades, como instrumento de incentivo para a defesa e o aprimoramento do setor e, principalmente,

para ampliar a participação brasileira no mercado externo.

No clima de programas criados para o desenvolvimento de produtos e de efeitos motivacionais as empresas não identificaram, pelo menos por enquanto, a necessidade de um outro Inovar, algo voltado para o profissional do setor, para o ser humano que assume a responsabilidade pelo destino das empresas, pela criação de produtos e programas, por estratégias que garantam o volume de vendas necessário para a amortização dos investimentos e para o sucesso da marca.

Causa surpresa o fato de a grande maioria das empresas instaladas no País desde 1919, quando a Ford identificou aqui um futuro grande mercado, manter a estratégia de ser comandada por executivos estrangeiros, especialmente originários das matrizes. Para

os defensores desse critério trata-se de um procedimento cultural, uma tradição que não pode ser mudada.

Não se trata de xenofobia e também nenhuma contestação ao trabalho desenvolvido, por exemplo, por Thomas Schmall, da Volkswagen, e por outros executivos que presidem fabricantes de veículos instaladas aqui. Mas a história da indústria brasileira tem registrado episódios de nomeações malsucedidas e uma das empresas aqui instaladas é detentora do recorde dessa modalidade. Na sua história de nomeações, depois daquelas que duraram curtos períodos, agora, em vez de executivos de mesma origem da matriz, distinguiu um argentino e, mais recentemente, um colombiano.

É importante esclarecer que não falo em discriminação a profissionais de outros países. Mas o fato de serem sul-americanos demonstra que não se trata de uma regra ou de um procedimento que não possa ser alterado. Com as nomeações de sul-americanos a empresa, estranhamente, demonstra que, embora instalada aqui, não pode ser administrada por um brasileiro, que conhece os costumes do País, o comportamento, carências e aspirações dos empresários das revendas e, principalmente, o que o consumidor deseja. Será que um estrangeiro possui a mesma sensibilidade?

Ou será que as empresas instaladas num País que ocupa uma das principais posições mundiais em número

Está na hora de executivos brasileiros passarem à condição de reais protagonistas na direção da indústria de veículos

de marcas e mantém o quinto lugar em produção e em vendas não conseguem identificar um profissional brasileiro com atributos suficientes para exercer o cargo de presidente?

A Ford é a única a ficar fora deste foco, por ter em seu histórico o reconhecimento de virtudes em brasileiros como Luiz Carlos Mello, Ivan Fonseca e Silva, Antônio Maciel Neto e Marcos Oliveira, dentre os dezoito presidentes que teve ao longo de sua história no País. A General Motors chegou perto, permitindo a vice-presidência nacional a brasileiros, como fez com André Beer e José Carlos da Silveira Pinheiro Neto como exemplos recentes.

No mercado há exemplos importantes para desmistificar essa tradição ou esse desprezo ao executivo brasileiro, como Eduardo Souza Ramos, que

popularizou Mitsubishi e transformou Goiás no centro de produção dessa marca e também da Suzuki, de Carlos Alberto de Oliveira Andrade, o CAO, que, depois de se tornar o Sr. Renault se transformou em Sr. Hyundai, de José Luiz Gandini, que deu prestígio à coreana Kia e venceu o descrédito da marca, e, para completar, de Sérgio Habib, que revolucionou a comunicação automotiva para o lançamento da JAC e a construção de fábrica na Bahia. E o que falar de Roberto Cortes, que fez da MAN Latin America a líder do mercado de caminhões?

Sem esquecer de Flávio Padovan, que, além de tornar conhecida a Land Rover, deu a ela, no Brasil, o mesmo prestígio que desfruta internacionalmente e, de sobra, garantiu a construção de fábrica em território brasileiro. E o que dizer de Paulo Bellini, que há 65 anos iniciou a produção de carrocerias Marcopolo fundando uma empresa que, hoje, atua em dez países e nos cinco continentes, como a maior multinacional do segmento de ônibus?

Nomes e referências não faltam. O que falta é as empresas internacionais abrirem os olhos e terem a disposição de identificar profissionais com capacitação e criatividade para garantir o êxito de suas marcas e de seus produtos. Mas é possível que, embora existam exemplos e profissionais de sobra, as empresas dependerão do governo brasileiro para o lançamento de um novo programa, se possível, com algum benefício fiscal: o Inovar-Executivo. **AD**

Estudo realizado pela Secretaria da Fazenda do Estado do Rio Grande do Sul indica que a atividade automotiva faturou o equivalente a R\$ 70 bilhões em 2013. Gerou R\$ 2 bilhões em ICMS, 8,3% dos R\$ 24 bilhões arrecadados em imposto pelo Estado. São 1 mil 576 empresas no setor, responsáveis por 101,4 mil empregos. Os números são de companhias ligadas aos setores de máquinas e equipamentos agrícolas, de peças e acessórios, de veículos automotores e de ferro e aço.

Em razão do desempenho crescente nos últimos anos o setor é prioritário na política industrial do governo gaúcho. A Sala do Investidor, mecanismo criado pelo Estado para facilitar o trâmite de projetos empresariais, tem 524 propostas em carteira, totalizando R\$ 45,2 bilhões de investimentos e expectativa de gerar 65 mil empregos. A área automotiva participa com 43 projetos e quase R\$ 5 bilhões de recursos, mais de 10% do total, e 7 mil vagas formais.

Terra fértil

Novas operações produtivas e projetos em andamento fazem a participação do Rio Grande do Sul na cadeia automotiva aumentar a cada ano

Roberto Hunoff | roberto@autodata.com.br



Do total, 26 projetos foram concluídos ou estão com obras em andamento, o que totaliza R\$ 3 bilhões e expectativa de abertura de 3,9 mil postos de trabalho. Outros onze projetos foram contemplados com o Novo Fundopem/Integrar, outro programa do governo, somando R\$ 315 mil em investimentos e 2 mil novos empregos. O restante se encontra em processos burocráticos ou em fase de elaboração de projeto.

A maioria dos projetos está vinculada à vocação gaúcha de atuar na cadeia automotiva pesada. Segundo estatísticas da Fabus, Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus, o Estado produz 45% das carrocerias de ônibus do Brasil. No ano passado foram montadas 14,4 mil unidades. A comparação de dados de produção com estatísticas de emplacamentos das associadas à Anfir, Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários, indica que 40% dos veículos rebocados têm marca gaúcha, algo em torno de 30 mil unidades.

Na produção de máquinas e implementos agrícolas a relação é ainda maior. Para o Simers, Sindicato das Indústrias de Máquinas e Implementos Agrícolas do Rio Grande do Sul, a participação gaúcha nos números nacionais é de 65%. Pelos dados da Anfavea, do total de tratores de rodas nacionais emplacados em 2013, mais de 65 mil, quase a metade — em torno de 31 mil unidades — foi produzida no Rio Grande do Sul. A situação se repete no segmento de colheitadeiras, com algo próximo a 45%, totalizando perto de 4 mil unidades do geral de 8,3 mil.

O Estado tem participação menos expressiva nos segmentos de automóveis, caminhões e chassis de ônibus. A General Motors, localizada em Gravataí, é a mais representativa no caso dos automóveis. Sua atuação faz com que o Estado possua a quarta maior produção, com 7% de participação, de acordo com estudos do governo gaúcho. Em chassi para ônibus o volume é bem mais re-

O setor automotivo no RS

R\$ **70**
bilhões de
faturamento

1 576
empresas

101,4
mil empregos

R\$ **5**
bilhões de
investimento

O setor automotivo no RS



presentativo. No ano passado produziu 18%, perto de 6 mil unidades, dos 33 mil emplacamentos nacionais.

MARCAS CHEGANDO — Em caminhões a presença é muito baixa: pouco mais de 0,5%, com perto de 1 mil unidades do total de emplacamentos. Estes dados, no entanto, devem se alterar ao longo dos próximos anos com a chegada de novas operações. O primeiro desembarque foi o da International, em junho de 2013, em fábrica própria em Canoas, após mais de uma década produzindo em parceria com a Agrale, em Caxias do Sul. Até junho a unidade já havia atingido 1 mil unidades. A fábrica tem capacidade instalada para 5 mil caminhões anuais em três turnos.

Quem também desembarcou foi a Foton Aumark do Brasil, que iniciou oficialmente a construção de sua unidade em Guaíba. O complexo industrial que ocupará terreno de 1,5 milhão de m² — o mesmo que receberia a Ford no passado, mas que acabou indo parar em Camaçari, BA — será fruto de investimento inicial de R\$ 250 milhões.

A futura fábrica terá 200 mil m² de área construída e nascerá com capacidade para 21 mil unidades anuais, meta que deverá ser alcançada em dez anos. A expectativa inicial é de 1 mil a 2 mil caminhões anuais, com expansão gradual, a partir de abril de 2016, data para apresentação oficial do primeiro veículo chinês montado em solo gaúcho.

Outro projeto, mas com prazo de maturação mais longo, é o da chinesa Shyian Yunlihong, em Camaquã. Volnei Ribeiro, responsável pela constituição da unidade, estima que em até três meses estejam concluídos os processos jurídicos da empresa, que terá sócio brasileiro, medida necessária para que os produtos possam ser nacionalizados e financiados por meio do Finame.

Inicialmente a intenção é produzir caminhões e chassis para ônibus. Projeta início de produção para 2016. Até lá a política será a de importar unidades para venda no mercado local. Área de 21 hectares, cedida pela prefeitura, será o local da fábrica.

A produção automotiva gaúcha ganhou, em setembro passado, o reforço da Mahindra, que instalou em Dois Irmãos sua primeira fábrica de tratores fora da Índia. Num primeiro momento a unidade opera em prédio locado e produz de trinta a 35 tratores por dia, segundo João Luiz Weber, secretário do município.

A estratégia, porém, contempla construção de operação própria, que deverá estar pronta em dois anos, num investimento de R\$ 100 milhões. Segundo Weber, os tratores em produção já atendem níveis de nacionalização exigidos

O segmento de caminhões ainda tem participação baixa, mas a chegada de novas marcas ao Estado mudará esse quadro



pelo Finame, com fornecimento de peças por empresas da região. Dentre os componentes importados estão motor e diferencial. A Mahindra está produzindo cinco modelos com potências variando de 42 a 95 cv.

FRONTEIRAS AMPLIADAS — Ao mesmo tempo em que recebe recursos na área de caminhões e tratores, o Rio Grande do Sul perde para outros Estados investimentos em ônibus e implementos rodoviários. Em projetos como da Comil, Neobus e Volare os valores superam a casa dos R\$ 300 milhões (veja reportagem a partir da pág. 64).

Em comum nas três iniciativas a busca de competitividade para modelos urbanos. O custo logístico, agravado pela distância dos principais centros fornecedores de chassis e dos mercados consumidores, é fator determinante na migração, bem como a forte atuação, com incentivos, dos municípios e estados contemplados.

A Comil iniciou produção em Lorena, SP, com aporte de R\$ 110 milhões, e a Neobus em Três Rios, RJ, onde aplicou R\$ 90 milhões. A Volare, unidade independente da Marcopolo, prepara início de produção em agosto em São Mateus, ES, com aporte de R\$ 35 milhões, mas que deverá chegar a R\$ 100 milhões em até dois anos. Para Colatina, também no Estado capixaba, estão indo recursos da Tecnovidro, de Farroupilha, que erguerá fábrica de beneficiamento de vidros para o setor automotivo, dentre outros.

O maior investimento em andamento de empresa gaúcha em outro Estado é o da Randon, que aplicará R\$ 500 mi-

O Estado responde por 4,7% do faturamento nacional das autopeças, ocupando a quarta posição no País



lhões em fábrica de vagões ferroviários e de alguns modelos de implementos rodoviários em Araraquara, SP.

Como os demais projetos, também este tem relação forte com a questão logística, já que o mercado de vagões está concentrado na região central, bem como o de implementos rodoviários para algumas linhas, como canavieiro. O início da produção é estimado para o próximo ano.

O segmento automotivo tem elevado índice de integração com importantes cadeias de produção do Estado. A atividade gera demandas para a indústria da metalurgia, borracha e plásticos, automação e controle, eletroeletrônica e semicondutores, dentre outras. Uma das ações em andamento no Rio Grande do Sul para o fortalecimento da com-

petitividade de pequenos fabricantes de autopeças é o Focem Auto. São organizações de pequeno e médio porte instaladas na Grande Porto Alegre e na Serra Gaúcha. No Estado o programa tem o apoio da Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento, Agência Gaúcha de Desenvolvimento Industrial, Federação das Indústrias, Sindipeças e Simecs, Sindicato da Indústria Metal-Mecânica de Caxias do Sul.

A cadeia de suprimentos tem polos bem caracterizados no Rio Grande do Sul. Na Região Metropolitana e na Serra se concentram empresas ligadas ao aço e plástico, e no Vale do Rio dos Sinos, próximo à Capital, é forte a produção de itens de borracha. Na Região Noroeste há outro polo voltado ao aço.

Dados do Sindipeças nacional apon-

tam que o Estado responde por 4,7% do faturamento nacional e 4,8% dos empregos, ocupando a quarta posição no País. É o terceiro em número de empresas, com 5,4% do total de 644 associadas à entidade. O Rio Grande do Sul ainda responde por 9,8% das exportações e por 7,2% das importações de componentes e peças automotivas.

O Simecs de Caxias do Sul representa em torno de 2,9 mil empresas com atuação no segmento metalmeccânico. Na composição da receita da atividade, de quase R\$ 20 bilhões no ano passado, a indústria automotiva participou com 75%, mais de R\$ 15 bilhões, e empregava 45% dos mais de 75 mil trabalhadores da região de abrangência da entidade.

Levantamento da Associação do Aço do Rio Grande do Sul indica que o Estado consumiu 1,5 milhão de toneladas de aço no ano passado, alta de 15% sobre o anterior, índice puxado pela forte demanda de máquinas e equipamentos agrícolas. Caxias do Sul, considerado o segundo maior polo metalmeccânico do País e primeiro do Rio Grande do Sul, absorveu 60% deste volume. Já o Instituto do Aço aponta que a cidade consome 3% do total nacional de aço plano. Em termos de produção o Estado tem baixa participação, restrito somente a uma usina siderúrgica.

O polo de artefatos de borracha, localizado em São Leopoldo, destina 60% de sua produção à indústria automotiva, especialmente para implementos rodoviários e máquinas agrícolas.

A maioria dos produtos se destina aos sistemistas instalados no Estado,

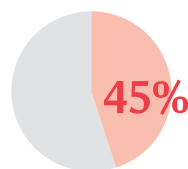
A indústria de componentes plásticos que atende o setor automotivo tem forte presença na Serra Gaúcha

além do mercado de reposição. Para Gilberto Brocco, presidente do Sindicato das Indústrias de Artefatos de Borracha do Rio Grande do Sul, o setor tem como principais vantagens competitivas as iniciativas em inovação nas linhas de produção e a qualidade dos parques e laboratórios tecnológicos à disposição do setor. Ainda cita a capacitação de pessoal por meio das escolas técnicas, como o Centro Tecnológico de Polímeros do Senai de São Leopoldo.

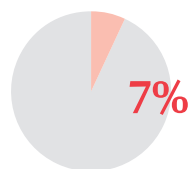
A produção de componentes plásticos para a indústria automotiva tem forte presença na Serra Gaúcha. Responsáveis por mais de 13 mil empregos diretos em oito municípios, as cerca de 500 empresas têm faturamento estimado em R\$ 3 bilhões anuais.

Do total, em torno de 50% tem origem em negócios com o setor automotivo. A região de abrangência do Sindicato das Indústrias de Material Plástico da Serra Gaúcha, reunindo oito municípios num raio de cinquenta quilômetros, é considerada a maior concentração de indústrias de transformação da matéria-prima do Brasil. **AD**

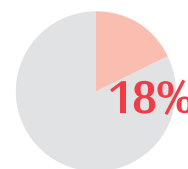
O setor automotivo no RS



das colheitadeiras produzidas, 4 mil unidades



da produção nacional de automóveis



da produção de chassis, 6 mil unidades

1 mil caminhões em um ano

INTERNATIONAL celebra sucesso da produção e conta com mais de 40 pontos de assistência no País

A INTERNATIONAL Caminhões, marca de caminhões da norte-americana Navistar International Corporation, está próxima a atingir o patamar de 1 mil unidades produzidas em sua fábrica brasileira localizada em Canoas (RS), um ano após sua entrada em operação. A produção teve início em 11 de junho de 2013, ocupa 12 mil m² das instalações da companhia e oferece ao mercado dois modelos: o pesado 9800i e o semi-pesado DuraStar.

O 9800i é produzido nas versões 6x2 e 6x4 e atende os requisitos do Finame. O chassi é tratado termicamente e a cabine é feita em alumínio, tornando o 9800i um dos cavalos mecânicos mais leves do mercado mas sem perda de robustez. O motor é o Cummins ISM com 410 cv de potência e freio motor C-Brake com potência de frenagem de até 395 cv. A versão automatizada do 9800i tem transmissão Eaton UltraShift Plus, a única no mercado com 18 marchas que auxilia nas partidas em rampa e possui módulo de descida de serra, otimizando o uso do freio motor. Isso confere melhor desempenho na operação aliado a economia.

O semi-pesado DuraStar é fabricado nas versões 4x2, 6x2 e 6x4 e também está enquadrado nas regras do Finame. O modelo tem design de cabine que reúne o clássico com o moderno, além de ser ergonomicamente eficiente, melhorando a dirigibilidade e permitindo acesso ao motor e aos demais itens de manutenção. O modelo utiliza motor MWM Acteon 7.2 com 274 cv de potência, com excelente desempenho e economia de combustível.

Para atender os clientes em todo o Brasil, a INTERNATIONAL Caminhões está em constante expansão de sua rede autorizada. A empresa dispõe no departamento de Vendas, Assistência Técnica e Peças de Reposição de mais de 40 pontos de assis-



tência distribuídos em todas as regiões brasileiras.

A estratégia de expansão da INTERNATIONAL tem atraído para seu lado empresas de grande tradição no ramo de manutenção de caminhões propiciando cobertura nas principais rotas do transporte rodoviário brasileiro. A principal característica desses pontos de atendimento é que eles possuem a mesma capacidade de assistência de um concessionário, ou seja, contam com infraestrutura, serviços, garantia, estoque de peças de reposição e tudo mais necessário para atender os clientes da marca em todo o Brasil. ■



INTERNATIONAL Caminhões
Av. das Nações Unidas, 22002 – CEP 04795-915
São Paulo – SP - (11) 3882-3200
SAC: 0800 979-0144
www.internationalcaminhoes.com.br
Presidente - Guilherme Ebeling
Diretor de Vendas - Fred Petroff

Hamacek



Bernardo Hamacek assume a posição de CEO da Foton Aumark do Brasil, representante da Beiqi Foton Motor para caminhões.

Leoncini

O executivo Roberto Leoncini assume a vice-presidência de marketing, vendas e pós-venda da Mercedes-Benz do Brasil para caminhões e ônibus. Ele ocupava a diretoria-geral da Scania no Brasil, onde trabalhou por 26 anos, e foi contratado pela montadora de origem alemã em abril deste ano.

Thyana

A Volvo Cars Brasil anuncia Thyana Otsuka como nova CFO em suas operações no País. Desde 2010 a executiva ocupava o cargo de gerente financeira na companhia e a partir do início deste ano atuava como CFO interina, no lugar de Luís Rezende, atual presidente da marca no País.

Neivia

A Goodyear Tire & Rubber Company anuncia Neivia Justa como sua nova diretora de comunicação e relações públicas para a América Latina. Sua chegada faz parte do processo de fortalecimento da marca na região, iniciado em 2013 com o lançamento da campanha Quilômetros de Histórias.

Nava

Marcos Nava é o novo diretor de compras do Grupo Veículos da Eaton na América do Sul. Ele será responsável também pelas áreas de engenharia de desenvolvimento de fornecedor e executará seu trabalho na unidade de Valinhos, SP. Nava já passou por empresas de grande porte como GM e Magneti Marelli.

Oscar Freire 1

A Audi do Brasil inaugura na rua Oscar Freire, na Capital paulista, o Audi Lounge São Paulo. Com área de 600 m², o espaço contempla exposição de veículos, dados históricos da marca e boutique.

Oscar Freire 2

Já o espaço Citroën Experience Centre, na mesma Rua Oscar Freire, encerrou as atividades no dia 22 de junho depois de dois anos de funcionamento. Local recebeu cerca de 100 mil visitantes e foi palco de lançamento dos modelos da linha DS.

Pneus

A Continental foi nomeada fornecedora de pneus como equipamento original de dois modelos da GM: S10 e Onix a partir de 2016. A empresa promete auxiliar na redução de consumo de consumo dos veículos.

Fras-le

A Fras-le comemora 25 anos de seu Círculo de Controle da Qualidade, iniciativa que conta atualmente com 48 grupos para aprimorar processos e envolve funcionários de várias áreas da empresa.



Divulgação/Ford

Mogi das Cruzes

A Ford inaugura o primeiro centro de serviços da marca Quick Lane fora de um distribuidor. Fica em Mogi das Cruzes, SP, seguindo conceito de conveniência e transparência para o consumidor, com atendimento multimarca. Além de serviços rápidos como troca de óleo, alinhamento e balanceamento, o local também está equipado para fazer as revisões de garantia de carros da Ford.

Rafkin

Scott Rafkin assume a presidência da Volvo Financial Services, o braço financeiro do Grupo Volvo, cargo que ocupava interinamente desde janeiro. Rafkin mora nos Estados Unidos, tem dezessete anos de experiência em serviços financeiros e agora será membro do Volvo Group Executive Team.

Carlbaum



Divulgação/Scania

Mathias Carlbaum, que ocupava cargo similar na Scania Ibérica, é o novo diretor-geral da operação comercial da Scania no Brasil. Carlbaum ingressou na companhia em 1997.

Aliança

A Aliança Renault-Nissan registrou sinergias recorde em 2013, com um montante de € 2,87 bilhões contra € 2,69 bilhões em 2012. As principais fontes de sinergias geradas na Aliança estão concentradas em compras, mecânica e engenharia.

Resende

A Nissan inaugura Centro de Armazenamento e Distribuição de Peças em Resende, RJ: 16,4 mil m² de área total, com possível ampliação para até 35 mil m². Capacidade de estoque de 681 mil peças, equivalente a seis meses de demanda. E 82 funcionários.

Dubai

A Fras-le inaugura centro de distribuição em Dubai, nos Emirados Árabes, onde participou como expositora da Automechanika Dubai, juntamente com a Controil.

Foison

A chinesa Lifan Motors lança o mini truck Foison no mercado brasileiro. Modelo inaugura a participação da marca no segmento de veículos urbanos de carga e chega à rede de concessionárias em julho com preço inicial de R\$ 34,9 mil.

Mudança

A rede Dipesul, representante da marca Volvo para caminhões e ônibus no Rio Grande de Sul, aplicou R\$ 12 milhões em nova unidade em Caxias do Sul. Após três décadas localizada na BR-116 a operação cresceu três vezes de tamanho no novo endereço, na RS-122, no trevo de Monte Bérico. Saiu de uma área construída de 1,8 mil m² para outra de 5,5 mil m². Criada para ser uma das mais inovadoras do País.



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



Divulgação/Audi

BMW

O BMW Group Brasil tem nova representação de vendas em três cidades a partir de julho. O Grupo Saga, de Goiânia, GO, passará a comercializar modelos BMW, MINI e BMW Motorrad. A Grand Brasil representará a marca BMW em São Paulo e as marcas BMW e BMW Motorrad em Alphaville.

Classe C

A Mercedes-Benz inicia a produção da nova geração do sedã Classe C nos Estados Unidos. O modelo será fabricado no Brasil a partir de 2015.

Performance

A unidade brasileira da Johnson Controls Power Solutions recebe da PSA Peugeot Citroën brasileira prêmio Spare Parts Delivery Performance, pelo segundo ano consecutivo. Empresa fabrica as baterias Heliar.

Audi RS 7

O Audi RS 7 Sportback já está disponível no mercado brasileiro.

A nova versão do grande cupê de cinco portas tem faróis em LEDs e sistemas de informação e entretenimento avançado. O preço sugerido é de R\$ 589,3 mil.

Câmeras

Ford e Intel anunciam pesquisa em conjunto para novas possibilidades de aplicação de câmera dentro de veículos. Tecnologia pode permitir que o veículo identifique o proprietário por meio de software de reconhecimento facial e ainda acesso a imagens via smartphone.

Banco giratório

A Cavenaghi apresenta o TurnyEvo, banco giratório que facilita a entrada e saída de passageiros com necessidades especiais em veículos altos.

Espírito Santo

A Agrale assina protocolo de intenções com o governo do Espírito Santo e a prefeitura de São Mateus para instalação de uma fábrica no município de São Mateus. A nova unidade começa a produzir chassis para ônibus a partir de 2015. O investimento estimado é de R\$ 40 milhões e deve criar duzentos empregos diretos na primeira fase. A unidade é estratégica, pois ficará próxima à recente fábrica da Volare, que inicia produção de ônibus neste segundo semestre.

Comil

A Comil conquistou o selo E2/R66 para o ônibus rodoviário Versatile Gold. Título de segurança veicular segue norma europeia ECE-R66.

Land Rover

Além de produzir veículos de luxo das marcas Land Rover e Jaguar no Brasil, em Itatiaia, RJ, a montadora de origem britânica também fabricará motores por aqui, em fábrica que será erguida no mesmo complexo fluminense.

Nissan

A Nissan assina com a UFRJ acordo de cooperação e intercâmbio científico e tecnológico ao uso de veículo elétrico em áreas urbanas. A empresa cederá um Leaf para ações do Projeto Fundo Verde, desenvolvido pela universidade FCA.

Japão

A produção de veículos no Japão demonstra claros indícios de recuperação: o país asiático registrou em maio a nona alta consecutiva nos índices. Segundo dados da Jama, a Anfavea japonesa, foram fabricadas 774 mil unidades no mês, em alta de 6,1% na comparação anual. No segmento de automóveis total de 655 mil unidades, em avanço de 6% ante mesmo mês de 2013.

Resfri Ar, referência nacional em conforto, qualidade e segurança para a sua viagem.



Resfri Ar
Climatizadores

Empresa Certificada:
ISO 9001 - ISO TS 16949 - ISO 14001

Utilize o qr code e
acesse nosso site

www.resfriar.com.br



Verde é quem abraça o desafio

Empresas “verdes” são, de fato, mais respeitadas. Mas quais ações efetivamente permitem que se construa a reputação de uma empresa? Plantio de árvores? Apoio a projetos sustentáveis? Programas motivacionais de economia de água e energia? Quando a regulamentação das emissões de veículos automotivos engatinhava, a Toyota impôs em sua agenda de prioridades o desafio de tornar suas operações mundiais ambientalmente sustentáveis.

A ONU, ao estabelecer o dia 5 de junho como o Dia Mundial do Meio Ambiente, inspirou a montadora a criar o Mês Toyota do Meio Ambiente, também em junho, promovendo ações diárias de educação ambiental de colaboradores como coleta seletiva, redução no consumo de recursos naturais e reciclagem de resíduos.

A empresa entendia que não investir naquele momento colocaria em risco sua reputação de décadas dedicadas a desenvolver tecnologias limpas. E hoje, unidades fabris ecologicamente corretas com painéis que transformam a luz do sol em energia limpa, com iluminação natural para economizar eletricidade e reaproveitamento

de detritos são exemplos de iniciativas que tornaram a Toyota, em 2013, a marca mais verde do mundo pelo terceiro ano consecutivo, de acordo com o relatório Interbrand “Best Global Green Brands”, entidade internacional que avalia conceitos sustentáveis de marcas do mundo inteiro.

Mais tarde, em 1997, a Toyota desenvolveu o Prius, primeiro híbrido produzido em larga escala, economizando aproximadamente 15 milhões de quilolitros de gasolina se comparados à quantidade utilizada por veículos movidos à gasolina de tamanho similar. Hoje, a Toyota possui uma linha de veículos híbridos composta por 19 modelos e uma frota de mais de cinco milhões em todo o mundo.

Há cinco anos foi instituída a Fundação Toyota do Brasil. Dentre os projetos socioambientais abraçados pela entidade estão o Arara Azul, no Pantanal sul-mato-grossense, o Toyota APA Costa dos Corais, no Nordeste, e ações locais que buscam o desenvolvimento profissional assegurando qualidade à educação e à sustentabilidade com foco no futuro.

Futuro que está sendo traduzido em outras iniciativas como a Ecofactory

da Toyota, em Sorocaba, SP. A primeira fábrica do país a ser implantada totalmente dentro do conceito sustentável da montadora reduz em 50% o consumo de água e 60% as emissões de compostos orgânicos voláteis e diminui também o impacto dos processos por meio da pintura à base de água ao invés de solvente.

A Toyota acredita que problemas ambientais não podem ser resolvidos apenas com tecnologia. Não importa quanto progresso ocorreu no passado, a meta original daquela ideia impregnada sobre sustentabilidade era deixar um legado: de que empresas assumam a responsabilidade por questões ambientais e que isto não seja alterado.

Em outras palavras, uma simples lâmpada desligada é uma atitude responsável. E quando os efeitos cumulativos de ações sustentáveis têm impacto significativo na sociedade e meio ambiente global, estamos falando de uma responsabilidade presente no DNA de uma corporação. Empresa verde não aguarda legislações mudarem nem luta contra elas. Empresa verde é aquela que abraça o desafio de práticas verdadeiramente sustentáveis como fundamento básico de gestão. **AD**

George Costa e Silva | [diretor-executivo da Fundação Toyota do Brasil](#)

**Desempenho e rentabilidade
nunca caminharam tão juntos.**

Respeite os limites de velocidade.



Os chassis para ônibus Scania são desenvolvidos levando-se em consideração o conforto dos passageiros, o desempenho oferecido ao motorista e o respeito ao meio ambiente. Robustos e confiáveis, contam com um potente motor dianteiro, pronto para as mais diversas exigências de transporte, garantindo o maior torque da categoria. Além de trazerem a rentabilidade e a confiabilidade presentes em todos os produtos e serviços Scania, para que o seu ônibus esteja sempre em movimento.

Consulte a sua Casa Scania.

Faz diferença ser Scania.

**Novos chassis de ônibus Scania
com motor dianteiro.**



SCANIA

www.serief.scania.com.br



[facebook.com/ScaniaBrasil](https://www.facebook.com/ScaniaBrasil)



Agora, todo carro pode ajudar a natureza.

Novo lubrificante Ipiranga F1 Master Performance Verde. Só mesmo com muita tecnologia para fazer um lubrificante sustentável.

- Reduz a emissão de CO₂.
- Proporciona economia de combustível.
- Embalagem elaborada com compostos vegetais.
- Processo de produção amigável com o meio ambiente.

Faça sua parte pelo futuro do planeta.

