



PRÊMIO UNIVERSITÁRIO
ABERJE

O DESAFIO - GM

2014

REALIZAÇÃO



PARCERIA

Maxpress

PATROCÍNIO





PRÊMIO UNIVERSITÁRIO ABERJE - 2014 | PATROCÍNIO GM

I - A empresa

Na mítica cidade de Detroit, nos Estados Unidos, a então meca da incipiente indústria automobilística mundial, a Chevrolet foi fundada em 1911. Desde o início, a inovação tecnológica foi o esteio de lançamentos de veículos que fariam a história no mercado global. Em 1913, usa pela primeira vez o logotipo “gravatinha” e quatro anos depois a empresa se tornaria uma divisão da General Motors, fundada anos antes em Michigan.

Nos anos 1950, a montadora norte-americana iniciaria a comercialização do icônico Corvette e do motor small-block V8. A primeira geração de Camaro chegaria ao mercado em 1967, com motorização de alto desempenho.

A empresa vendeu no mercado brasileiro 649.792 veículos em 2013, ocupando o terceiro lugar no ranking das maiores indústrias automobilísticas brasileiras. A marca Chevrolet no Brasil é constituída de 16 modelos produzidos e/ou comercializados.

Vendas da Chevrolet nos últimos oito anos no mercado brasileiro:

2005 – 365.259	2009 – 595.536
2006 – 409.922	2010 – 657.724
2007 – 498.693	2011 – 632.219
2008 – 548.941	2012 – 642.649
	2013 – 649.792

Fonte: Anfavea

Grandes marcos no Brasil

A GM conta com 23 mil empregados distribuídos por seus três complexos industriais fabricantes de veículos: São Caetano do Sul (SP), São José dos Campos (SP) e Gravataí (RS), além de outras quatro unidades localizadas em Mogi das Cruzes (Fábrica de componentes estampados e subconjuntos), Sorocaba (Centro Logístico Chevrolet), Indaiatuba (Campo de Provas da Cruz Alta) e Joinville (Fábrica de Motores e Cabeçotes de Alumínio), sem contar os escritórios comerciais em várias regiões do Brasil. A rede de atendimento ao cliente se espalha por 600 pontos de venda e serviços de assistência técnica. Nos últimos anos, a GM investiu no País mais de R\$ 5 bilhões em tecnologia, na ampliação da capacidade produtiva e no desenvolvimento de novos veículos.

II - O jeito de ser da General Motors no Brasil

A visão e os valores da General Motors podem ser evidenciados por meio de ações concretas da companhia no Brasil.

A visão

“Nossa visão é desenhar, montar e vender os melhores veículos do mundo.”

O fato

A fábrica de motores da GM em Joinville (SC), inaugurada em fevereiro de 2013, é uma das mais sustentáveis do mundo. De suas linhas industriais, saem motores 1.0 e 1.4 e cabeçotes de alumínio. A unidade fabril é a primeira a implantar um conjunto de sistemas pioneiros na área de eficiência energética e proteção ao meio ambiente, com destaque para a energia fotovoltaica - gerada a partir da luz do sol -, reciclagem de água industrial por meio de osmose reversa e tratamento inédito de efluentes e esgotos por meio de jardins filtrantes. As iniciativas, que fazem dela uma fábrica sustentável, incluem processos que a tornam uma das primeiras do Brasil a ter 100% dos resíduos industriais reciclados.

Nossos Valores

1) “O cliente é o nosso Norte”

“Nosso processo de decisão é totalmente baseado em nossos clientes”

O fato

O sonho de toda marca não é apenas ter clientes, mas sim fãs. Disso, a Chevrolet não pode reclamar no Brasil. Um exemplo são os clubes de proprietários de Monzas, Agiles, Corsas e diversos outros modelos de automóveis fabricados pela montadora.

Um dos maiores símbolos dessas associações espontâneas é o Chevrolet Clube do Brasil de Carros Antigos. São 180 participantes ativos que colecionam mais de mil modelos com atestados de originalidade, incluindo um exemplar único de Cadillac Lasalle e um (dos dois únicos existentes no mundo) do Chevrolet 1942 conversível. Tudo começou em 1995, quando aficionados se reuniam no bairro da Mooca, em São Paulo, para exibir seus modelos. Hoje, com sede própria, costuma reunir 70 associados em seus jantares semanais no clube.

Nossos valores

2) “Importância dos relacionamentos”

“Trabalhamos e nos preocupamos com todos que fazem parte da GM, com total respeito, transparência e admiração pelos pontos fortes de cada um”

O fato

O Clube dos 30 reúne aproximadamente 8 mil aposentados da GM no Brasil, incluindo os cônjuges dos antigos profissionais. São veteranos que decidiram doar a experiência e a disposição para ajudar as comunidades que circundam as unidades fabris da empresa. Organizam 17 eventos por ano, incluindo duas excursões com cerca de 100 participantes cada. Todos os anos eles auxiliam na distribuição das doações de roupas para a Campanha do Agasalho, no último ano, foram 4 toneladas arrecadadas, produzem centenas de peças de tricô e bordados para entidades assistenciais, além de colaborar nas campanhas de saúde e segurança.

Os veteranos realizam suas atividades em estreita parceria com a GM e com a Associação Desportiva Classista General Motors do Brasil (ADC), que em SCS conta com uma instalação com piscinas, quadras de tênis, ginásio de futebol, salas de ginástica, incluindo jogos de salão e uma pista profissional de boliche.

Nossos valores

3) “A excelência individual é essencial”

“Cada um de nós se esforça para atingir o mais alto nível de desempenho e conquistar a credibilidade de nossos clientes e colegas de time, atuando com integridade e responsabilidade”

O fato

Formado em Engenharia Mecânica Automobilística pela Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), Leandro Moraes Rosa, de 35 anos, não hesitou na hora de escolher a manta que cobriria o berço de sua filha recém-nascida. Enquanto muitos costumam optar pelos escudos de clubes de futebol ou motivos infantis, Leandro cobriu a filha com o logotipo da Chevrolet.

Exagero? Desde criança, Leandro sonhava em produzir automóveis e herdou do pai o gosto pelos modelos da GM. A bordo deles, viajou ao Pantanal e outros lugares paradisíacos do Brasil. Por fim, quando escolheu a faculdade, de Engenharia de Produção, sempre imaginou que poderia ser selecionado pela GM. Foi o que ocorreu há oito anos. Trabalhou no Centro de Provas em Indaiatuba e hoje está no Centro Tecnológico em São Caetano do Sul, participando do desenvolvimento de carros. Sua confiança na montadora é tanta que seus familiares e amigos foram influenciados por ele. Desde que entrou na empresa, já vendeu 23 automóveis para seus parentes e conhecidos.

Para obter mais informações sobre a GM, consulte:

<http://www.chevrolet.com.br/universo-chevrolet/sobre-a-gm/a-companhia.html>

O conceito de mobilidade

Segundo a Lei Federal 12.581 (Brasil, 2012), a Mobilidade Urbana é considerada a condição em que se realizam os deslocamentos de pessoas e cargas no espaço urbano. Um exemplo da contribuição da GM para a mobilidade urbana na cidade de São Caetano do Sul é o Passeio Ciclístico, organizado há 19 anos pela empresa para marcar o Dia do Chevrolet, data oficial no calendário de São Caetano, comemorada em julho.

Como um dos objetivos do passeio é integrar empresa e comunidade, não só empregados, mas habitantes de São Caetano do Sul podem participar do passeio, que tem sua largada e chegada em frente ao clube da GM, passa dentro das dependências da fábrica e importantes vias da cidade, que são interditadas para o evento. Os participantes podem ganhar uma camiseta comemorativa doando um quilo de alimento não perecível. As doações são enviadas para uma instituição da cidade, definida pelo Instituto General Motors, braço social da GM. Em 2013, foram cerca de 1600 participantes e mais de 1 tonelada de alimentos arrecadados.

A cada ano, um modelo da Chevrolet é eleito como carro madrinha. Em 2011, foi o Chevrolet Volt, primeiro carro elétrico produzido em escala no mundo. O Passeio Ciclístico mostra as diversas facetas das iniciativas da GM: o investimento em veículos modernos e não poluentes, a solidariedade, bem como a saúde e o bem-estar. Além disso, o passeio mostra que diferentes modais podem conviver no espaço urbano.

III - O Desafio

O carro como vilão

Em uma pesquisa realizada com 3 mil consumidores nascidos entre 1981 e 2000 – geração chamada de ‘millennials’ – a empresa de pesquisas Scratch perguntou aos jovens norte-americanos quais eram as suas 31 marcas preferidas. Nenhuma marca de carro ficou entre as TOP 10, ocupando lugares bem abaixo de empresas como Google e Nike. Além disso, 46% dos motoristas de 18 a 24 anos declararam que preferem acesso à internet a ter um carro, segundo dados da agência Gartner.

A tendência de não-valorização do carro já foi apontada também pelos jovens aqui no Brasil. A pesquisa O Sonho Brasileiro, produzida pela agência Box1824, questionou milhares de ‘millennials’ sobre sua relação com o País e o que esperavam para o futuro. A maioria das pessoas que opina enxerga o carro como um vilão que polui e tira espaço da cidade e acredita que a solução está no investimento em transporte público de qualidade.

Veja mais em:

<http://thecityfixbrasil.com/2012/03/26/desinteresse-dos-jovens-por-carros-preocupa-montadora/#sthash.mFgnSlta.dpuf>

IV - O que você precisa resolver

A GM lança o desafio aos estudantes para que sejam desenvolvidos projetos com o seguinte objetivo:

Alinhada a sua visão e valores, e mantendo o foco em seu negócio, como a GM pode contribuir com novas ideias para melhorar a mobilidade urbana e comunicá-las?

Preste atenção!!!!

A) Antes de começar os trabalhos, leia com atenção as regras do concurso:

www.premiouniversitarioaberje.com.br

B) Leia também o relatório de sustentabilidade da GM e conheça todos os detalhes dos compromissos econômicos, sociais e ambientais da empresa no Brasil:

<http://www.maxpressnet.com.br/e/gm/RelatoriodeSustentabilidade.pdf>

C) Estas são ações que a GM já realiza e estão ligadas à sustentabilidade/mobilidade:

- Chevrolet VoltXpedition:

<http://www.voltxpedition.com.br/>

http://media.gm.com/media/br/pt/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/br/pt/2011/Aug/0805_volt.html

- Fábrica de Joinville:

<http://media.gm.com/media/br/pt/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/br/pt/2014/Mar/0312-joinville.html>

- Tracker Freeride:

<http://media.gm.com/media/br/pt/chevrolet/news.detail.html/content/Pages/news/br/pt/2013/Dec/1209-tracker.html>

- Passeio Ciclístico:

http://www.maxpressnet.com.br/e/gm/gm_12-07-12.html

Bom trabalho!