



Mercedes-Benz

MERCADO

A tradicional estrela de três pontas símbolo da marca Mercedes-Benz é sinônimo de qualidade automotiva em qualquer parte do mundo. No Brasil, onde já produziu mais de 1,7 milhões de veículos comerciais, é a marca líder no segmento dos automóveis de luxo, caminhões e ônibus.

Produzindo unidades para mais de cinquenta países, a operação brasileira da Mercedes-Benz é também a maior exportadora de veículos comerciais da América Latina.

A operação se tornará internacionalmente ainda mais relevante, quando concluído o investimento de R\$ 1,5 bilhão que, até 2010, ampliará em 25% a capacidade da planta de produção de veículos comerciais instalada no município paulista de São Bernardo do Campo.

CONQUISTAS

São incontestes as demonstrações da força da marca Mercedes-Benz no mercado brasileiro. Desde a introdução da categoria 'Caminhão' no estudo Top of Mind desenvolvido pelo jornal Folha de S. Paulo, há cinco anos, Mercedes-Benz é a marca

mais lembrada pelos consumidores.

Este ano, venceu 12 das 23 categorias do Prêmio Lótus, cujos resultados são fundamentados nas informações oficiais da Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores). No mesmo prêmio conquistou o título de 'Marca do Ano' em 'Veículos Comerciais'.

Essa força de marca decorre da conjunção entre produtos de qualidade e uma atividade de suporte e relacionamento com os clientes que já lhe valeu a condição, em seis anos consecutivos, de "empresa com melhores práticas em serviços ao cliente de automóveis de luxo", em evento organizado pela revista Consumidor Moderno.

Deve-se também à intensa preocupação com os impactos sociais da atuação da companhia, que já lhe valeu o prêmio Top Ambiental, concedido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil.

HISTÓRIA

A origem da corporação teve início há mais de um século, na Alemanha. É, em verdade, fruto do primeiro capítulo da motorização veicular no mundo. Os protagonistas dessa façanha foram

Gottlieb Daimler e Karl Benz, que construíram paralelamente os primeiros

automóveis motorizados da história, para depois, em 1926, juntarem suas operações pioneiras, a Daimler-Motoren-Gesellschaft e a Benz & Cia, constituindo assim a Daimler Benz e passando, nesse mesmo ano, a produzir os primeiros veículos sob uma nova marca, Mercedes-Benz.

Desde ano em diante, Mercedes-Benz passaria a se constituir num símbolo de prestígio, qualidade Premium, performance e exclusividade em todo o mundo.

A primeira fábrica brasileira da empresa foi inaugurada em 1956, na cidade paulista de São Bernardo do Campo, e dedicou-se à produção de caminhões. Em 1979, foi inaugurada uma planta de produção de ônibus na cidade de Campinas e, em 1999, teve início a operação da fábrica de automóveis de Juiz de Fora (MG).

Desde 1991, a unidade de São Bernardo do Campo conta com um moderno e avançado Centro de Desenvolvimento Tecnológico, pioneiro no mercado brasileiro e o maior da marca Mercedes-Benz fora de seu país de origem (a Alemanha). Atualmente, o Brasil é o principal centro mundial de competência do Grupo Daimler (detentor da marca), para desenvolvimento e produção de chassis de ônibus.

Os veículos Mercedes-Benz participaram ativamente do desenvolvimento brasileiro nas últimas décadas. Estiveram presentes na construção de Brasília e de inúmeras estradas, nas obras dos principais aeroportos do país - Cumbica, em São Paulo, e Galeão, no Rio de Janeiro - ajudaram a construir metrô, trabalharam nos projetos da ponte Rio-Niterói, da usina de Angra dos Reis e da barragem de Itaipu, entre outros.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Mais de 40 modelos compõem o conjunto de automóveis comercializados no Brasil pela Mercedes-Benz. Essa oferta inclui sedans médios e grandes, tourings, mono-



volumes, coupés, conversíveis, cabriolets, SUVs, esportivos e 4x4. Todos trazem a inconfundível personalidade de um Mercedes-Benz, símbolo máximo da qualidade e de tecnologia avançada aplicada a automóveis.

Linhas completas de caminhões e ônibus produzidos no Brasil também integram o portfólio da empresa, que aqui fabrica ainda a linha Sprinter, composta por veículos comerciais ideais para qualquer tipo de negócio e aplicação: transporte de carga, pessoas e prestação de serviços, entre outras.

EVOLUÇÕES RECENTES

Pioneirismo e inovação são marcas registradas da Mercedes-Benz, cujos criadores foram os responsáveis pela construção dos primeiros automóveis motorizados do mundo. A marca está associada a diversas inovações em veículos comerciais. Por exemplo: os primeiros motores diesel com gerenciamento eletrônico produzidos no Brasil, motores a gás, freios a disco para caminhões, freios ABS e ASR, freio-motor Top Brake e o super freio-motor Turbo Brake. Na linha de automóveis, desde os anos 90 a empresa implementa uma estratégia de inovação sem precedentes na indústria automobilística, já materializada em modernos itens de engenharia, design e segurança.

Além disso, as inovações futuras da indústria automobilística mundial são sempre antecipadas pelos carros-conceito da Mercedes-Benz. Um deles - o sedan fastback de quatro portas, o 500 Mind - apresenta mais de uma dúzia de novas idéias destinadas a aumentar a segurança, a tecnologia de direção e o conforto.

Outro carro conceito - o Bionic Car - tem design inspirado em formas da natureza. E o F 600 Hygenius é acionado por uma célula de combustível de emissões zero.

No Brasil, veículos da empresa abastecidos com biodiesel já percorreram mais de 2,2 milhões de quilômetros em testes operacionais. É a maior quilometragem de testes operacionais com biodiesel já percorrida por um fabricante de veículos comerciais da América do Sul.

COMUNICAÇÃO

A preocupação da Mercedes-Benz com os benefícios obtidos por seus clientes está claramente expressa no atual slogan da comunicação de seus veículos comerciais: "A sua excelência é o nosso negócio". Essa preocupação materializa-se inclusive na implementação dessa comunicação, atualmente apresentada na forma de depoimentos de clientes reais: empresários, caminhoneiros e motoristas.

VALORES DA MARCA

A Mercedes-Benz trabalha para ser referência como produtora e fornecedora dos melhores veículos comerciais, automóveis, componentes e serviços, atendendo às necessidades e expectativas de seus clientes. Busca também criar valor para seus acionistas, e para os demais públicos com os quais se relaciona.

A marca tem por objetivos estratégicos básicos: gerar lucratividade sustentável e ser referência na indústria brasileira; oferecer novos produtos com alto nível de competitividade em custo e qualidade; atender às necessidades dos clientes e manter

forte posição no mercado; trabalhar com fornecedores que são referências em qualidade e custo; ser uma empresa com excelência nos processos internos; ter colaboradores motivados e ser uma excelente empresa para se trabalhar.

Seu Código de Ética exige de todos os colaboradores a responsabilidade social e o compromisso com os mais elevados padrões éticos.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE MERCEDES-BENZ

- A marca Mercedes foi criada como uma homenagem de Gottlieb Daimler a Mercedes Jellinek, filha de Emil Jellinek, um de seus clientes mais fiéis.
- Embora a legislação brasileira exija essa mistura apenas a partir de 2013, os ônibus, caminhões e Sprintsers da Mercedes-Benz, de qualquer ano de fabricação, já podem ser abastecidos com biodiesel B5 (5% de biocombustível no diesel). E a empresa já pesquisa veículos capazes de usar o combustível B100: 100% biodiesel.
- Saiu da fábrica, em maio deste ano, o ônibus de número 500 mil produzido pela Mercedes-Benz no Brasil. O veículo foi doado à instituição Projeto Meninos e Meninas de Rua de São Bernardo do Campo, que o utilizará no transporte dos jovens beneficiados por seus projetos sociais.

