

AUTODATA



From the Top
Adalberto Maluf,
da BYD

PSA FCA
Nasce o quarto maior grupo automotivo do mundo

VAI E VEM
Novas realidades espelhadas nos rankings de 2019

KIA RIO
Do México vêm ventos de esperança para Gandini

HORA DE LIGAR O ALERTA

Não param de surgir sinais de que a indústria nacional precisa interpretar com maior atenção e cuidado o que está acontecendo no mundo. E o Rota 2030 passa à margem deles.

CHEVROLET EQUINOX. ENTRE ESPORTIVIDADE E SOFISTICAÇÃO, ESCOLHA O SUV QUE TEM OS DOIS.



3 ANOS
DE GARANTIA

Encontre o equilíbrio entre sofisticação e esportividade dentro de um Chevrolet Equinox. Um SUV com motor turbo de 262 cv que vai de 0 a 100 km/h em apenas 7,6 segundos. Toda essa potência sem deixar de lado o conforto de um completo pacote de tecnologias que transformam a experiência de dirigir um Equinox no mais puro prazer.

FIND NEW ROADS™

www.chevrolet.com.br/suvs/equinox



No trânsito, dê sentido à vida.

Os serviços OnStar dependem da disponibilidade da rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade do sinal de GPS. Visite www.chevrolet.com.br/onstar smartphone. Consulte uma concessionária Chevrolet ou o site www.chevrolet.com.br para obter informações sobre as versões, configurações disponíveis e condições da Poluição do Ar por Veículos Automotores. Faça revisões em seu veículo regularmente. CAC: 0800 702 4200 - Ouvidoria GMAC: 0800 722 6022.



#LADOSUVOUESPORTIVO

CHEVROLET



para verificar a área de cobertura, bem como demais limitações dos serviços OnStar. Alguns dos recursos e as funções disponíveis podem depender de compatibilidade com o dispositivo de garantia. Procure o seu consultor de vendas para conhecer todos os acessórios disponíveis. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve – Programa de Controle

**CONJUNTURA
DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO**

20

Pablo Di Si, presidente da VW, clama por união nacional em torno de uma estratégia para a indústria automotiva pós-Rota 2030

**TECNOLOGIA
DIGITALIZAÇÃO**

34

Ferramentas digitais ganham corpo no setor automotivo e fortalecem adoção da Indústria 4.0

**MONTADORES
ACORDOS**

42

Grupos FCA e PSA unem forças para criar o quarto maior grupo automotivo do mundo

**TECNOLOGIA
EVENTO**

46

Enquanto a indústria da tecnologia transforma o futuro em presente, as automotivas insistem em expor conceitos que, muitos deles, não chegam ao mercado. Mas houve exceções.

**LANÇAMENTO
KIA RIO**

52

A possibilidade de trazer modelos sem imposto de importação do México deverá ajudar a Kia a ampliar volumes no Brasil

**MERCADO
RANKING**

26

Fiat Chrysler ultrapassa GM para reassumir a liderança em vendas no País. VW mantém escalada e Renault se firma como quarta colocada.

**INDÚSTRIA
MERCADO EXTERNO**

38

Crise na Argentina intensificou ainda mais a busca brasileira por novos mercados de exportação

**MONTADORES
ANIVERSÁRIO**

44

Renault iniciou produção local de seus motores nacionais em 1999, na fábrica de Curitiba, PR

**ESPECIAL
GERENCIAMENTO DE CRISE**

50

Reportagem especial da Agência AutoData contou os bastidores do recall do Onix Plus após os incêndios ocorridos no modelo recém-lançado

**CARREIRA
EXECUTIVOS**

54

Carlos Ghosn foge do Japão em ação cinematográfica e, no Líbano, mais uma vez jura sua inocência

AUTODATA
Empresarial

58 HONDA

Montadora celebra produção de dois milhões de veículos no Brasil.

60 TOYOTA

Décima-segunda geração do Corolla recebe os prêmios mais cobiçados da indústria automotiva nacional.

62 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

As movimentações e novidades das empresas que atuam no setor automotivo nacional

65 AGÊNCIA AUTODATA GENTE**8****LENTE**

Os bastidores do setor automotivo. E as cutucadas nos vespeiros que ninguém cutuca.

12**FROM THE TOP**

Adalberto Maluf, da BYD, explora sem meias palavras o cenário para os elétricos no País

32**AD PERGUNTA**

Elegemos mensalmente um tema e convidamos um especialista para responder

66**FIM DE PAPO**

As manchetes mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidas a dedo pela nossa redação

Convite à reflexão

Por Marcos Rozen, editor

Esta edição de fevereiro de 2020 de **AutoData** traz importantes reflexões sobre o futuro da indústria automotiva nacional diante dos desafios, em boa parte inéditos, que se apresentam.

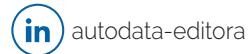
Uma fatia destes desafios guarda maior relação com nossa realidade particular e decisões internas que já foram tomadas. Outra com o que precisamos discutir e trazer à mesa e uma terceira como reagir diante de realidades que se apresentam claramente à nossa frente, de maneira concreta.

O prezado leitor encontrará esses temas sendo abordados diretamente e sem meias palavras, respectivamente, na entrevista From the Top com Adalberto Maluf, da BYD, na reportagem sobre a velocidade com que os elétricos poderão avançar sobre nossas vidas fundamentada em entendimento de Pablo Di Si, presidente da Volkswagen, e também na matéria sobre o CES, evento de tecnologia realizado em Las Vegas, nos Estados Unidos, acompanhado in loco.

São reflexões importantes e decisivas para a indústria automotiva nacional e que merecem profunda atenção dos leitores, por mais que o dia-a-dia e a pressão do curto prazo queiram nos convencer do contrário.

Pois a única certeza frente ao quadro inegavelmente complexo e provocador que se impõe logo na esquina é que a tática de assobiar olhando para cima fingindo que não é conosco representará, sem sombra de dúvida, a entrega de nosso legado automotivo de mão beijada para alguém. E pretendentes não faltam.

A todos, o nosso convite à boa leitura – e à sempre necessária reflexão.



AUTODATA

Direção Geral Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Bruno de Oliveira, Caio Bednarski **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** pollawat phongchankhiao/Shutterstock.com **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **Distribuição** Correios **Pré-imprensa e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900 **ISBN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Rua Pascal, 1 693, 04616-005, Campo Belo, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTB 30 411/SP

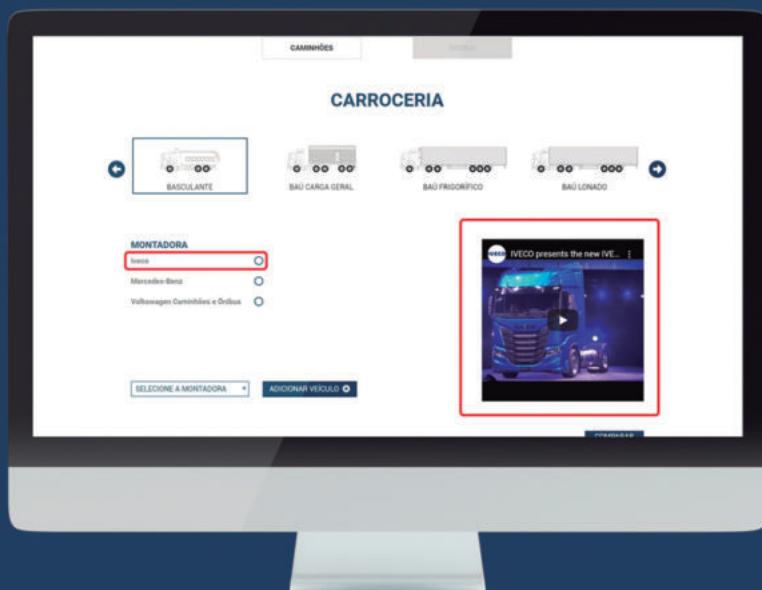


VOCÊ JÁ CONHECE O TRUCK&BUS ?

**SOMOS O PRIMEIRO PORTAL BRASILEIRO
DEDICADO À INFORMAÇÃO E COMPARAÇÃO TÉCNICA DE TODOS OS
CAMINHÕES, ÔNIBUS E VANS, VENDIDOS NO MERCADO NACIONAL**

ACESSE: WWW.TRUCKBUSAUTODATA.COM.BR

**EM NOSSA PLATAFORMA O USUÁRIO TERÁ COMO COMPARAR
MAIS DE 180 MODELOS DIFERENTES DE CAMINHÕES.**



**EM BREVE ESTARÁ DISPONÍVEL A PARTE DE COMPARAÇÃO
DOS CHASSIS DE ÔNIBUS E SUAS APLICAÇÕES.**

**TEMOS CERCA DE 2 MILHÕES DE CAMINHÕES
EM CIRCULAÇÃO.**

**530 MIL
CAMINHONEIROS AUTÔNOMOS**
**MAIS DE 147 MIL
TRANSPORTADORAS**

**AGORA AS MONTADORAS PODEM MOSTRAR SEUS PRODUTOS
A POTENCIAIS CLIENTES NO ÚNICO GUIA DE COMPARAÇÃO
DE CAMINHÕES DO BRASIL**

**FORNECEDORES DE IMPLEMENTOS, PNEUS, RODAS, ÓLEO,
PEÇAS DE REPOSIÇÃO. O SEU CLIENTE ESTÁ EM NOSSO PORTAL
E NÓS TEMOS PACOTES DE MÍDIA ESPECIAIS
PARA SUA EMPRESA.**

ANUNCIE NO TRUCK&BUS

**(11) 5189-8900
WWW.TRUCKBUSAUTODATA.COM.BR
(11) 96075-8589**



DECADÊNCIA DA FIESP

Leitores habituais de Lentes hão de se recordar as vezes em que temi que a vida associativa no Brasil, particularmente aquelas dedicadas à grandeza da indústria, fosse, afinal, travestida de catastrofal irrelevância. Também tratei disso no privado, em conversas com titulares de cargos de representação: acho que ajudei a mostrar circunstâncias e a apontar oportunidades suficientes para que, enfim, fosse possível o resgate da atividade industrial. Meus interlocutores, sempre cordiais, nem sempre concordam comigo, claro, certamente dispõem de agenda própria ou estão inseridos em algum tipo de grupo de interesse, mas alguns talvez tenham lido artigo assinado por integrantes dos conselhos de administração da Klabin, da Natura&Co e da Ultrapar, Horácio Lafer Piva, Pedro Passos e Pedro Wongtchowski, na Folha de S. Paulo da terça-feira, 22 de janeiro. O título é Morte Anunciada e seu tema é a decadência da Fiesp.

DECADÊNCIA DA FIESP 2

É encorajador saber que mais pessoas, como Horácio, ex-presidente da própria Fiesp, detêm o mesmo temor que eu, mas é terrível constatar que, para eles, a Fiesp já era, não tem salvação. Trechos: "Deu. Apesar de já há algum tempo estarmos envolvidos em reflexões a respeito de representações patronais e termos pactuado certo silêncio, temos novamente que mostrar nossa indignação com o que ocorre em São Paulo. Seremos atacados por amigos do rei, mas a reputação é algo que se presta a ser colocada a serviço de convicções. (...) A indústria está perdendo espaço por razões que conhecemos. Parte sua responsabilidade, parte devido às transformações tecnológicas globais, parte por novos modelos de negócios. No Brasil, um desperdício de talentos e oportunidades, fruto de políticas erradas e falta de coragem na adoção de uma agenda de integração global – que nos colocou distantes da busca prioritária da produtividade. A isso se soma o recorrente desprezo com a pesquisa e com a inovação, e um descaso histórico com a educação, a cultura e a sustentabilidade. (...) Temos nos perguntado onde estão os colegas industriais. E se porventura estão no núcleo ou na órbita desta Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) dos últimos anos. Como não agem para que ela readquira seu papel de relevância e compromisso, respeite sua origem e sua carta de princípios, seja ouvida com respeito e não escárnio, aponte caminhos em conjunto com outras representações, muitas das quais também necessitam de urgente renovação?".



Por Vicente Alessi, filho
Sugestões, críticas, comentários,
ofensas e assemelhados
para esta coluna podem ser
dirigidos para o e-mail
vi@autodata.com.br

DECADÊNCIA DA FIESP 3

A síntese do texto é a de que a outrora poderosa Fiesp está "em acelerado processo de destruição". Assim como a CNI, no plano nacional. Este assunto poderia, muito bem, ocupar instantes animados nas reuniões das entidades de representação do setor automotivo: talvez se pudesse desenhar a cara do seu futuro.

MAIS ALTA DO MUNDO?

O balanço da Anfavea dos resultados de 2019 só não foi positivo no que diz respeito às exportações, mercê da Argentina, e expressou a expansão das vendas internas em 8,6% com relação ao ano anterior, com quase 2,8 milhões de legítimas unidades made in Brazil, como se dizia antigamente com orgulho. Apesar disso, em seu artigo Pouco para Comemorar, publicado no site Automotive Business da quinta-feira, 16 de janeiro, o jornalista Pedro Kutney constata que a comemoração foi tímida. Que diferença com relação a mais antigamente, quando um crescimento desses certamente provocaria convite ao champanhe e a certeza de bônus gordo. Mas a anatomia do resultado mostrou que quase a metade dessas vendas é de baixa qualidade, vendas diretas, num total de 45% – e isto provoca uma outra reflexão, quase involuntária: seria a taxa de lucratividade aplicada aos veículos produzidos aqui tão saborosa assim a ponto de compensar, no caixa das montadoras, a quantidade de descontos que a venda direta embute?



Divulgação/Ford

MAIS ALTA DO MUNDO? 2

A comemoração, se sabe, foi tímida, mas sabe-se, também, que Luiz Carlos Moraes, o presidente da Anfavea, já esclareceu a dúvida: vendas diretas vieram para ficar, já fazem parte do ecossistema da indústria de veículos. O que chama a atenção, certamente, é a falta de referências à carga tributária bestial que carregam a indústria e o consumidor soldado de infantaria, aquele que não é pessoa jurídica nem deficiente físico. Mais ainda, hoje como ontem, chama a atenção a caixa preta do padrão de lucratividade da indústria. Kutney lembra que o chão de fábrica instalado no País, alvo de insistentes investimentos ao longo dos anos, suportaria gerar 4,5 milhões de unidades/ano com um pé nas costas – e, assim, opera com 30%, 35%, quem sabe 40% de ociosidade.

MAIS ALTA DO MUNDO? 3

Esses índices são um despropósito diante dos investimentos, sempre anunciados com pompa e boca cheia. Mas a indústria parece que se dá bem com vendas diretas crescentes – evolução de 14,3% de 2018 para 2019 – e não mostra desânimo com a queda aparente da sua lucratividade. Desconfio que seja maior, essa lucratividade, bem maior, do que supõem milhões de vãs observações, o suficiente para absorver a venda precarizada de coisa de 1 milhão 260 mil unidades em 2019.

PERIFERIA

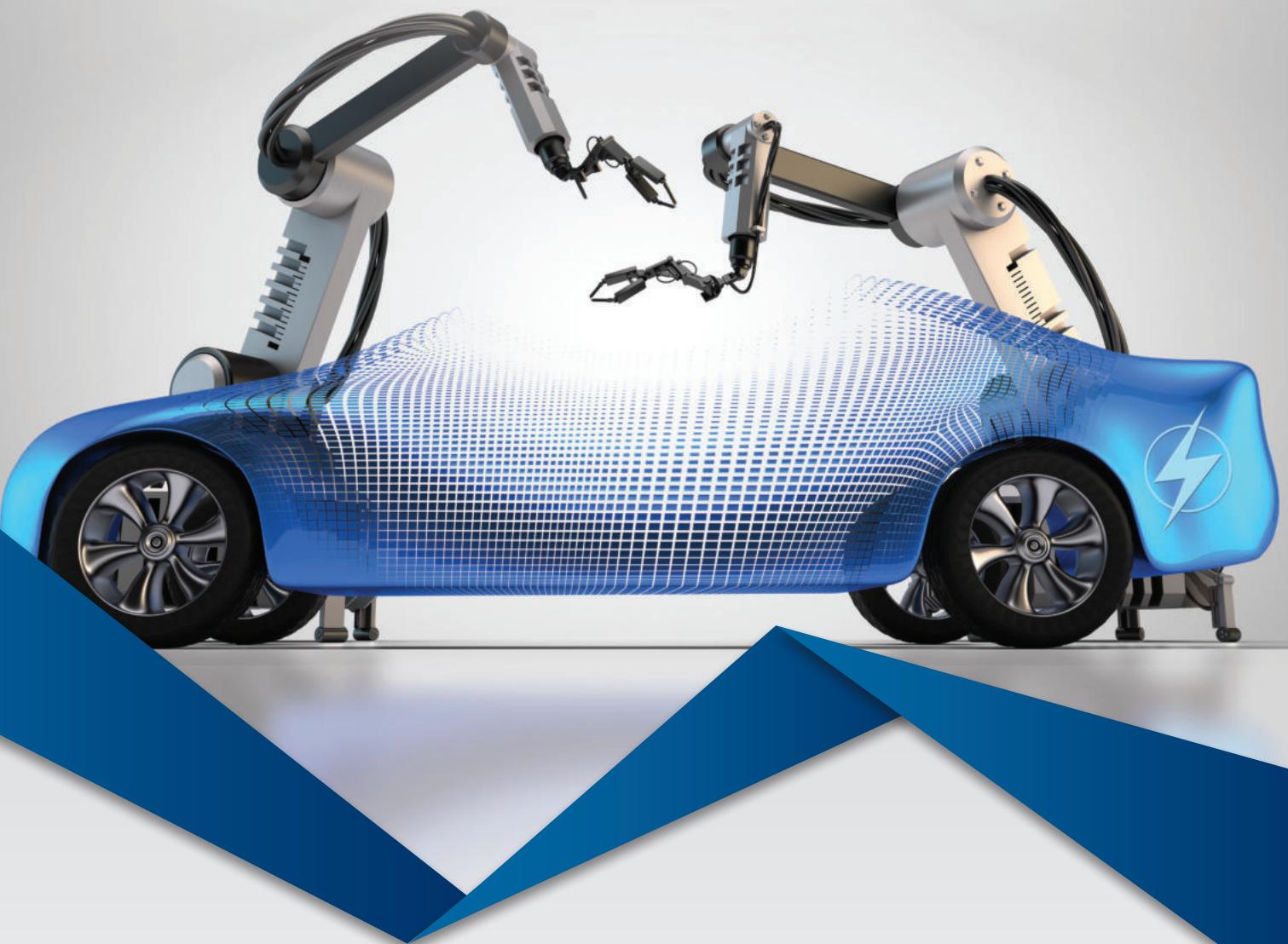
No mesmo artigo, ao mirar na questão das exportações brasileiras de veículos, Pedro Kutney observa que a crise da Argentina “deixou mais clara a irrelevância de produtos brasileiros para os mercados mais importantes do mundo” – e isto apesar dos esforços históricos das empresas estabelecidas no País de tentar incentivar as vendas externas. É esforço inglório, pois as grandes do mundo reservam, para os melhores mercados, veículos produzidos... nos melhores mercados. Muitos anos atrás disse-me executivo pioneiro que países incluídos na periferia da economia mundial estavam “destinados a fazer certo tipo de negócios, como o de veículos, prioritariamente com países igualmente incluídos na periferia da economia mundial”.

16.03

WTC DE SÃO PAULO
Av. das Nações Unidas, 1.2551

SEMINÁRIO AUTODATA

MEGATENDÊNCIAS DO SETOR AUTOMOTIVO OS NOVOS DESAFIOS DE 2020



O setor automotivo brasileiro iniciará, neste **2020**, um novo e desafiante período de desenvolvimento que determinará quais serão os caminhos que teremos que seguir para termos um lugar de destaque na indústria automotiva mundial nas próximas décadas.

Este seminário reunirá montadoras, sistêmicas, entidades e governo para discutir e analisar este futuro.

PROGRAMA

08h30 - ABERTURA OFICIAL

(Márcio Stéfani, sócio conselheiro de AutoData)

09h15 - O NOVO PERFIL DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA E SEUS DESAFIOS PARA ATENDER OS REQUISITOS DA COMPETITIVIDADE GLOBAL

(Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea)

10h00 - OS DESAFIOS DA INDÚSTRIA DE AUTOPEÇAS NO FUTURO DA CADEIA AUTOMOTIVA BRASILEIRA

(Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças)

10h40 - COFFEE BREAK

11h00 - FUTURO DE LONGO PRAZO DO BRASIL COMO PRODUTOR DE VEÍCULOS

(Pablo Di Si, CEO da Volkswagen América do Sul)

11h40 - O FUTURO DO TRANSPORTE DE CARGAS NO BRASIL

(Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz & CEO da Daimler Latin America)

12h20 - ALMOÇO

14h20 - ABERTURA DA TARDE

14h35 - POLÍTICA INDUSTRIAL BRASILEIRA, OS DESAFIOS EMPRESARIAIS DO FUTURO

(Roberto Cortes, CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus)

15h10 - O FUTURO DOS AUTOMÓVEIS

(Carlos Zarlenga, CEO da General Motors América do Sul)

15h50 - COFFEE BREAK

16h10 - PALESTRA FCA

(Antonio Filosa, presidente da FCA Latin America)

16h50 - A INTERNET DAS COISAS, O AUTOMÓVEL E O DESAFIO DA MOBILIDADE

(Leandro Esposito, presidente da Waze no Brasil)*

17h30 - ENCERRAMENTO

*Presença ainda não confirmada.

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

(11) 2533-4780 • seminarios@autodata.com.br

www.autodata.com.br

INSCRIÇÕES
ABERTAS

Patrocínio



Apoio



Realização

Organização

Elétricos em choque

Adalberto Maluf trabalha na unidade brasileira da chinesa BYD,acrônimo para Build Your Dreams, desde meados de 2014 – é atualmente seu diretor de Sustentabilidade, Marketing e Novos Negócios.

Fundada em 1995 a BYD é hoje uma gigante mundial fabricante de baterias recarregáveis

e sistemas de armazenamento de energia. Na área de veículos oferece uma gama 100% elétrica, envolvendo automóveis, vans, caminhões e ônibus.

No Brasil a BYD inaugurou em 2015 fábrica de ônibus em Campinas, SP, e este mês abrirá fábrica de baterias para veículos em Manaus, AM.

Nesta entrevista exclusiva o executivo não poupou críticas às posições da Anfavea durante as negociações envolvendo o Rota 2030 no que diz respeito aos elétricos, e falou também sobre o modelo do sistema de transporte público no País. Abordou ainda os planos e estratégias da BYD para nosso mercado e outros temas.

Uma eventual aquisição da unidade Ford Taboão faria mais sentido para a BYD apenas para o segmento de veículos comerciais?

Essas negociações estão sendo conduzidas pela matriz mas, sim, o nosso foco para o mercado latino-americano e em especial o brasileiro ainda é de comerciais. O Rota 2030 infelizmente não entregou as promessas de redução de impostos e de incentivos para elétricos leves para pessoas físicas. No ano passado conseguimos participação de mais de 70% em ônibus elétricos na América Latina, com contratos importantes em Bogotá e em Santiago. Nesses segmentos o TCO, custo total da posse, faz mais sentido: sabemos que os elétricos ainda custam caro e caminhões e ônibus não pagam IPI, então a competição é em uma faixa na qual a economia de combustível já paga o investimento adicional.

A fábrica de Campinas tem condições de atender à demanda que vocês estimam ou seria necessária uma outra unidade produtiva?

Tem, no curto prazo. Em fevereiro inau-

guraremos nossa fábrica de baterias de lítio em Manaus, o que será um impulso para a produção. Em Campinas faremos ônibus maiores, como articulados e biarticulados. Nossa aposta aqui é de longo prazo, novos nichos surgirão mas o mercado brasileiro ainda é pequeno.

O senhor mencionou o Rota 2030. O que faltou, em sua opinião?

O principal problema foi a falta de um plano de eficiência energética para pesados. Me lembro bem que no dia do lançamento do programa o pessoal do MDIC foi muito empoderado pelo ministro. Como representante da Abeifa e depois da ABVE participei de muitas reuniões, foi dito que disso não se abraria mão, pois já não entrou no Inovar-Auto, e os representantes do ministério entendiam que se isso não fosse feito logo as fábricas aqui fechariam não por falta de mercado mas sim de competitividade. É uma discussão técnica muito difícil, 80% do que se conversou foi sobre leves.

Qual foi a maior dificuldade nestas negociações?



Ficou muito clara a estratégia da Anfavea de sempre colocar um elefante branco no meio da sala. A primeira proposta deles para pesados aumentava a meta ante aquela de hoje, e queriam seguir a indústria europeia, de colocar meta para os veículos e não para os motores. Criaram faixas por aplicação, algo inviável. Ocorreu uma pressão muito grande, e depois propuseram apenas estudar o assunto até 2022, depois testar até 2027... Muita gente foi contra, afirmando que isso é ir na contramão do mundo, uma irresponsabilidade. No fim das contas a última reunião para apresentar a proposta foi cancelada e a coisa ficou meio em aberto, um impasse.

Mas para a BYD, que fabrica apenas veículos elétricos, qual seria a vantagem de um programa de eficiência energética para pesados?

Não estou pensando como fabricante de veículos elétricos mas sim como al-

guém que quer o setor desenvolvendo tecnologia e sendo competitivo. O setor automotivo já representou 10% do PIB industrial do País e agora é menos de 4%. Se não existem metas as matrizes não investem. A área técnica do ministério queria uma meta já no primeiro ciclo, mesmo que fosse em bancada. Houve resistência muito grande por parte de algumas montadoras, afora as escandinavas, e o Sindipeças era a favor também, mas infelizmente o que passou foi a ideia esdrúxula de criar o programa só a partir de 2027. Com o acordo com a União Europeia nossas fábricas não terão a mínima condição de competir e fecharão, e não será por Custo Brasil ou questões particulares do nosso mercado. Essa responsabilidade estará nas costas destes executivos que fizeram lobby pela ineficiência.

De qualquer forma foi acordado que haveria uma discussão sobre o tema

“O setor automotivo já representou 10% do PIB industrial do País e agora é menos de 4%. Se não existem metas as matrizes não investem.”





Alguns tentam adivinhar o futuro.
Outros antecipam como ele vai ser.

Na Mercedes-Benz, a inovação está em foco todos os dias.
É com muito trabalho que enxergamos as tecnologias do amanhã e,
com nossos clientes, movemos o futuro do transporte.

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

Mercedes-Benz



a partir da entrada em vigor do Rota 2030, em seu primeiro ciclo. Já houve algo nessa direção?

Não houve absolutamente nada até agora, nenhuma reunião.

O Euro 6 não representa um avanço nessa questão, ainda que indiretamente?

Quando falamos em eficiência energética estamos pensando mais em consumo e não em emissões. O Proconve tem seus méritos mas infelizmente também foi afetado por esse lobby e postergado, deveria estar em vigor desde 2018. O mundo todo está usando Euro 6 há bastante tempo, nem falam mais disso, falam em EEV. O Euro 6 entrou mais rápido em outros países porque se descobriu que as promessas de redução do Euro 5 não se concretizaram. O Brasil antes ficava dois, três anos atrás das normas da Europa e agora estamos oito, nove anos atrás. Estamos perdendo nosso protagonismo e me parece um caminho sem volta.

O senhor parece um pouco resignado com os rumos do setor no País...

Foi muito triste testemunhar um fato: no mesmo dia em que os representantes dos grupos de discussão do Rota 2030 estavam entregando suas propostas finais, naquela mesa gigante com os representantes do MDIC dizendo 'Vai ter isso, vai ter aquilo', a Anfavea se reunia com o presidente da República. O discurso da Anfavea foi falacioso, citava a crise para dizer que a exigência de equipamentos de segurança e de metas de eficiência energética aumentaria o preço dos veículos e que, por isto, as fábricas fechariam e perderíamos empregos. De lá até hoje o número de trabalhadores só diminuiu, no ano passado a produção aumentou e o emprego caiu. Tínhamos centenas de engenheiros, hoje mandaram todo mundo embora, o P&D é feito pelas matrizes.

De alguma forma isso afetou os planos da BYD aqui?



“O discurso da Anfavea foi falacioso. Citavam a crise para dizer que a exigência de equipamentos de segurança e de metas de eficiência energética aumentaria o preço dos veículos e por isso as fábricas fechariam e perderíamos empregos.”

“O Mercosul provavelmente receberá a primeira grande fábrica de baterias de células de lítio da BYD fora da China, pois aqui está uma das maiores reservas de lítio e minerais raros.”

Falávamos de adensamento da cadeia, desenvolvimento de tecnologia, redução de peso. Para nós fez diferença, por exemplo, no desenvolvimento de fornecedores. O aço do nosso chassi é de alta resistência, temos um plano de nacionalização mas o fornecedor não consegue atender porque precisa de um volume, digamos, de 1 mil pedidos. Sozinhos não conseguimos mas se ele vendesse trezentos para um, duzentos para outro, cem para um terceiro e o resto para a BYD seria possível. Conversamos muito com o Sindipeças, eles também estavam otimistas. A mídia comprou o discurso da Anfavea de que a Fazenda criou aquela tabela de IPI para elétricos e híbridos leves considerando peso versus eficiência energética, mas foi criada por eles mesmos, eu vi. O elétrico sempre pagaria menos imposto e o híbrido um pouco menos, pois seria cobrado apenas por eficiência energética, e aí eles vieram com essa tabela incluindo peso. O elétrico puro foi penalizado.

Houve um atraso nessa programação, então? Atrapalhou outros investimentos previstos?

O Mercosul provavelmente receberá a primeira grande fábrica de baterias de células de lítio da BYD fora da China, pois aqui está uma das maiores reservas de lítio e minerais raros. A nossa meta nos primeiros anos era o que fizemos

mesmo, sem tanto apetite. O mercado brasileiro é uma aposta de longo prazo, acreditamos que há aqui um mercado para se tornar um dos grandes players mundiais. Em ônibus ocorreram atrasos em licitações, o que postergou algumas nacionalizações. Sem Finame também é mais difícil, 90% dos negócios ocorrem desta forma mas agora nosso processo [no BNDES] foi aprovado.

Qual o índice de nacionalização dos ônibus elétricos produzidos em Campinas hoje?

Atendemos aos requisitos, há um plano de nacionalização progressivo, de 30% com compromisso de 50%, e o nosso vai chegar a 70% até 2022, 2023. Com a entrada no Finame acreditamos que este será o grande ano de ônibus elétricos no País. O Finame pode ser só para o chassi, com bateria alugada, ou para o chassi com as baterias. A maior dificuldade é que o modelo de remuneração de operadores de ônibus no Brasil é baseado em depreciação de capital investido, com tarifação sobre custos, é um modelo muito ruim. Se o operador compra um ônibus duas vezes mais caro o impacto na tarifa é muito grande.

Sobre a nova fábrica de baterias em Manaus que o senhor citou anteriormente: fará produtos só para veículos?

Inicialmente sim, vendendo inclusive até para outras montadoras, pois teremos capacidade para isso. Mas também faremos ali baterias para sistemas estacionários de energia. É um mercado importante para nós na segunda vida da bateria: pode ser que para um ônibus em até doze, quinze anos ela não funcione mais tão bem, mas para essa aplicação sim.

O modelo de aluguel da bateria com a energia ainda é o mais utilizado pelos seus clientes?

Oferecer energia junto com a bateria é crucial para o TCO fechar. As distribui-



“A ANTT apresentou relatório alarmante apontando que se 10% dos pagantes saírem do sistema de transporte público de São Paulo para os aplicativos o impacto na tarifa será de 35%.”

doras estão cobrando na média R\$ 0,75 kW/h, é um valor relativamente alto. Quando fazemos a geração distribuída essa conta cai para até R\$ 0,35 kW/h. No caso de ônibus e caminhões, como já há um comprador que demandará energia por dez anos, aproximadamente, torna-se viável construir uma estação de geração de energia solar que se paga em quatro, cinco anos e depois a economia é muito grande. É possível fazer uma planta de captação de energia solar em qualquer garagem, sem grandes investimentos, para uma frota de até cinquenta ônibus ou caminhões elétricos.

O modelo adotado em outros países da América do Sul para transporte de passageiros, com sistema diferente de remuneração dos operadores, pode ser replicado também no Brasil?

Sim, estamos tentando, as distribuidoras têm interesse. Mas aqui é diferente. Em Medellín, por exemplo, a primeira cidade a comprar ônibus elétricos em grande volume, foi via Metrobus, operadora pública. Em Santiago o sistema é privado mas utilizaram um mecanismo de pagamento que garante o investimento. No Brasil o transporte público está perdendo muita receita nos últimos anos, é deficitário. Não existe caixa preta, máfia dos operadores, nada disso. O sistema está perdendo passageiros e o modelo de remuneração não é bom, é baseado em custo e não em desempenho. A ANTT apresentou um relatório alarmante apontando que se 10% dos pagantes saírem do sistema de São Paulo para os aplicativos, o que acreditam que acontecerá já em 2021, o impacto na tarifa será de 35%. Não há como aumentar mais a tarifa, então seria preciso aumentar o subsídio, o que igualmente não é possível. É complicado. Quando as distribuidoras de energia olham o balanço das operadoras de transporte elas repensam a estratégia de elas mesmas adquirirem os ônibus e distribuírem a energia.

FORTALECENDO O HOJE RUMO AO AMANHÃ.

SOMOS A CLARIOS.

Antes Johnson Controls Power Solutions, a Clarios tornou-se um negócio independente e um catalizador para o progresso no armazenamento de energia.

O que não mudou é o nosso compromisso com você.

Como líder global em tecnologias inteligentes de armazenamento de energia, nossos produtos movimentam 1 em cada 3 veículos no mundo.

Nossos 16 mil funcionários desenvolvem, fabricam e distribuem o que há de mais avançado em baterias, para você não parar nunca.

Saiba mais em www.clarios.com

Heliar 



CLARIOS



ANTES QUE SEJA TARDE

Christian Castanho

Pablo Di Si, presidente da Volkswagen, clama por união nacional em torno de uma estratégia para a indústria automotiva pós-Rota 2030 – e esta, para ele, é questão urgente

A indústria automotiva nacional está em perigo e se não agirmos imediatamente o cenário à frente poderá ser extremamente difícil e, pior, irreversível. Essa é, bem resumidamente, a opinião de Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América Latina. Antes de considerá-lo raciocínio catastrofista ou calamitoso, porém, vale a pena entender como – e porque – o executivo chega a esta conclusão.

Inicialmente é fundamental e valioso

considerar que Di Si fala com conhecimento de causa: o Grupo Volkswagen, até por situações próprias como o Dieselgate, está empenhado, empenhadíssimo, em se transformar radicalmente – é sem dúvida a maior mudança da história da companhia fundada na Alemanha em 1937.

Essa transformação tem para si verba de estupendos e quase inacreditáveis € 33 bilhões até 2024. A prova de que tudo está sendo feito de forma implacável e velocíssima é o recente anúncio de que

o objetivo do grupo de vender 1 milhão de carros elétricos por ano foi antecipado de 2025 para 2023. E que para 2025 a meta passou a ser venda de 1,5 milhão de elétricos no mundo apenas da marca Volkswagen.

Neste ano, 2020, haverá dois lançamentos de veículos 100% elétricos VW, ambos da família ID, sendo que o primeiro, o ID.3, já está sendo produzido na nova fábrica de veículos elétricos de Zwickau, Alemanha, até então produtora de Golf a combustão. A partir de 2021 essa mesma unidade, convertida completamente para produção exclusivamente de elétricos, fará seis modelos de três marcas do grupo. O plano prevê chegar apenas ali a volume anual de 330 mil unidades, o que fará de Zwickau a maior planta do grupo no mundo.

E há mais, bem mais. Também ainda neste 2020 será apresentado o primeiro SUV elétrico Volkswagen, igualmente da família ID, baseado na plataforma global MEB e de produção a ser iniciada até este dezembro. E na China a segunda fábrica 100% de elétricos do grupo também iniciará a sua operação. A VW ainda abriu a

estrutura da MEB para uso por concorrentes ou associados, como a Ford.

Em áreas paralelas o Grupo VW ataca em produção de baterias e sistemas de carregamento rápido, geração de energia e outras frentes, como compartilhamento e aluguel. Isso tudo desembocará, pelos cálculos da companhia, em 22 milhões de veículos elétricos de setenta modelos produzidos nesta década iniciada no último janeiro – o plano inicial, desenhado em 2018, apontava que seriam 15 milhões distribuídos por cinquenta modelos.

Finalizando este necessário preâmbulo vale ainda acrescentar a informação de que a Volkswagen celebrou em dezembro o significativo marco de 250 mil veículos elétricos produzidos desde o lançamento do e-Up!, em 2013. Não é pouca coisa.

A Pablo Di Si, naturalmente, cabe a talvez inglória e certamente muito desafiadora tarefa de entender e planejar como isso tudo ocorrerá aqui pelos lados da América Latina.

De antemão é fundamental saber que a região, independente de forma ou maneira, não ficará de fora da estratégia global: serão seis carros elétricos e híbri-



Divulgação/Volkswagen

Plano global VW prevê fabricar 22 milhões de veículos elétricos de setenta modelos nesta década iniciada no último janeiro – o programa inicial, desenhado em 2018, apontava que seriam 15 milhões distribuídos por cinquenta modelos



dos lançados por aqui até 2023 no que a empresa chama de "estratégia robusta de eletrificação" latino-americana – o primeiro, o Golf GTE, já é comercializado no Brasil.

E é aí que a encrenca toda começa.

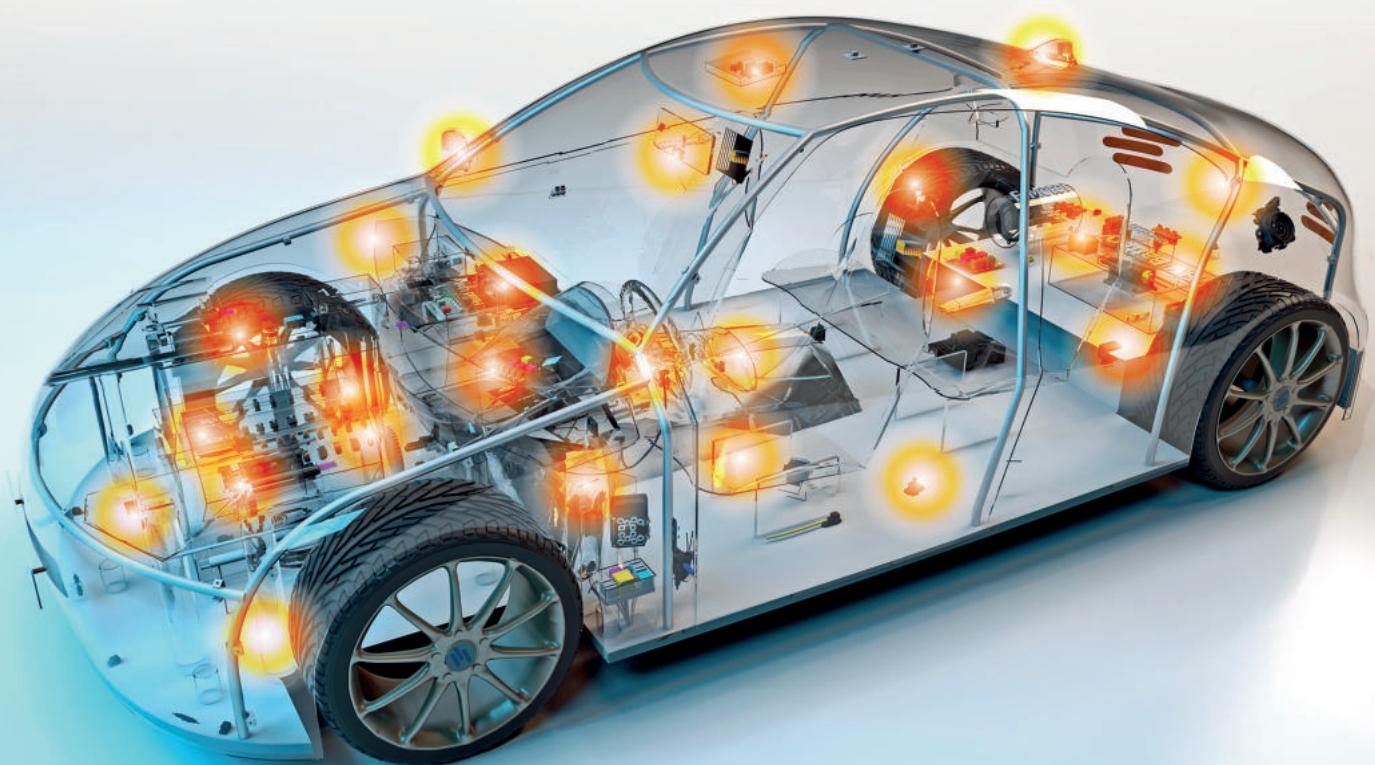
O PRAZO APERTOU

Não que o assunto seja efetivamente uma novidade: muitos executivos falam sobre eletrificação e discutem largamente qual papel o Brasil terá diante dela. A novidade aqui é o prazo.

Na contramão da gigantesca maioria dos executivos e analistas do setor automotivo o presidente da Volkswagen entende de que a virada para a eletrificação, tanto em termos de mercado quanto produtiva, será muito mais rápida e curta do que se imaginava, ou se calculava, até agora. Inclusive no Brasil.

"Se não começarmos a fazer algo agora já a partir de 2021, 2022, estaremos em perigo. Todas as cartas estão nos elétricos e nos híbridos. Quem hoje investirá em

EVERY CONNECTION COUNTS



Rua Ampére, 304 - Penha
Bragança Paulista - SP
(11) 3404 6000
www.te.com

novas fábricas de transmissões e motores a combustão? Ninguém."

Para ele o quadro de uma possível transformação do Brasil em base exportadora de veículos e peças de veículos a combustão é simplesmente efêmero:

"Isso já está acontecendo. A Volkswagen do Brasil já aumentou suas exportações de motores e partes de motores para Alemanha, China, Estados Unidos e México, para suprir o que estes países estão deixando de fazer pela eletrificação. É um caso prático, real. Podemos até ganhar algum volume de exportação agora, mas isso vai durar só mais dois, três anos".

E se nada for feito neste curto período, ele entende, a situação da indústria nacional começará a ficar bastante complicada: "Se não desenvolvermos tecnologia aqui a partir de agora a necessidade de investimento depois, para acompanhar este processo, não poderá ser justificada".

Isso, no raciocínio do executivo da Volkswagen, terá razão de ser devido a um ponto crucial da equação elétrica: uma redução brutal no custo dos veículos dotados desta tecnologia, tanto no que diz respeito à sua produção quanto ao seu preço final para o consumidor.

"Não tenho dúvidas de que o custo do elétrico cairá significativamente, em particular o das baterias, tanto pelo maior volume produtivo quanto pelo avanço tecnológico. Hoje as pesquisas sobre baterias são muito baseadas em tentativa e erro, e as novas gerações de computadores e softwares nos darão em segundos respostas que antes levavam anos."

Apenas para mostrar na prática o que Di Si quer dizer com isso um exemplo bem ilustrativo é o caso do Deep Blue, o supercomputador da IBM que chegou a vencer o gênio do xadrez, o azerbaijano Garry Kasparov, em uma série de partidas disputadas no fim dos anos 90. A capacidade de processamento do Deep Blue é centenas de vezes menor do que a de um celular Samsung Galaxy 5, que já é bastante ultrapassado hoje em dia. Pormenor: o Deep Blue custou alguns milhões de dólares.





Esse paralelo com a indústria eletro-eletrônica, em especial a de celulares, é ideal para entender o quanto rápido será o movimento de queda no preço dos carros elétricos, entende Di Si: "E quando isso acontecer vamos exportar nossos veículos a combustão interna para quem?", ele pergunta.

Ou seja: ele entende que o momento de equivalência de preços de veículos a combustão versus elétricos se dará bem antes do que se imagina e que, quando isso ocorrer, os mercados ao redor do mundo que eventualmente o Brasil terá como clientes de seus veículos a combustão darão preferência aos elétricos produzidos em outros lugares.

ROTA 40

O que Di Si sugere, com base neste raciocínio, é uma "visão estratégica" que abarque não só o setor automotivo como outros congêneres a exemplo de energia, agronegócio, a sociedade em geral e, claro, as esferas governamentais.

Ele exemplifica sua sugestão com o flex: "Foi um desenvolvimento conjunto e padronizado que buscou benefícios ao País. Todas as montadoras utilizam a mesma tecnologia, não existe a marca A que tem flex a etanol de cana, a B com flex a etanol de milho, a C a óleo de amendoim, a D a suco de laranja".

Para ele "se cada empresa buscar seu próprio caminho será o fim". Como o Rota 2030 não contempla esse tipo de desenvolvimento tecnológico conjunto, mas sim individual por empresa, o programa não pode ser visto como o estimulador ideal para a busca desta visão estratégica, ainda que Di Si o considere como um "primeiro passo". Mas, diz, "já precisamos agora de um Rota 2040, 2050".

Ele admite que "o assunto hoje não está na pauta" e que "por uma questão cultural de uma forma geral as pessoas pensam muito apenas no curto prazo". Mas nem por isso deixa de ser otimista: "É possível fazer. Todo mundo entende que haverá uma mudança radical na indústria automotiva".

O chamado de Di Si encontra reverberação. Leonardo Cabral e Roberto Ferreira, sócios do escritório brasileiro da McKinsey&Company, consultoria global com atuação em 130 cidades de 65 países, dizem concordar "plenamente" com o raciocínio do executivo, ainda que elenquem ressalvas em alguns pontos.

Ferreira diz que agora "está aberta uma janela de oportunidades" para manter o País atrativo a novos investimentos do setor automotivo em desenvolvimento e avanço tecnológico, e que essa janela não permanecerá assim para sempre.

Ele pondera que "a indústria automotiva não vai deixar de existir no País, mas vai mudar bastante de cara". Para o consultor um mercado interno de 5 milhões de unidades sempre será relevante em termos de escala, mesmo que representando teóricos 5% do total global se este chegar a 100 milhões de unidades/ano.

"O Brasil tem características importantes, como logística complicada e uma certa distância geográfica de outros grandes mercados mundiais produtores de veículos. Nunca irá importar tudo o que vai consumir."

Ele alerta, porém, para o risco de nossas fábricas se tornarem efetivamente apenas montadoras, com pouquíssimo índice de conteúdo local.

Cabral acrescenta que "questões técnicas impedem nossa frota de se tornar totalmente elétrica, e por temas que vão para além da indústria, como regulatórios e de infraestrutura". E difere de Di Si no prazo, acreditando que "ainda vai levar muito tempo, dez anos pelo menos, para que os elétricos tenham papel relevante em nosso mercado. Haverá um período de transição com forte presença dos híbridos". E assim o será em países com características similares ao nosso, acredita.

Os consultores também concordam quanto à dificuldade de unir todos os vários participantes e interessados em busca dessa visão estratégica comum, mas aproveitam a chance para sugerir um caminho: "Imposto zero para investimento é o melhor estímulo para gerar renda". ■

FCA RETOMA A PONTA

Fiat Chrysler ultrapassa GM para reassumir a liderança em vendas no País. Volkswagen mantém escalada e Renault se firma como quarta colocada.

Pódio por segmento



Fonte: Fenabrade

O ranking de vendas de automóveis e comerciais leves no País de 2019 trouxe novidades e comprovou uma acirrada briga pela ponta. Na soma geral a FCA retomou a liderança, que já fora dela em 2016, ao ultrapassar a GM, vitoriosa em 2017 e 2018. Mas, assim como nos exercícios anteriores, a margem foi pequena: 18,6% de participação de mercado FCA para 17,9% GM, ou seja, diferença de 0,7 p.p. Em 2018 a GM ficou à frente por mero 0,1 p.p., o que poderia até ser considerado um empate técnico.

Em seus esforços a VW ficou novamente na terceira posição, mas prosseguiu em franca escalada. Saiu de 11,5% em 2016 para 15,6% em 2019, sendo que em 2018 deteve 14,9% do bolo. Ou seja: avançou 4,1 p.p. nos últimos três anos, sendo que 0,7 vieram no ano passado.

Mudança também na quarta colocação. A Renault passou a Ford, tomando para si fatia de 9%, deixando a rival em quinto com 8,2%, acossada ainda pela sexta colocada, a Toyota com 8,1%, e também pela Hyundai, a sétima com 7,8%.

Um cenário parecido vem do ranking de vendas por modelo, ainda que aqui o Onix mais uma vez tenha humilhado a concorrência ao fechar em primeiro com mais que o dobro do volume do segundo – bem mais, inclusive. Mas o Ka se aproveitou da mudança de geração do HB20 para

Os cinco mais vendidos de 2019

Em mil unidades – janeiro a dezembro

Fonte: Fenabreve

Automóveis

Onix



241,2

Divulgação/GM

Ka



104,3

Divulgação/Ford

HB20



101,6

Divulgação/Hyundai

Kwid



85,1

Divulgação/Renault

Gol



81,3

Divulgação/VW

Comerciais leves

Strada



76,2

Divulgação/Fiat

Toro



65,6

Divulgação/Fiat

Saveiro



42,3

Divulgação/VW

Hilux



40,4

Divulgação/Toyota

S10



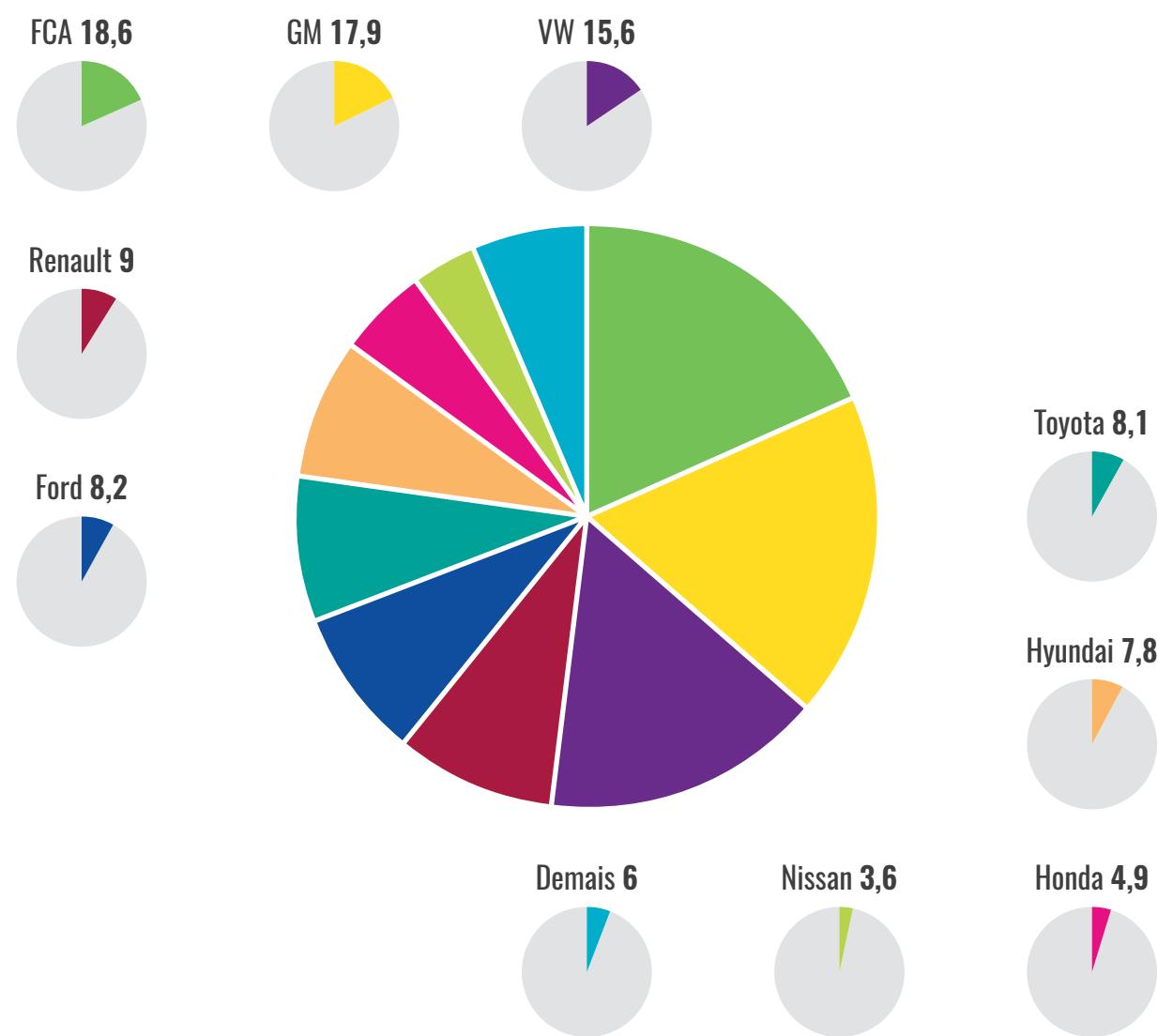
32,1

Divulgação/GM

Participação de mercado 2019

Automóveis e comerciais leves – Em %

Fonte: Fenabrade



roubar-lhe o vice-campeonato, invertendo as posições perante 2018.

Outro Hyundai que sofreu foi o Creta, ao perder a liderança no duro segmento dos SUVs compactos para o Renegade. No cômputo geral de SUVs outro Jeep, o Compass, foi o vice, sendo que em 2018 venceu a contenda.

Os SUVs, aliás, não se cansam de ganhar consumidores. Por segmento em 2019 foram responsáveis por 26,6% do mercado, evolução de 2 pontos porcen-

tuais em apenas um ano. Tiraram vendas dos sedãs médios, das station wagons e dos hatchs médios – estes dois já à beira da extinção, vez que mesmo somados não conseguiram chegar nem a 0,5% do bolo total.

VENDAS DIRETAS

Um ponto a se destacar é o novo aumento da fatia das vendas diretas diante do total. Se em 2018 foram 43% em 2019 avançaram para 45,7%, pavimentando o

caminho para deixar o mercado meio-a-meo.

Observando-se o ranking de participação de varejo x vendas diretas fica claro quais montadoras mais se utilizam de cada estratégia. Na lista das vendas diretas a FCA lidera com quase 26%, com GM em segundo, 18,4%, e VW em terceiro, 17%. No varejo a ponta é da GM, 17,4%, VW a segunda, 14,4%, e Toyota em terceiro, com 10,5%, sendo que no geral é apenas a sexta. A FCA é somente a quinta no va-

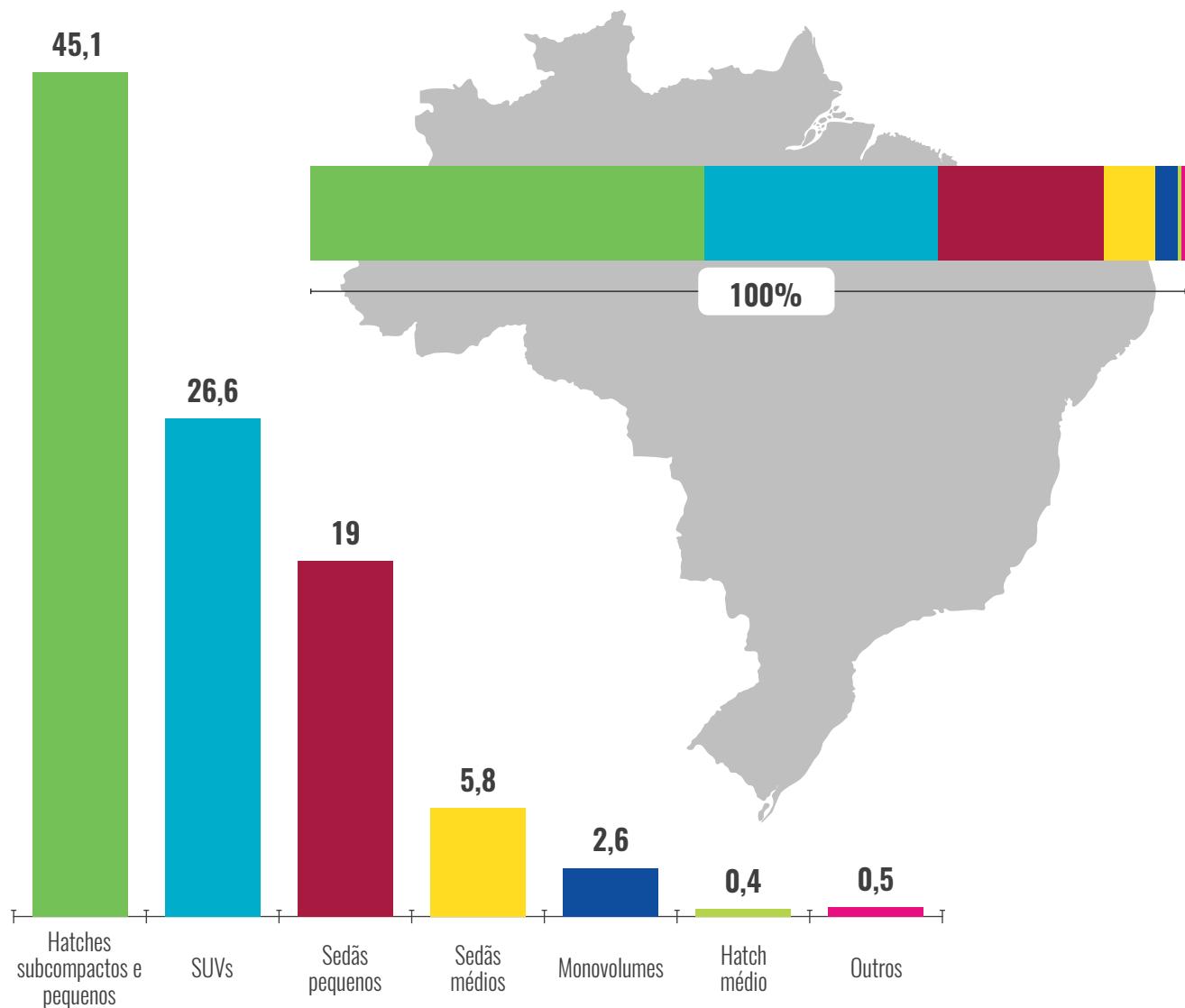
rejo, com 10%, e isso só com as vendas Fiat, pois o volume para pessoa física da Jeep é tão pequeno que foi agrupado pela Fenabrade, responsável pela divulgação da estatística, no grupo de Outras Marcas do ranking. É possível saber, de qualquer forma, que sua participação neste quesito é inferior a 3,5% volume da Nissan, a nona colocada do ranking e última listada nominalmente.

Outro dado que deixa claro o volume Jeep em vendas diretas são os números

Mercado brasileiro por segmento

Automóveis e comerciais leves – 2019 – Em %

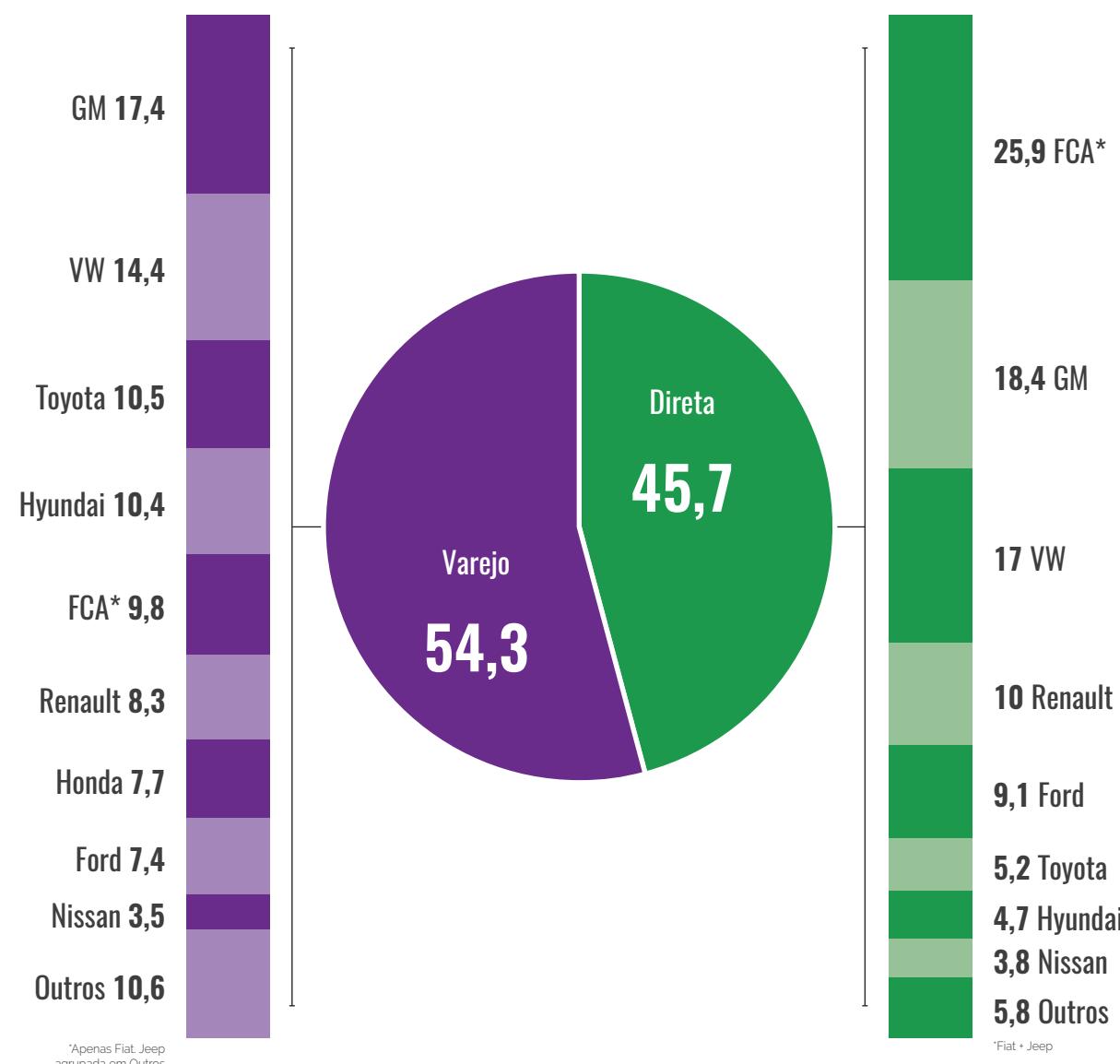
Fonte: Fenabrade



Vendas diretas X Varejo

Automóveis e comerciais leves – 2019 – Em %

Fonte: Fenabrade



de Renegade e Compass, os dois modelos mais vendidos da marca em 2019, no ranking de vendas diretas por modelo. O Renegade é o terceiro, com 49,5 mil, sendo que seu volume total foi de 68,7 mil: 72% de suas vendas, portanto, foram a pessoas jurídicas. No caso do Compass o índice foi de 67,5%. O campeão das vendas diretas foi o Onix, mas seu índice é bem menor, de 41,6%. O segundo colocado foi o Gol, com índice próximo aos dos Jeep, de 67% do total vendido por modalidade direta.

Na outra ponta o HB20, segundo colocado na lista dos modelos mais vendidos em 2019 no varejo, teve 80% de seu volume comercializado por esta modalidade, ou seja, a pessoas físicas. O Kwid é o terceiro do ranking, com índice de 75,6%. O Onix também liderou no varejo mas com índice menor do que estes concorrentes, de 58,4%. O caso do HR-V é emblemático: 17º. no geral de automóveis mas sétimo no varejo, graças a 92% de seu total vendido por esta modalidade.

30 / 03

AUDITÓRIO KPMG • SP

R. Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105
Torre A • Chácara Santo Antônio

VEM AÍ



WORKSHOP AUTODATA

PERSPECTIVAS MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO



PROGRAMA*

13h30/13h45 – Abertura Oficial/Boas Vindas (Marcio Stéfani, sócio conselheiro de AutoData e Ricardo Bacellar, sócio líder para a área automotiva da KPMG)

13h45/14h15 – Perspectivas 2020 do segmento de máquinas (Alfredo Miguel, vice-presidente de máquinas agrícolas e de construção da Anfavea)

14h15/14h45 – A visão de curto prazo do agronegócio no Brasil (Giovana Araujo, sócia líder de markets para o setor de agrobusiness da KPMG)

14h45/15h45 – Painel de perspectivas máquinas agrícolas (Thiago Wrubleski, diretor de planejamento comercial da CNHi; Alfredo Jobke, diretor de marketing da AGCO América do Sul; Executivo da John Deere ainda a definir)

15h45/16h00 – Intervalo para Café

16h00/16h30 – O que esperar de avanço na infraestrutura no Brasil e na América Latina em 2020 (Eduardo Redes, sócio líder de infraestrutura Brasil e Latam da KPMG)

16h30/17h30 – Painel de Perspectivas máquinas de construção (Luiz Marcelo Daniel, presidente da Volvo CE; Paula Araujo, vice-presidente comercial e de marketing da New Holland Construction; Roberto Maques, diretor de vendas para máquinas de construção na América Latina da John Deere)

17h30 – Encerramento

*Programa sujeito a alteração.

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:

(11) 2533-4780 • seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

INVESTIMENTO
R\$ 950,00

Patrocínio

Apoio

Realização

Organização



AutoData
Seminários

IZZO GROUP



Ted Cannis, diretor global de eletrificação da Ford

O Mach-E, um crossover esportivo totalmente elétrico, chamou muita atenção em janeiro na CES, maior feira de tecnologia do mundo. Além de quebrar paradigmas ao estampar o símbolo do Mustang na grade, levando a lenda dos muscle cars para um outro nível – o dos veículos movidos 100% a eletricidade –, o Mach-E também reserva algumas surpresas, como o uso da inteligência artificial em seus sistemas. Foi sobre essas e outras coisas, como a pré-venda e a expectativa da Ford com esse produto inovador, que Ted Cannis, diretor global de eletrificação, conversou com a imprensa brasileira durante o evento.

1

Além da esportividade que um legítimo Mustang carrega, quais os atributos que diferenciam o Mach-E?

O Mach-E é um carro repleto de tecnologia, algo novo no mundo. Seu sistema multimídia tem uma nova tela, maior que a do Mustang. Ele está conectado na nuvem, com um sistema inteligente que aprende as preferências do cliente. Por exemplo, se você faz uma ligação para a sua mãe toda sexta-feira, o sistema vai sugerir, às sextas: "Você quer ligar para sua mãe?". Essa tecnologia atuará com base nas sugestões do cliente e nas coisas usadas mais frequentemente. Em síntese, ele aprende como você gosta de dirigir e seus hábitos.

2

Este não é um protótipo como muitos outros que vemos aqui na CES?

Não, já anunciamos a pré-venda e as primeiras entregas acontecem no fim deste ano. Serão produzidas somente 50 mil unidades, que devem ser todas comercializadas em 2021. Nos Estados Unidos o carro vai começar as vendas em US\$ 43,8 mil e o GT a mais ou menos US\$ 60 mil. Neste primeiro momento confirmamos apenas as vendas nos Estados Unidos e Europa. O Brasil, assim como outros mercados, está nos planos, mas ainda não temos nenhum anúncio oficial sobre isso.

3

Você falou sobre a possibilidade do Mach-E ser vendido no Brasil. Poderia ser uma configuração diferente, como um híbrido ou um híbrido plug-in?

Esses produtos são unicamente elétricos, feitos em nossa nova plataforma flexível unicamente elétrica. E reforço que não há nada confirmado ainda.

4**Então, um dia, se tivermos um Mach-E no Brasil, ele será unicamente 100% elétrico?**

Um dia, caso seja lançado, só poderá ser elétrico – nem híbrido, nem híbrido plug-in.

5**Qual a maior dificuldade da Ford para convencer o cliente a comprar um carro elétrico?**

Há muitos obstáculos. Todos conhecemos uma vida sem carro elétrico. Então, a maioria não entende que 80% da carga da bateria é feita em casa. Você tem uma autonomia de 480 km na versão de topo, então você pode ir e voltar, fazer tudo o que precisa e recarregar o carro em casa.

6**Você pode configurar o carro ou algum item por comando de voz?**

Sim, ele tem um novo sistema de comando de voz. Se você quer, por exemplo, encontrar um restaurante italiano ao lado da praia, ele pode fornecer sugestões, porque é um sistema conectado e que pode aprender muito mais do que informações do trânsito. Na Europa e nos Estados Unidos, por exemplo, ele pode informar os pontos de recarga disponíveis.

7**A arquitetura do Mach-E prevê uma atualização posterior? Por exemplo, um cliente comprou um Mach-E e três anos depois é lançado um Mach-E com uma nova bateria. É possível ele fazer esse upgrade no Mach-E anterior?**

Não é necessário, ele não foi projetado para isso, porque as baterias vão durar muito tempo. Ela tem uma garantia nos Estados Unidos de oito anos e 150 mil milhas, sem problemas. Vai durar.

8**Mas e se o consumidor quiser adotar uma bateria com maior autonomia, que foi lançada num modelo futuro, não vai ser possível fazer essa atualização?**

Achamos que isso economicamente não funciona. Será mais inteligente comprar um novo Mach-E do que arcar com esse custo.



Divulgação/FCA

O FUTURO PELOS AROS DOS ÓCULOS

Ferramentas digitais ganham corpo no setor automotivo e fortalecem adoção da Indústria 4.0

Veículos mais sofisticados e a necessidade de se produzir mais com menos e em menor tempo levaram a indústria automotiva a investir nas ferramentas digitais que dão forma ao conceito estabelecido como Indústria 4.0, ou quarta revolução industrial, ou manufatura digital. A diversidade de nomenclaturas, mais do que a necessidade de se convencionar um termo, de certa maneira é a característica mais marcante desse conjunto de tecnologias: ele é mutável e se ajusta rapidamente às demandas das fabricantes.

Do ano passado pra cá foram muitas as empresas, fabricantes de veículos e de sistemas, que anunciaram investimentos em ferramentas digitais, o que mostra que diferentemente do que aconteceu nas revoluções industriais anteriores dessa vez fábricas instaladas no mundo em desenvolvimento, como é o caso brasileiro, conseguiram acompanhar a evolução que

surgiu em primeiro momento nos países onde estão as casas matrizess.

Não é pra menos: fossem mantidos os níveis anteriores de inovação nas linhas de montagem não teriam surgido no mercado veículos com maior resistência estrutural, para citar um exemplo no âmbito do produto, ou unidades fabris que possibilitassem às companhias menor custo operacional e acesso a informações em tempo real a respeito do que acontece com robôs, empilhadeiras e operadores.

"Isso poderia ser citado como principal vantagem da adoção da indústria 4.0 pelas fabricantes brasileiras, que em dado momento perceberam que precisavam fazer mais com menos, a um custo mais baixo", conta Antônio Jorge Martins, especialista em gestão estratégica de empresas automotivas da Fundação Getúlio Vargas. "Com as linhas que eram usadas antes de 2016, por exemplo, em tese sairia muito mais caro produzir os veículos lançados a partir de então."

O PRIMEIRO

Um dos principais pilares da Indústria 4.0 é a realidade virtual. Levar processos do universo real ao simulado em computadores abriu um vasto leque de possibilidades às equipes de engenharia das empresas. A FCA é um exemplo de empresa que percebeu oportunidade de modernizar um parque industrial antigo, como é o caso da fábrica de Betim, MG, e, ao mesmo tempo, desenvolver uma nova linha de veículos.

A companhia tinha em mãos planejamento que envolvia investimento em nova plataforma para ser investida ali, a qual deu à luz ao Fiat Argo. Mas, antes de aplicar ferramentas 4.0 na sua produção, era preciso testar o modelo. A escolha foi por usar como uma espécie de cobaia a produção do Fiat Mobi, segundo Rutson Aquino, responsável pelo departamento chamado WCC, ou World Class Center, onde são definidas as estratégias para manufatura digital na FCA:

"A realidade virtual surgiu na operação brasileira antes de ser oficializada sua adoção com o início da produção do Fiat Argo. Tudo começou por volta de 2015 com o

projeto do compacto Mobi. Criamos a linha de produção do veículo no mundo virtual e lá realizamos testes de produção, de ergonomia para os operadores, e ganhamos tempo na comparação com métodos mais antigos, como experimentar por tentativa e erro nossas ideias no mundo real com protótipos etc".

A experiência levou os engenheiros da montadora a amadurecer processos para uma aplicação mais robusta na produção do Argo. Segundo Aquino a partir daí a nova linha de produção do modelo foi desenvolvida e testada no ambiente virtual: "A disposição dos robôs, dos postos de trabalho dos operadores, a movimentação dos componentes, tudo foi testado em um ambiente digital. O ganho de produtividade com o retrabalho evitado é muito grande. Economizamos R\$ 1,5 milhão em custo de desenvolvimento".

No WCC, sala de 2 mil m² instalada na área de montagem final da fábrica de Betim, são realizadas provas de conceito de novos processos de produção. Há também sala específica para desenvolvimento de novos produtos por meio também da realidade virtual e impressão 3D. Técnicos e engenheiros realizam movimentos dentro do ambiente virtual por meio de óculos e luvas que, graças a sensores ligados ao corpo, simulam o andar e o olhar humano em um espaço de produção que existe em primeiro momento só dentro dos computadores.



"Estamos trabalhando para que Betim seja uma espécie de espelho da nossa fábrica mais moderna, a de Goiana, em Pernambuco", contou Aquino. "Goiana já nasceu adequada para receber as ferramentas digitais."

Não à toa é na unidade que são produzidos os modelos gama alta da FCA, os Jeep Renegade e Compass e a picape Fiat Toro.

A Volkswagen é outro exemplo de montadora que pautou a produção e o desenvolvimento de novos veículos na interação de olhares e toques de engenheiros no mundo virtual. Por meio do que chamou de Fábrica Digital os profissionais da área de P&D simulam todos os novos processos produtivos, evitando gastos, de acordo com a empresa, superiores a R\$ 100 milhões.

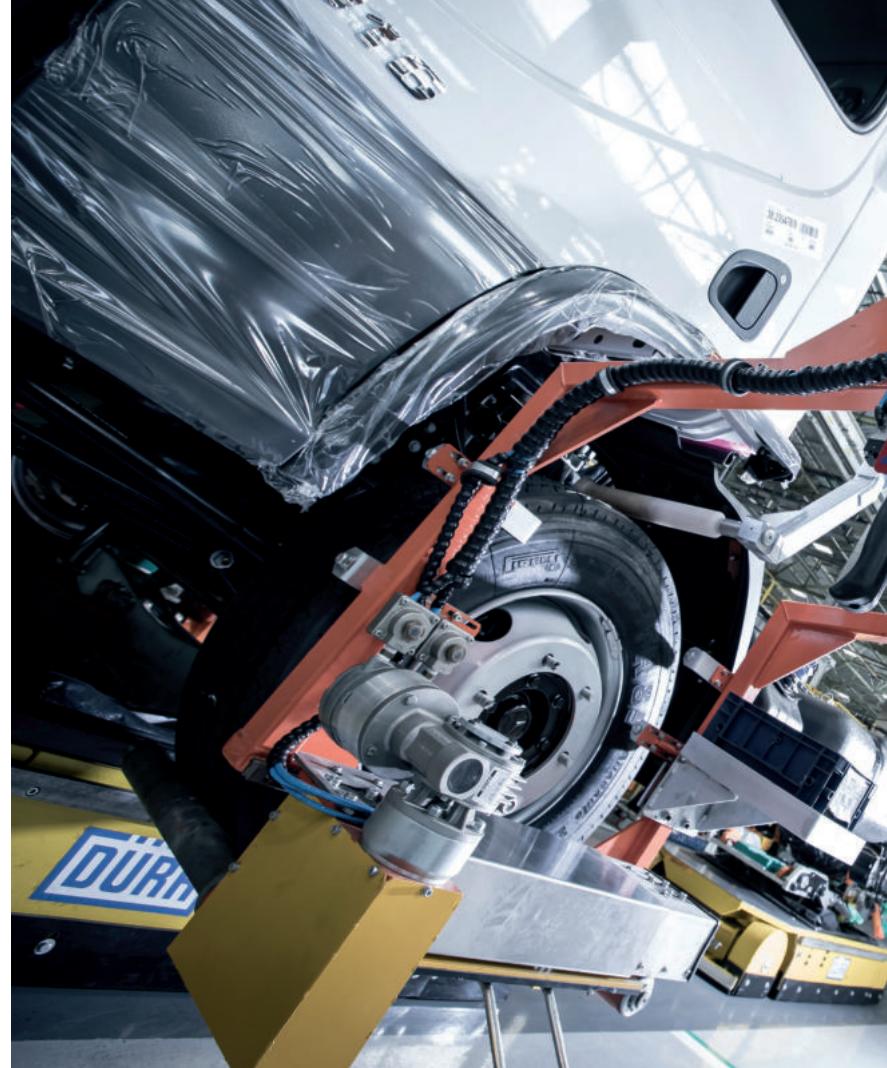
"Conseguimos antecipar em até três anos a simulação de um futuro posto de montagem na linha de produção", revelou Fabrizio Mônaco, supervisor de planejamento estratégico e fábrica digital da VW. "Essa ferramenta também é utilizada para o desenvolvimento de produto na parte de protótipo virtual. Hoje conseguimos adiantar em até oito meses o tempo de lançamento de um veículo no mercado em função da tecnologia."

A criação segue o seguinte roteiro: a equipe de desenvolvimento recebe informações das áreas de design e engenharia e consolida o projeto em softwares de realidade virtual. Em alta resolução são visualizadas texturas, cores, vãos e encaixes dentro do veículo com precisão. Há também possibilidade de se fazer alterações com movimento de toque, como cores, acabamentos e itens opcionais.

CHUVA DE DADOS

Outro pilar da Indústria 4.0 aplicada nas fábricas é a conexão total, processo complexo de instalação de sensores em tudo aquilo que se move.

Empiladeiras, AGVs e os robôs utilizados nos processos que requerem maior precisão enviam dados em tempo real geralmente a uma central das unidades. A chuva de dados que as fábricas geram



e analisam tornam a conexão de rede algo crítico nas operações.

Em março do ano passado a Mercedes-Benz abriu as portas de uma nova edificação instalada dentro da fábrica de São Bernardo do Campo, SP, onde está uma novíssima linha de montagem de caminhões fruto de investimento de R\$ 500 milhões. Após instalar e testar cada equipamento montado a montadora hoje se dedica, afora a expansão das ferramentas digitais para outras áreas da fábrica, à gestão dos dados gerados na operação do ABCD Paulista.

"O que estamos fazendo de Indústria 4.0 não tem fim", diz Maurício Mazza, diretor de tecnologia da informação. "O sensoramento da fábrica, algo hoje crucial, abre caminho para que possamos enxergar na tela, em números, como está a produção e a partir daí fazer análises sobre manutenção e possíveis melhorias nos processos."

Considerando a fábrica como um micro universo os dados gerados ali balizam



Divulgação/Mercedes-Benz

novas estratégias e preparam equipes que conseguem visualizar com antecedência quando falhas em máquinas e equipamentos acontecerão. Mas é no universo macro, porém, que a conectividade mostra o seu potencial enquanto vetor de inovação.

É que o passo seguinte da M-B após a consolidação das ferramentas digitais atuais em suas fábricas será o de transformá-las em unidades conectadas – ou seja, a matriz, na Alemanha, terá acesso em tempo real aos dados de todas suas fábricas no mundo. O objetivo da empreitada, segundo Mazza, é da troca de experiências e informações no sentido de unificar mais as operações.

"A fábrica de SBC está bastante conectada e cada vez mais inserida na rede global da companhia. Estamos trabalhando para ficarmos mais próximos das informações. Trocamos experiências pelas fábricas e vemos o que cada uma está fazendo sobre digitalização. Esse modelo de compartilha-

mento global é muito sensível com relação às características de cada país onde a empresa atua: a particularidade é tamanha que um sistema de recursos como o ERP, por exemplo, já não é mais suficiente para suportar a operação."

A VW estuda modelo semelhante ao da M-B. No ano passado anunciou projeto de uma grande rede corporativa na nuvem em parceria com a Amazon e a Siemens. No futuro a Nuvem Industrial Volkswagen combinará dados de todas as máquinas, fábricas e sistemas de todas as 122 instalações industriais do Grupo Volkswagen.

Projetos dessa envergadura também são justificados pelo aumento de dados que as empresas devem gerar no futuro considerando informações enviadas por veículos conectados, diz Mazza, da M-B: "Se o automóvel, hoje, é um smartphone sobre rodas, o caminhão, por sua vez, é um datacenter sobre rodas. Ter acesso a esse banco de informações, mais do que nos ajudar a compreender o mercado e antecipar movimentos, será meio de novas fontes de receitas para as montadoras".

TAMBÉM NOS IMPLEMENTOS

A Indústria 4.0 não desembarcou apenas nas linhas das fabricantes de veículos. Em outros setores, como o de implementos, ela também já é uma realidade. A Randon anunciou aumento da capacidade da fábrica de Caxias do Sul, RS, aplicando sistema de armazenamento e de corte de chapas automáticos. A unidade agora está habilitada a fabricar até 130 implementos por dia. A média anterior era de cem produtos/dia.

O projeto é considerado único dentro do grande plano global da Randon Implementos de ampliação de capacidade – iniciado em 2018 e com conclusão em 2020. Somente na estamparia o investimento aproxima-se dos R\$ 30 milhões.

A Faurecia FMM, joint-venture FaureciaMarelli e uma das residentes do polo FCA em Goiana, PE, instalou há pouco um novo sistema no estoque de peças ali para tornar mais precisas as informações sobre a operação e, assim, atender às linhas de Toro, Compass e Renegade. ■



Até o menor ponto do mapa

Crise na Argentina intensificou ainda mais a busca brasileira por novos mercados de exportação, iniciada em 2015

As Ilhas Turcas e Caicos são um verdadeiro paraíso terrestre. Localizadas em pleno Caribe, tendo ao Norte o Haiti e a República Dominicana e ao Sul as Bahamas, têm praias que de tão belas parecem saídas diretamente de um folheto turístico: seu azul é turquesa, límpido, impávido e transparente, maravilha que pode ser deslumbrada pelos visitantes a partir de faixa de areia branca e fina. Os adeptos de mergulho podem se deslumbrar com uma barreira de corais com mais de dois quilômetros de extensão. O arquipélago, formado por quarenta ilhas, pertence ao Reino Unido e, importante, conta com sol e calor o ano todo.

Nada mais justo considerar que as Ilhas Turcas e Caicos nada têm a ver com o setor automotivo brasileiro, mas **AutoData** ainda

não fornece dicas de viagens de férias a seus leitores. Ocorre que o arquipélago é um dos destinos desconhecidos de exportações de veículos nacionais, no caso produzidos pela General Motors – que também atende a outros mercados surpreendentes da América Central como Bonaire, Ilhas Cayman, Curaçao e St. Maarten, além dos mais conhecidos Aruba, El Salvador, Nicarágua e Panamá. Para o outro lado do mundo, Tailândia e Uzbequistão, a fabricante manda peças com carimbo Made in Brazil.

A Volkswagen explora com seu T-Cross fronteiras também mais distantes da América do Sul, como Argélia, Egito e Turquia. A fabricante, aliás, celebrou em dezembro marca de 4 milhões de unidades exportadas desde 1970, que tiveram



Divulgação/Volkswagen

como destino, ao todo, nada menos do que 147 países.

Essa realidade não é exclusiva de automóveis, comerciais leves e suas peças: alcança também comerciais como caminhões e ônibus. A Mercedes-Benz, por exemplo, comemorou o envio de mais de 1 mil chassis de ônibus produzidos em São Bernardo do Campo, SP, para a Indonésia, aumento de 40% ante os embarques de 2018 para o país do Sudeste asiático. Na soma dos últimos dois anos seguiram para lá 1 mil 752 chassis.

O preferido foi o OH 1626, utilizado nos corredores do sistema BRT na Capital, Jacarta. Seu sucesso puxou o envio de outros modelos, como 180 unidades do OH 1526, urbano, e 84 do O 500 RS, rodoviário. Os ônibus são encarregados por lá de acordo com a preferência de cada cliente. Quem calcula e celebra é Alexandre Lasmar, gerente de vendas e exportações para Oriente Médio e Norte da África: "A Mercedes-Benz do Brasil já responde por cerca de 70% das vendas anuais da marca na Indonésia".

Há vários casos semelhantes: pelos lados de Caxias do Sul, RS, a Marcopolo anunciou recentemente contrato para exportar cinquenta ônibus rodoviários para a

Etiópia, mercado que não fazia um pedido à empresa desde 2007.

DE PONTINHO EM PONTINHO

É verdade que um embarque para as Ilhas Turcas e Caicos não vai mudar a vida do setor automotivo nacional: sua relevância perante o bolo é equivalente à exibição do tamanho do arquipélago em um mapa-múndi, ou seja, um pontinho bem pequenininho. A estratégia da indústria é sair juntando pontinhos aqui, ali e aí-lá pelo planeta, o máximo possível para formar um ponto, digamos, pelo menos bem visível. Nenhuma venda ao Exterior, por menor que possa parecer, deve ou pode ser desperdiçada.

O caminho para esse movimento começou com a crise no mercado interno de 2015 e foi reforçado pela brutal queda nos pedidos da Argentina, o maior pontão no nosso mapa de embarques automotivos, no ano passado.

Em números a relevância da Argentina nas exportações de automóveis e comerciais leves caiu de 70% em 2018 para 49% em 2019. Em volumes foram 423 mil em 2018 e 211,5 mil em 2019, baixa de 50%.

Em compensação os embarques com destino ao México subiram 39% no mesmo

Principais destinos das exportações brasileiras

Veículos leves - Em unidades

Fonte: Anfavea

	2019	Participação	2018	Participação	Variação
	211 497	49%	422 828	70%	-50%
	72 663	17%	52 282	9%	+39%
	51 241	12%	26 068	4%	+97%
	32 701	8%	42 682	7%	-23%
	20 043	5%	25 271	4%	-21%
	18 708	4%	14 291	2%	+31%

Principais destinos das exportações brasileiras

Veículos comerciais - Em unidades

Fonte: Anfavea

	2019	Participação	2018	Participação	Variação
	5 057	27%	13 584	35%	-63%
	4 060	22%	6 733	18%	-40%
	2 975	16%	2 943	8%	+1%
	1 714	9%	2 453	6%	-30%
	808	4%	593	2%	+36%
	601	3%	821	2%	-27%

comparativo, de 52,3 mil para 72,6 mil, elevando a fatia do país no total de 9% para 17%.

Para a Colômbia o total quase dobrou no comparativo 18-19, saltando de 26 mil para 51 mil, o que puxou a relevância no bolo total de 4% para 12%.

Demonstrando com perfeição o tamanho do buraco que a queda argentina causou em nossas vendas externas, até mercados que caíram em termos absolutos de 2018 para 2019 viram sua participação crescer. É o caso do Chile, com redução de 23%, de 42,7 mil para 32,7 mil, mas com relevância que subiu de 7% para 8% do total. E ainda do Uruguai, em baixa de 21%, 25,3 mil para 20 mil, mas participação em avanço de 4% para 5%.

O Peru cresceu em volume 31%, de 14,3 mil para 18,7 mil, e em fatia de 2% para 4%.

Ao todo as exportações brasileiras de leves caíram 29% em volume em 2019 ante 2018, de 607,4 mil para 432,4 mil.

No caso de caminhões e ônibus o cenário é tão agudo quanto nos leves no que se refere à importância argentina nos cartões de embarque. A baixa no parceiro de Mercosul no ano passado ante 2018 foi de 63%, de 13,6 mil para 5 mil. Assim sua fatia desceu de 35% para 27%.

Da mesma forma que os leves o Chile caiu em unidades mas mesmo assim subiu em participação: redução de 6,7 mil para 4 mil, menos 40%, mas pedaço do bolo saltando de 18% para 22%. O mesmo fenômeno aconteceu com África do Sul e Uruguai, enquanto Peru e Colômbia cresceram nos dois quesitos.

Na soma geral as exportações brasileiras de comerciais caíram 52% em 2019 no comparativo com 2018, de 38,4 mil para 18,6 mil unidades.

Assim, ao que tudo indica, 2020 será um novo ano de exploração de mercados bem mais distantes e incomuns, buscando a multiplicação do exemplo das Ilhas Turcas e Caicos diante de uma provável repetição dos resultados à Argentina no ano passado, o que já seria boa notícia.

"Assim como toda indústria automotiva vivemos um momento desafiador com relação às exportações", resume Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América Latina. "Adotamos estratégias para conquistar novos mercados e iniciamos recentemente o envio de Virtus e T-Cross para o México e de Saveiro para o Peru. Nossa objetivo é ampliar ainda mais nossa presença em outros países em 2020, consolidando nosso perfil exportador." ■

PORTAL AUTODATA

COBERTURA DIÁRIA DAS INFORMAÇÕES RELATIVAS AO SETOR AUTOMOTIVO.

NOSSA NEWSLETTER É DISTRIBUÍDA PARA MAIS DE 30 MIL PESSOAS
LIGADAS NO DIA A DIA DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA.

**EM 2019 REGISTRAMOS AUMENTO DE
QUASE 100% DA AUDIÊNCIA NO PORTAL AUTODATA**



223.913
USUÁRIOS



432.798
SESSÕES



864.256
PÁGINAS

80% DA AUDIÊNCIA OCUPA POSIÇÃO DE DESTAQUE EM SUAS EMPRESAS:

PRESIDENTES,

VICE PRESIDENTES,

DIRETORES E GERENTES DE TODAS AS ÁRES DOS PRINCIPAIS PLAYERS
DA INDÚSTRIA.

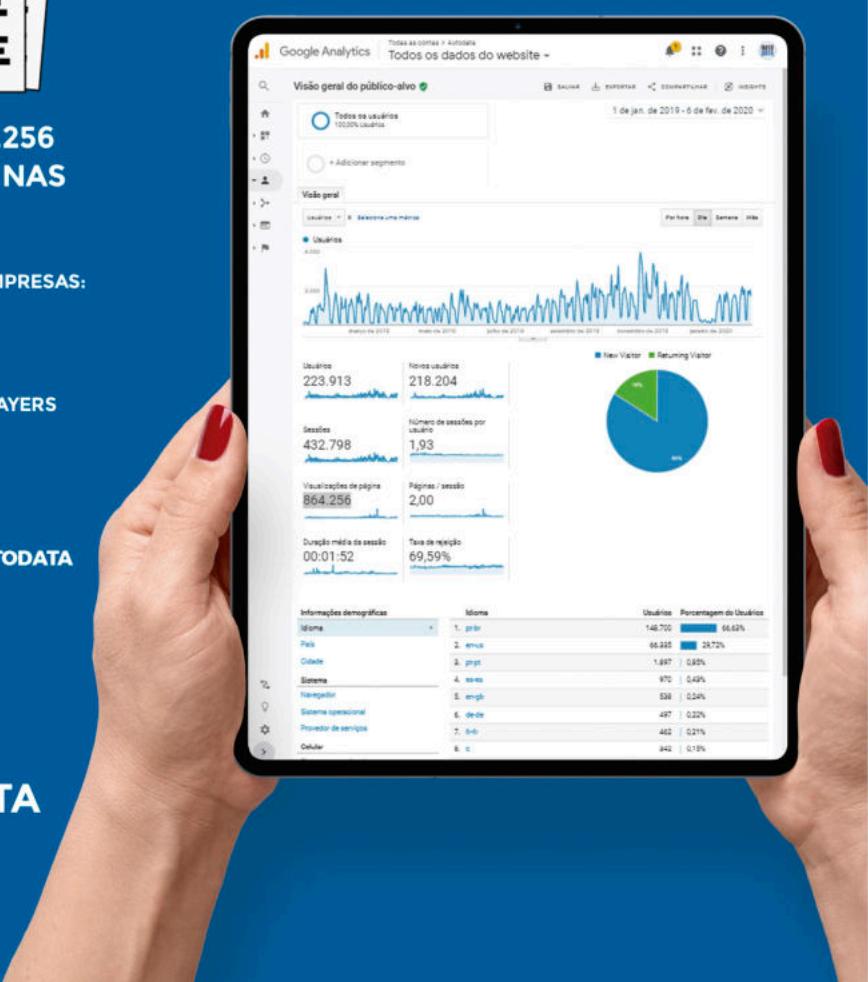
OFERECEMOS A OPORTUNIDADE PARA DIALOGAR E
APRESENTAR SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS AOS LÍDERES DO
SETOR NO MOMENTO EM QUE BUSCAM INFORMAÇÃO EM AUTODATA
PARA TOMAR DECISÕES IMPORTANTES.

NOSSAS PESQUISAS MOSTRAM QUE A AUDIÊNCIA
PERMANECE DE 2 A 4 MINUTOS DIARIAMENTE CONSUMINDO
O CONTEÚDO INFORMATIVO DO SITE.

ANUNCIE NO PORTAL AUTODATA

(11) 5189-8900

WWW.AUTODATA.COM.BR



FUSÃO À MARCHIONNE

Grupos FCA e PSA unem forças para criar o quarto maior grupo automotivo do mundo

A profecia – ou talvez, quem sabe, o desejo? – de Sergio Marchionne ganhou novo desdobramento no apagar das luzes de 2019. A FCA, que já havia se unido ao Grupo Chrysler em uma transação que movimentou o mundo automotivo, oficializou uma nova fusão, desta vez com o Grupo PSA. Criaram, assim, o quarto maior grupo automotivo do mundo em volume de vendas e o terceiro em receita.

Marchionne sempre defendeu a consolidação do setor automotivo, ainda antes dos obrigatórios vultosos investimentos demandados pela eletrificação. Foi o principal articulador da união da FCA com a Chrysler e, mais de uma vez, tentou fazer negócio com o Grupo PSA. Em 2019, já após sua morte, a FCA avançou sobre outra companhia francesa, o Grupo Renault,



Divulgação/PSA

mas teve suas expectativas frustradas especialmente por causa da Nissan, com quem a empresa mantém uma cada vez mais conturbada aliança.

No fim de outubro, já com a fusão com a Renault descartada, oficializou-se a intenção de FCA e PSA se unirem – Carlos Tavares, CEO do grupo francês, também nunca negou buscar parceiros para a companhia, que comprara a Opel/Vauxhall da General Motors em 2017. Em 18 de dezembro de 2019 a fusão, ou o que se chama oficialmente de "processo de fusão", foi confirmada. Estima-se a conclusão e o efetivo nascimento do conglomerado em doze a quinze meses.

"Há diversos fatores impulsionando a indústria automotiva em direção a uma maior colaboração e concentração", diz David Leggett, em uma análise da Global-

Companhia detém as marcas Fiat, Chrysler, Jeep, Dodge, RAM, Alfa Romeo, Maserati, Lancia, Peugeot, Citroën, DS, Opel e Vauxhall

Data, consultoria que trabalha, também, com o setor automotivo. "Grandes investimentos em tecnologias como eletrificação e autônomos podem ser compartilhados, além das economias de escala e custos reduzidos diante de um crescimento mais lento da demanda, ou até contração, dos principais mercados automotivos globais, como China e Estados Unidos."

Ainda sem nome oficial, a FCA-PSA terá que conceder respostas para muitas perguntas que restaram no ar, apesar de alguns pontos já esclarecidos. De início as duas empresas preocuparam-se em assegurar que não fecharão fábricas – ao menos na primeira fase da operação que, calculam, gerará € 3,7 bilhões em sinergia quando em pleno funcionamento.

Essas sinergias virão das 40% das áre-

as de tecnologia, produto e plataforma, 40% de compras, com maior benefício na escala alcançada, e 20% de Marketing, Tecnologia de Informação, despesas gerais e administrativas.

A FCA-PSA calcula que mais de dois terços dos veículos produzidos para todas as marcas do novo grupo estarão concentrados em duas plataformas, uma pequena e uma compacta média. Juntas, serão base de cerca de 3 milhões de automóveis ao ano.

São mais de dez marcas sob o guarda-chuva da nova companhia – Fiat, Chrysler, Jeep, Dodge, RAM, Alfa Romeo, Abarth, Maserati, Lancia, Peugeot, Citroën, DS, Opel e Vauxhall, além da Mopar, da rede Euro Repar e outros negócios além da fabricação e venda de automóveis –, que em 2018, combinando os dois resultados financeiros, faturou € 170 bilhões e comercializou 8,7 milhões de veículos.

Na América do Sul são cinco fábricas: Fiat em Betim e Córdoba, na Argentina, Jeep em Goiana, PE e motores em Campo Largo, PR, e as do Grupo PSA em Porto Real, RJ, e El Palomar, na Argentina. No Brasil é líder absoluta em vendas, com 524,8 mil automóveis e comerciais leves comercializados no ano passado – 469,7 mil FCA e 28,1 mil PSA. É mais de 20% do volume licenciado no País em 2019. Na Argentina foram 98,6 mil veículos comercializados, todas as marcas somadas, 21,6% do mercado.

É possível que a América Latina, mercado pequeno dentro do universo PSA-FCA – 46% da receita vem da Europa e 43% da América do Norte – seja beneficiada por uma das plataformas citadas.

A função de Mike Manley, sucessor do ítalo-canadense, faz parte da lista das perguntas ainda sem resposta.

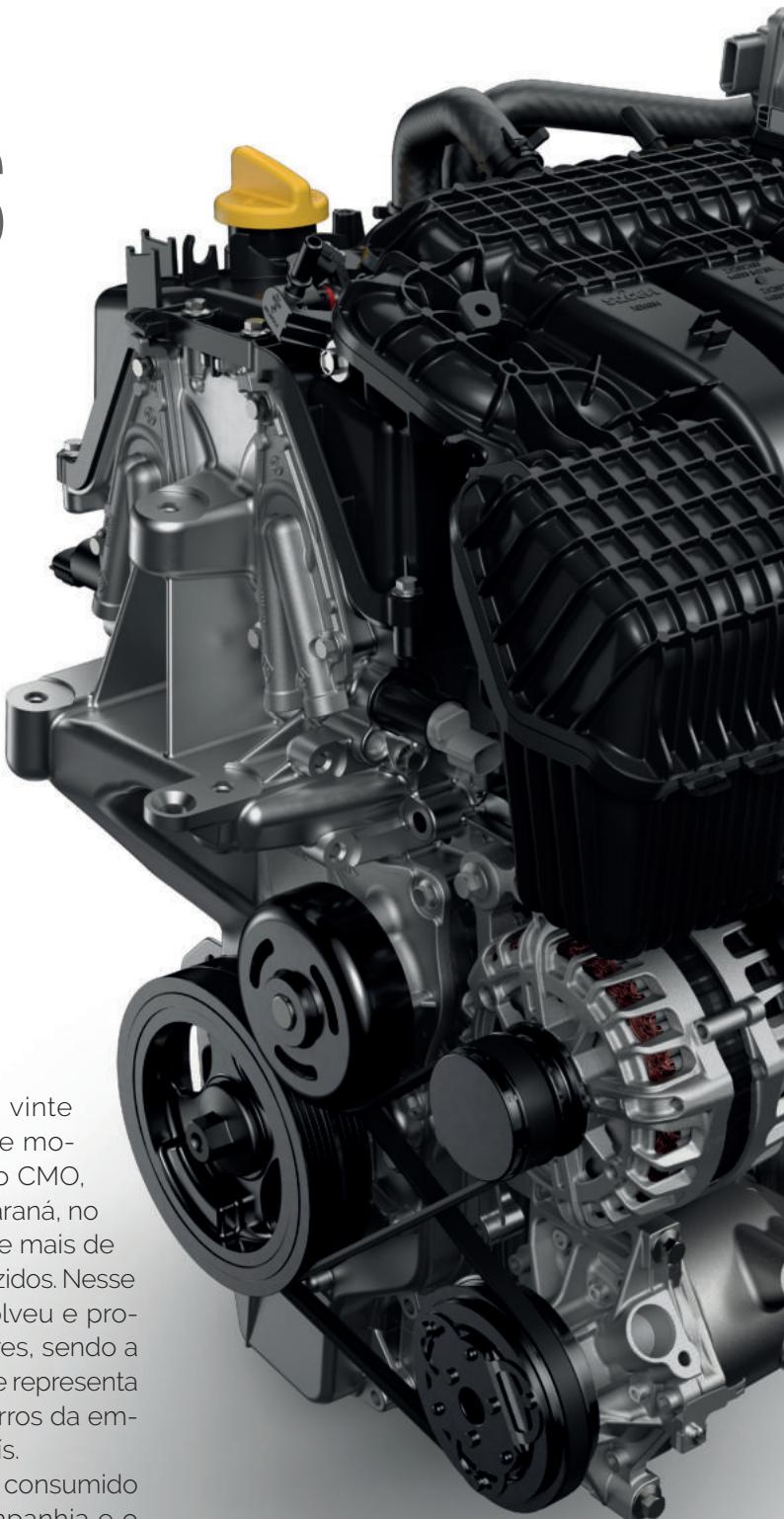
Carlos Tavares, CEO da PSA, foi escolhido para ficar à frente dos negócios da nova empresa, que terá sede na Holanda, com John Elkann, da FCA e herdeiro da família Agnelli, como presidente. Manley foi eleito, no fim do ano passado, presidente da Acea, a associação das montadoras europeias.

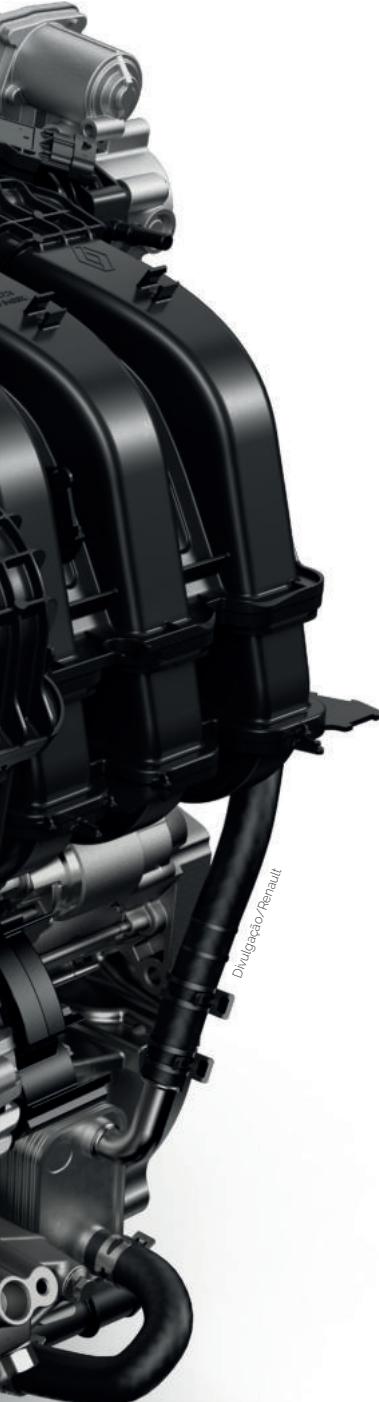
Motores nacionais Renault celebram 20 anos

Fabricante iniciou produção local de seus motores em 1999, na fábrica de Curitiba, PR

A Renault celebrou os vinte anos da sua fábrica de motores, conhecida como CMO, Curitiba Motores, no Paraná, no final de 2019, com a marca de mais de 4,6 milhões de motores produzidos. Nesse período a empresa desenvolveu e produziu duas famílias de motores, sendo a segunda a partir de 2016 e que representa a atual gama usada pelos carros da empresa comercializados no País.

Do total produzido 60% foi consumido pela produção local da companhia e o restante foi dedicado a exportações para países como Argentina, Colômbia e México, segundo Marcio Melhorança, gerente





geral de engenharia da Renault: "É um marco muito importante esses vinte anos de história e mais de 4,6 milhões de motores fabricados no País. Eu vivi tudo isso desde o começo, cheguei na empresa em 2001 e vi todos os desafios que a produção da unidade encarou nesse período".

Tudo começou no final de 1999, com a inauguração da unidade e a nacionalização do motor 1.6 16V que era dedicado ao Clio, Clio Sedã e Scénic no Brasil e exportado para a Argentina para equipar a linha Megane. A capacidade produtiva inicial da unidade era de 280 mil motores e já nos anos 2000 a Renault começou a produzir mais um motor na fábrica, o 1.0 16V que era totalmente dedicado ao Clio e, nesse ano, a empresa atingiu a marca de 30 mil motores produzidos na fábrica de Curitiba em seu primeiro ano completo de operação.

Nesse período a equipe de engenharia da fábrica também recebeu um desafio importante, de acordo com o gerente: "Recebemos o desafio de desenvolver em parceria com a Peugeot um novo motor 1.0 que seria usado por eles, projeto que deu certo e foi produzido em Curitiba durante alguns anos". Em 2002 a unidade nacionalizou novos motores e aumentou sua produção com a chegada do motor 1.0 8V, um novo 1.0 16V e 1.2 12V, sendo esse último 100% dedicado às exportações.

Com a diversificação da gama de motores nacionais a unidade atingiu seu primeiro grande marco em 2006, com 1 milhão de motores fabricados no Brasil. A empresa seguiu produzindo esses motores até 2016, superando a marca de três milhões de motores produzidos no Brasil e também começou a trabalhar no desenvolvimento da nova família de motores.

SEGUNDO CICLO

O segundo ciclo de produção da unidade começou com a criação do Inovar-Auto, que entrou em vigor em 2013 e encerrou no final de 2017: "Com a chegada do Inovar-Auto surgiu a necessidade de trabalharmos em uma nova família de mo-

tores para atender as metas de eficiência energética que foram estipuladas pelo programa e, a partir disso, nossa equipe de engenharia concentrou seus esforços na criação dos motores 1.0 e 1.6 que são produzidos atualmente em Curitiba".

Depois de alguns anos trabalhando nos novos motores, período que a Renault também usou para preparar a fábrica para produção da nova família, a SCe, Smart Control Efficiency, que começou a ser produzida em 2016 com duas versões, o motor 1.0 de três cilindros e o 1.6 de quatro cilindros, que chegaram ao mercado entregando menor consumo e melhor desempenho na comparação com os antigos, usados para equipar os seguintes modelos: Duster, Duster Oroch, Logan e Sandero.

O 1.0 SCe trouxe inovações como duplo comando de válvulas variável na admissão e no escape, tecnologia que na época era considerada inédita em motores para veículos de entrada, além de ser todo desenvolvido em alumínio, o que reduziu seu peso em 20 quilos. O 1.6 SCe é trinta quilos mais leve que seu antecessor, equipado com duplo comando de válvulas variável na admissão e injetores posicionados no cabeçote.

Segundo Melhorança a equipe de engenharia da companhia continuará trabalhando para apresentar novidades no futuro: "O Rota 2030 trouxe, pela primeira vez, uma visão clara de futuro a médio prazo e isso é muito relevante para nós. Conseguiremos nos programar para desenvolver e atender as exigências do programa nos próximos anos".

O executivo também disse que a companhia começará a exportar os novos motores da família SCe para Argentina e Colômbia, países em que a Renault também possui fábricas, mas ainda monta os veículos com os motores antigos:

"Ao longo do ano começaremos a exportar esses motores e eles terão, praticamente, as mesmas aplicações que vemos por aqui, porque até o momento os veículos desses países utilizam o motor antigo".

Las Vegas CES e o 7X1 na indústria automotiva

Enquanto a indústria da tecnologia transforma o futuro em presente, as automotivas insistem em expor conceitos que não chegam ao mercado. Mas houve exceções.



Divulgação/CES

Robôs cozinheiros, fechaduras da casa inteligentes, relógio de parede com timer acionado por comando de voz. Escovas que digitalizam no aplicativo do smartphone os dentes que foram escovados, lâminas de barbear aquecidas, travesseiros que monitoram a intensidade do ronco e quanto tempo isso ocorreu durante o sono. TVs 8k, algumas tão grandes que são chamadas de "a parede", 5G, IoT – internet das coisas –, assistentes com inteligência artificial que conectam tudo dentro de casa e até o seu carro com a sua casa. Quase tudo isso

disponível para aplicação comercial. Não é à toa que a palavra carro surgiu somente no fim desse período. É que na CES, a maior feira de tecnologia do mundo, essa indústria, novamente, deu de lavada na indústria automotiva. Foi um 7X1 tão contundente quanto o da seleção brasileira na Copa. A razão: enquanto o mundo da tecnologia é ágil e direto em sua estratégia de transformar o mundo já, o setor automotivo continua naquela de apresentar o futuro que quase nunca chega.

A CES é muita coisa: a cidade de Las Vegas foi tomada por pessoas de mente

jovem, inquietas e práticas que debateram durante os quatro dias da feira temas dos mais variados como o futuro do trabalho e da saúde. Discutem como integrar a sustentabilidade em novos produtos e mostram como robôs podem salvar os oceanos. Mais que isso: apresentam produtos e serviços de última geração que já estão à venda ali mesmo – por meio de aplicativos, claro –, serão lançados em alguns meses ou, no máximo, até a próxima CES, em 2021.

Até mesmo as startups apresentaram em um enorme pavilhão exclusivo para elas produtos e tecnologias que já estão maduras para o mercado, esperando um investidor para dar escala comercial.

Enquanto isso a maioria dos estandes das fabricantes que estiveram no principal pavilhão da CES continuam com a velha estratégia de exibir conceitos de veículos, muitos deles que jamais sairão dos laboratórios.

Nesse sentido a indústria automotiva representada por essas marcas dava a impressão que estava um passo atrás da indústria da tecnologia. É claro que haviam exceções, que serão abordadas mais adiante.

Porém, ficou nítido que as automotivas fizeram mais do mesmo, ocupando um espaço sem, de fato, estarem inseridas no espírito que tornou a CES famosa nos últi-

mos anos – tornar o futuro nosso presente.

Mesmo com a Toyota anunciando que vai construir uma cidade totalmente conectada, a Mercedes-Benz mostrando um protótipo com visual impressionante, o Vision AVTR que promete revolucionar com uma tecnologia de bateria desenvolvida a partir do grafeno e completamente livre de materiais raros e metais - essa bateria pode ser 100% reciclada, tornando talvez pela primeira vez esse componente-chave dos veículos elétricos totalmente independente de qualquer fonte de origem fóssil – parece urgente uma reação mais ágil da indústria automotiva. Porque as empresas de tecnologia estão cada vez mais confiantes para atuar nesse mercado, o da mobilidade, oferecendo todo o tipo de solução: inteligência artificial e algoritmos para resolver os problemas; itens cada vez mais demandados pelos automóveis e caminhões como sensores para todo o tipo de aplicação, materiais de última geração que podem substituir tudo o que a indústria utiliza hoje, e muito mais.

A Samsung e a LG, para citar duas famosas, apresentaram cockpits de automóveis com soluções que vão desde o design interior customizado até painéis completos com toda a eletrônica embarcada construída por eles. A Panasonic tem uma divisão, a One Connect, que mostrou um Infotainment totalmente conectado: todos os comandos por voz são levados para um ambiente na nuvem e o OEM cliente dessa tecnologia pode ter acesso imediato à forma como o motorista está interagindo com o veículo. Ao usuário é permitido, dentre muitas coisas, pedir para o sistema acionar o vídeo game integrado no painel e, enquanto o veículo está parado, jogar o game Sonic – esta foi a dinâmica e o jogo escolhido durante a demonstração.

A divisão One Connect também mostra na CES uma experiência já em operação de frota conectada com a Troops Motors – uma ilustre desconhecida no mundo automotivo. São pequenos caminhões para percurso urbano totalmente monitorados.

A sul-coreana SK Innovation – outra





ilustre desconhecida no universo automotivo, uma divisão da empresa química SK - apresentou um projeto completo de veículo que, segundo a exibição, não apenas utilizará novos materiais para aumentar a capacidade de baterias elétricas, mas também materiais nanotecnológicos ultra-leves para portas e todo o interior do veículo e com produção "amigável" com o meio ambiente.

A Sony, aquela do walkman e tantos outros produtos eletrônicos, foi além e mostrou um carro 100% feito por ela. Chamado Vision S é, como alguns nos estandes das montadoras, um veículo-conceito. Mas um veículo-conceito da indústria eletrônica.

Talvez a novidade de maior impacto dentre as automotivas estava no estande da Hyundai, que em parceria com a Uber, mostrou o protótipo de um veículo voador. O nome dele é PAV, sigla em inglês para Veículo Aéreo Pessoal, modelo S-A1. Com capacidade para cinco pessoas deve entrar em operação em 2023 primeiramente em Dallas, no Texas, Los Angeles e outras cidades da Costa Leste dos Estados Unidos. Este será o primeiro veículo elétrico - ele usará diversos pequenos motores para reduzir o ruído - com autonomia para 100 km sem utilizar as congestionadas vias das

Empresas de tecnologia estão cada vez mais confiantes para atuar no mercado da mobilidade, oferecendo todo tipo de solução, inteligência artificial e algoritmos

cidades. Espera-se uma grande mudança na mobilidade com o lançamento do S-A1 e todo o conceito de mobilidade que está sendo criado para levar as pessoas até a estação de onde deve partir esses veículos. Mas como é um protótipo, mesmo com o impacto da novidade de um novo modo de mobilidade para cidades - um veículo que voa - o S-A1 não deixa de se enquadrar na velha prática da indústria automotiva de exibir seus conceitos.

Do outro lado desse espectro das montadoras na CES esteve a Ford, que atraiu milhares de pessoas ao seu estande para conhecer o Mach-E. Ele não é um protótipo, já tem um programa de pré-venda a interessados e data para ser entregue aos seus clientes (*leia mais no*

AD Pergunta). Para quem ainda não viu uma foto do Mach-E ele é nada mais, nada menos, que um crossover 100% elétrico que carrega na grade frontal o cavalo de bois Mustang do muscle car mais famoso do mundo. Realmente uma mudança e tanto de paradigma dentre os carros esportivos.

Outra iniciativa relevante da fabricante que é a mais veterana dentre as automotivas na CES – já está em sua nona participação – é o Ford's City Insights Platform.



Uma maquete do centro da cidade de Ann Arbor, Michigan, no estande da CES mostrou que a Ford reúne quase todas as informações do comportamento de tráfego de pedestres, ciclistas, automóveis, ônibus e caminhões. E softwares com inteligência artificial podem gerar procedimentos que resolvem problemas como acidentes frequentes, falta de estacionamento e até congestionamentos em horários de pico.

De acordo com Bill Frykman, diretor de inovação e mobilidade da Ford, há um grande potencial para comercializar essa solução: "Estamos trabalhando seriamente com cidades e haverá oportunidades financeiras".

A iniciativa que fez a fabricante de carros investir em um sistema inteligente que melhora o fluxo de veículos nas cidades partiu do próprio Bill Ford, herdeiro de Henry Ford. Segundo Frykman, Ford, o atual chairman da empresa, acredita que "o modelo de mobilidade que temos hoje não vai funcionar no futuro. Não se trata apenas de colocar carros inteligentes na rua, é preciso um mundo inteligente e isso significa trabalhar com as cidades".

Caso tenha interesse em conhecer como funciona essa tecnologia convidamos uma visita ao nosso site. Lá você encontra uma reportagem contando os pormenores dessa solução que a Ford está desenvolvendo.

A Audi, a FCA, a Honda e a Nissan, dentre as outras já citadas, mostraram na CES que voltam suas estratégias para soluções mais condizentes com os desafios que o planeta está enfrentando como o aquecimento global causado pela ação humana. Cada uma à sua maneira, respeitando suas estratégias, conduzirão os negócios e os produtos para um conceito mais limpo de emissões e utilização de materiais e tecnologias mais inteligentes e menos agressivos ao meio ambiente. Essa foi uma tendência identificada em boa parte das empresas expositoras. Por isso é importante estar na CES. Nada melhor que mostrar tudo isso para um público ligado no futuro e, portanto, preocupado com o que vai consumir daqui em diante.



O RECALL QUE PAROU A GM



Reportagem especial da Agência AutoData contou os bastidores do recall do Onix Plus após os incêndios ocorridos no modelo recém-lançado

Era 2 de novembro de 2019, um sábado, quando subiu na tela do celular de Carlos Zarlenga, presidente da General Motors América do Sul, alerta para uma notícia importante. O executivo estava no Equador, em meio a compromissos ligados à operação local da companhia, mas suas atenções logo mudaram de local. Mais especificamente para o Estado do Maranhão, onde um Chevrolet Onix Plus pegou fogo um mês depois do seu lançamento.

Naquele exato momento a GM tinha uma batata quente nas mãos. Mas em vez de jogar o tubérculo de mão em mão os executivos vestiram luvas antitérmicas e resolveram lidar com a situação em conjunto. Os bastidores deste recall, talvez um dos mais surpreendentes e relevantes na história recente da indústria automotiva brasileira, foram narrados em uma série especial de reportagens exclusivas na Agência AutoData, em dezembro.

A pauta, como as redações jornalísticas chamam os assuntos que formam os temas de apuração das notícias, surgiu em um dos debates dos jornalistas da editora. Era consenso que a GM havia lidado muito bem com a situação – rapidamente reconheceu o problema, convocou as 7 mil unidades que demandavam uma atualização do sistema de gerenciamento de software do motor já comercializadas e, assim, conseguiu mitigar a repercussão negativa sobre um dos principais lançamentos no mercado brasileiro nos últimos anos.

O processo interno começou em 5 de novembro, três dias após Zarlenga receber a notícia. A rede começou a receber a solução para o problema cinco dias depois e em 19 de novembro os primeiros proprietários apareceram nas concessionárias para fazer a atualização. Em menos de dez dias, 98,5% das 7 mil 140 unidades do sedã vendidas já haviam passado pelo recall.

Em 21 de novembro Zarlenga e seu então vice-presidente, Marcos Munhoz – a dias de se aposentar no cargo e um dos homenageados da noite pela direção de AutoData –, compareceram à cerimônia de entrega do Prêmio AutoData. Lá, o presidente foi instigado: vamos contar tudo o que ocorreu, em pormenores?

Os recalls trazem, ainda, uma certa dose de tabu. Todas as montadoras fazem, geralmente mais de um por ano, e são poucas que topam falar abertamente sobre eles. É como a seção Erramos de um jornal ou revista: ninguém quer, mas todo mundo erra e precisa corrigir.

Não foi preciso muita negociação: Zarlenga quis falar. Dias depois por meio de videoconferência, ele na Argentina e a reportagem em Gravataí, RS, justamente para a cobertura do lançamento da versão hatch da nova geração do Onix, concedeu a entrevista que serviu como espirilha dorsal do especial. Foram ouvidos ainda analistas, concessionários e outras fontes para compor o especial, que pode ser lido em <http://encurtador.com.br/gkMRV>. ■

Mais um?

Dias após o bem-sucedido recall do Onix Plus uma nova encrenca surgiu para os executivos da GM: foi relatado o vazamento de combustível em alguns modelos. Dessa vez a companhia não convocou recall, mas chamou os proprietários para substituir

alguns componentes no que denominou de “ação de melhoria contínua”. O Procon pediu explicações para a GM, que alegou, de acordo com a entidade, que o problema não trazia riscos à segurança dos usuários, portanto não demandaria um

recall. Até o fechamento desta edição técnicos do Procon estavam trabalhando em seus laudos para averiguar se os argumentos da empresa estão de acordo com os procedimentos oficiais e legais – caso contrário uma multa pode ser aplicada.



CONEXÃO SEUL-MONTERREY-RIO

A possibilidade de trazer modelos sem imposto de importação do México deverá ajudar a Kia a ampliar volumes no Brasil

O livre-comércio de veículos do Brasil com o México, iniciado no ano passado, foi comemorado por José Luiz Gandini, representante da Kia Motors no Brasil. Apesar da possibilidade de importar automóveis produzidos na fábrica inaugurada pela Kia em Monterrey, no México, em 2016, a conta ainda não fechava até a decisão dos governos.

De acordo com o empresário era mais vantajoso financeiramente importar veículos da Coreia do Sul do que da América do Norte, pois, sem contrapartida de comércio do Brasil para o México, não havia cota para modelos Kia mexicanos sem a cobrança do imposto de importação.

A nova geração do sedã Cerato foi o primeiro mexicano Kia a desembarcar no mercado brasileiro. Agora em 2020, final-

mente, foi a vez do hatch Rio chegar ao País – algo que Gandini ensaiava há anos.

Os dois modelos devem, juntos, representar algo em torno de 30% a 40% das vendas da Kia Motors no Brasil este ano, volume projetado em 12 mil unidades. "A fábrica mexicana tem condições de atender a todos os pedidos. Eles querem que a gente sempre venda mais", diz o diretor de vendas locais Ary Jorge Ribeiro, salientando entretanto que "tudo depende do dólar".

Ainda assim é pouco perto do que a Kia já teve no mercado nacional. No auge, antes da cobrança majorada de IPI nos importados, as vendas anuais chegaram a 80 mil unidades. A rede de concessionários era o dobro da atual, na faixa das 160 casas.

"O segmento de importados foi o mais afetado pelo Inovar-Auto", analisa Gandini.



Divulgação/Kia

"Perdemos muito volume de venda pois estávamos limitados a uma cota. Ao fim do programa nos animamos novamente, na ânsia de retornar aos números do passado, mas aí o dólar disparou."

A valorizada moeda estadunidense é a razão para o salgado preço do hatch Rio. R\$ 70 mil é o preço pedido pela versão LX, que traz central multimídia, sensor crepuscular, câmera de ré, controles de estabilidade, tração e frenagem em curva, monitoramento de pressão dos pneus e farol de neblina. Ar-condicionado digital, bancos revestidos em couro e saída USB nos bancos traseiros são alguns dos itens da EX, a R\$ 79 mil – nas contas da Kia, representará 80% do mix.

O motor é o 1.6 flex do HB20 e alcança até 130 cavalos quando abastecido 100% com etanol. Nas duas versões a transmissão é automática. Ribeiro estima vender 2,4 mil Rio neste ano.

Os planos mudaram desde a decisão de, enfim, trazer o modelo para o Brasil. Gandini diz que quando fez a encomenda do primeiro lote, na segunda metade do ano passado, o dólar estava a R\$ 3,75. "Valorizou mais de 10%. Esperamos que ao menos estabilize, porque afeta muito o mercado de importados."

Foi também o dólar que mexeu na programação de importação do sedã Cerato, cuja nova geração chegou no meio do ano passado: na época do lançamento a Kia projetava vender, este ano, mais de 4 mil unidades do sedã. Mas não há planos de pisar fundo no freio.

Gandini adiantou algumas novidades para o mercado brasileiro este ano, como a nova geração do Soul, um SUV compacto e os primeiros passos em híbridos e elétricos. É neste segmento, aliás, que o presidente da Kia do Brasil enxerga grandes oportunidades para veículos importados, uma vez que a produção local ainda engatinha e as condições de concorrência estão de igual para igual até com as montadoras com fábricas no Brasil, que ainda precisam importar elétricos ou híbridos.

"O dólar também vai acabar mexendo com o preço das montadoras locais", projeta o empresário. "Muitos componentes são

importados e a valorização da moeda gera impacto, também, nos custos de produção. E vale lembrar que os lucros são reportados em dólar."

O mundo globalizado automotivo rendeu uma curiosidade: produzido em Monterrey, no México, o Kia Rio tem 80% do aço usado em sua estrutura importado do Brasil.

ESTRATÉGIA REGIONAL

Não há mais nada do México para chegar, por enquanto, no mercado brasileiro – a não ser outras versões do Rio ou Cerato. Gandini descarta qualquer possibilidade de fábrica brasileira:

"A encrenca [da Kia com o governo brasileiro, gerada pela mal sucedida empreitada da Asia Motors que deu origem a uma enorme dívida tributária] acabou dando ao México a fábrica, que poderia ter sido instalada no Brasil".

Em paralelo Gandini admite ter um ousado plano, ainda em discussão preliminar com a diretoria coreana: produzir um novo modelo no Uruguai, onde mantém a linha de produção dos caminhões Bongo. "Ainda não há nada definido, mas é uma possibilidade. Podemos montar um automóvel naquela fábrica. Ainda não temos nem o modelo, é só uma conversa em estágio inicial."

Ampliar o portfólio é atender a uma demanda da rede de concessionários, que está em processo de expansão. No fim do ano passado o executivo José Luiz Vendramini foi contratado para a diretoria de planejamento de rede, para dar sequência ao projeto de Gandini diante da perspectiva de aumento de volume e linha.

"Nossa meta é aumentar a expansão geográfica da rede Kia", diz Vendramini. "Hoje cobrimos 61% do território e buscamos, com os mesmos grupos atuais, ampliar essa cobertura, abrindo showrooms e concessionárias mais enxutas, com boxes de serviços em vez de oficinas completas."

Segundo o executivo o plano é, ainda em 2020, abrir quinze novos pontos de vendas. Concessionárias digitais nos grandes centros também estão no programa, porém mais para o longo prazo.

Drama hollywoodiano



Reprodução YouTube

Carlos Ghosn foge do Japão em ação cinematográfica e, no Líbano, concede entrevistas onde mais uma vez jura sua inocência

O mundo automotivo está cada vez mais perplexo diante do caso Carlos Ghosn, que ganhou contornos hollywoodianos após a fuga cinematográfica do ex-executivo e líder máximo da Aliança Renault-Nissan do Japão rumo ao Líbano, no finalzinho de 2019.

No início de janeiro ele concedeu entrevista coletiva a uma multidão de jornalistas do mundo todo, e aproveitou a ocasião para uma vez mais jurar inocência.

Sobre as razões que levaram as autoridades japonesas a prendê-lo, afirmou sofrer perseguição naquele país devido à "redução

do desempenho da Nissan em 2017". Ele citou, ainda, que sua prisão prejudicou negociações que estavam em curso à época para a fusão da Nissan-Renault com a FCA, movimento que acabou ocorrendo com a rival PSA em dezembro.

Disse, também, que esperava uma "mão amiga" do governo brasileiro para obter, por vias diplomáticas, sua libertação.

"O Presidente fez um anúncio no jornal, quando alguém fez uma pergunta para ele, se ele estava pronto para falar do meu caso com as autoridades japonesas. E, se eu me lembro, ele falou que não quis fazer isso para não



NÓS PODEMOS COLABORAR

A **SEARA BENDITA** é uma Instituição com caráter religioso e filantrópico, sem fins lucrativos ou econômicos, apolítica, constituída por pessoas comprometidas em causas sociais, tendo suas obras de Assistência e Serviço Social realizadas no Lar Meimei, onde assiste a mais de 400 crianças e adolescentes em tempo integral, oferecendo refeições diárias, ensino social profissionalizante, atendimentos dirigidos à comunidade, empregabilidade, lazer e cultura, além de uma biblioteca comunitária, brechó e trabalhos sociais.

A Instituição vem crescendo estrutural e fisicamente e para fazer frente a esse crescimento mantém e tem criado atividades de geração de renda, recursos e de suporte financeiro, como o lançamento da campanha **BENDITA SEMENTE**, cujo foco é a ampliação de suas instalações, que possibilitará um atendimento mais organizado e com mais comodidade a todos que a procuram.

FAÇA PARTE DESTA CAUSA VOCÊ TAMBÉM!

Banco Bradesco 237

Agência 1789 – Conta Corrente 8261-9

Banco Itaú 341

Agência 0772 – Conta Corrente 66087-4

Banco Santander 033

Agência 0458 – Conta Corrente 13.000.525-5

Banco do Brasil 001

Agência 1744-2 – Conta Corrente 2190-3



(11) 5534-5172

www.searabendita.org.br

projeto.benditasemente@searabendita.org.br



Seara Bendita





atropelar, atrapalhar as autoridades japonesas."

Eram esperados do executivo mais pormenores a respeito da fuga, mas o assunto ficou longe de ser explicado: Ghosn se limitou a dizer apenas que "os princípios dos direitos humanos foram violados" com sua prisão e que a Justiça japonesa o privou de seus documentos de defesa.

Após a entrevista coletiva Masako Mori, ministra da Justiça do Japão, informou por meio de nota que as declarações de Ghosn foram "absolutamente intoleráveis". Afirmou, ainda, que "o sistema de Justiça criminal do Japão estabelece procedimentos apropriados e é administrado adequadamente para esclarecer a verdade nos casos, garantindo os direitos humanos individuais básicos. O governo do Japão tomará todas as medidas disponíveis para que os processos criminais japoneses possam ser adequadamente atendidos, enquanto trabalha em estreita colaboração com países, organizações internacionais e outras partes interessadas".

Depois, em entrevista exclusiva ao jornal O Estado de S. Paulo, Ghosn disse acreditar que a Aliança desaparecerá:

"Eu não acredito por um minuto que a Aliança sobreviva".

Em resposta rápida a matriz da Nissan divulgou comunicado negando ter intenções de abandonar a Aliança que mantém com a Renault e a Mitsubishi. "A Nissan não está de nenhuma forma considerando dissolver a Aliança. Ela é a fonte da competitividade da Nissan. Por meio da Aliança, para alcançar um crescimento sustentável e rentável, a Nissan continuará entregando resultados de ganha-ganha para todas as companhias integrantes."

Depois, à Globonews, Ghosn disse que cometeu dois erros: ter deixado a diretoria geral da Nissan para um japonês enquanto se mantinha como presidente do conselho e aceitar alongar demais o período como presidente da Renault.

Afirmou ainda sobre as acusações: "Não tem nem sonegação de impostos, nem falta de declaração de coisas que já recebi. A acusação foi de não declarar recursos que receberia no futuro. Nos Estados Unidos isso não é um problema civil, na França e no Líbano isso não existe. Em outros países esse tipo de coisa não é um problema, mas no Japão eles botam você na prisão".

E deixou aberta até a possibilidade de aportar no Brasil em algum momento futuro: "Eu posso ir ao Brasil. A única condição é fazer um voo direto. Não posso parar em outro país, pode haver problema com a Interpol. Indo direto não tenho problema".

Por fim garantiu que busca "julgamento em um país determinado, onde tenha defesa possível, para esclarecer meu nome. Eu quero limpar meu nome, quero limpar minha vida. Esse é meu objetivo. Um lugar para o julgamento. Vamos botar tudo na mesa. Deixar um juiz que está interessado na verdade, e não em ganhar um processo, decidir".

E assim o mundo automotivo aguarda, boquiaberto, o próximo capítulo da saga Ghosniana.

AUTODATA

Empresarial

58

60

HONDA

Montadora celebra dois milhões de veículos produzidos no Brasil

TOYOTA

Nova geração do Corolla recebe os prêmios mais cobiçados da indústria automotiva

DOIS MILHÕES DE CARROS BRASILEIROS

Neste início de 2020, a fábrica da Honda Automóveis, em Itirapina, SP, celebra a produção do veículo número 2 milhões

O HR-V Touring cor Azul Cósmico representa um marco e tanto na história da Honda no Brasil: ele é o veículo número 2.000.000 que a montadora japonesa produziu aqui no País.

O momento especial foi celebrado na fábrica de Itirapina, SP, com uma cerimônia para colaboradores e executivos da empresa, além de convidados.

A história da Honda Automóveis no Brasil teve início em 1997 com a produção de 20 unidades diárias do modelo Civic, então em sua sexta geração. Pilares da filosofia da empresa, o foco constante no cliente e na qualidade superior de entrega de seus produtos e serviços são os fatores chave para esta trajetória de sucesso.

"Producir dois milhões de automóveis é algo grandioso, significa atender as expectativas de milhões clientes, não só no Brasil, mas também nos mercados para os quais exportamos", comenta Issao Mizoguchi, presidente da Honda South America.

Contar com o apoio de colaboradores engajados e que mantém vivo o propósito da empresa fez toda a diferença ao longo dos anos. Atualmente, a empresa conta com mais

de 3.500 colaboradores entre as unidades de Sumaré e Itirapina, ambas no interior de São Paulo.

A rede de concessionárias da marca possui 215 pontos de vendas distribuídos por todo o Brasil. Além disso, contribuem para a produção nacional 163 fornecedores locais. "O foco em superar as expectativas de nossos consumidores, entregando produtos da mais alta qualidade, é o que torna a Honda uma marca de excelência. Esse é o nosso DNA, o que está na origem do marco que estamos comemorando. Agradeço a cada colaborador, fornecedor e concessionário pelo trabalho realizado e pela história que compartilhamos", completa Mizoguchi.

Ao longo de sua trajetória de 23 anos de produção de automóveis no Brasil, contínuos investimentos foram realizados com o objetivo de aumentar a capacidade de produção e melhorar a eficiência dos processos. Como resultado, atualmente, mais de 500 automóveis são produzidos diariamente entre os modelos Civic, Fit, City, HR-V e WR-V. A linha de produtos comercializadas no país ainda conta com os importados Accord, CR-V e Civic Si.



Linha do Tempo:

1992 – Início da importação de automóveis para o Brasil (Civic e Accord).

1997 - Inauguração da fábrica de automóveis em Sumaré, interior de São Paulo.

Início da produção nacional do Honda Civic.

2000 - Início da comercialização CR-V no Brasil (importado).

Lançamento da 7ª geração do Honda Civic.

2003 - Início da comercialização do Honda Fit, segundo carro produzido pela marca no Brasil, e primeiro carro nacional a oferecer transmissão automática CVT.

2005 - Honda Fit passa a contar com a motorização de 1,5 litros.

2006 - New Civic é lançado no mercado brasileiro (8ª geração do modelo).

Honda apresenta tecnologia Flex em seus modelos Fit e New Civic.

2007 - Início da produção nacional do Civic Si.

2008 - Honda Automóveis otimiza a produção de motores e inaugura nova unidade de Power Train em Sumaré (SP).

2009 - Lançamento do Honda City - terceiro modelo produzido pela Honda no Brasil.

2011 – Lançamento da edição especial do New Civic.

2012 - Lançamento da 9ª geração do

Honda Civic.

Lançamento do Fit Twist – versão do modelo desenvolvido exclusivamente para o mercado brasileiro.

Início da construção do novo Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Honda Automóveis em Sumaré.

Honda Automóveis: 1 milhão de unidades produzidas na fábrica de Sumaré.

2013 - Honda Civic ganha motorização 2.0.

2014 - Inauguração do parque eólico da Honda em Xangri-lá (RS), suprindo totalmente a demanda de energia elétrica da fábrica de Sumaré (SP).

Inauguração do novo centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Honda Automóveis em Sumaré.

2015 – Lançamento do HR-V, quarto modelo produzido no Brasil.

2016 - Lançamento do Novo Civic geração 10.

Marca de 1,5 milhão de unidades produzidas no Brasil.

2017 – Comemoração dos 20 anos de produção nacional no Brasil.

2019 – Inauguração da nova fábrica de automóveis da marca no Brasil, na cidade de Itirapina (SP).

2020 – Celebração de dois milhões de automóveis no País.

UM SEDÃ SURPREENDENTE

Com mais de meio século de vida, modelo Corolla, da Toyota, nunca parou de se reinventar e, nesta mais recente versão, recebe os prêmios mais cobiçados da indústria automotiva nacional



O Corolla, da Toyota, é um dos sedãs que mais colecionam marcas e prêmios no mundo. Fabricado desde 1966, é o carro mais vendido do planeta com mais de 45 milhões de unidades emplacadas em países de todos os continentes.

Com a chegada da 12ª geração deste modelo, lançada em setembro do ano passado, a montadora japonesa apresentou ao mercado brasileiro amplo pacote de inovações tecnológicas e de design que o consagrou como "Carro do Ano 2020", em prêmio realizado pela revista Autoesporte ficando, também, com o Prêmio Autodata na categoria Inovação Tecnológica por fabricar no Brasil o primeiro automóvel híbrido flex fuel do mundo.

O novo Corolla foi desenvolvido seguindo a filosofia TNGA (sigla em inglês que significa Toyota New Global Architecture) cujo princípio pode se resumir em uma busca por

Inovações tecnológicas e design
arrojado renderam grandes
prêmios para o Corolla 2020,

Divulgação/Agência Brasil



aperfeiçoar drasticamente cada um de seus veículos sem perder, contudo, a identidade de cada modelo.

Nesta nova geração do Corolla, a engenharia da Toyota combinou a motorização flex (um motor de 1.8L VVT-i 16V de ciclo Atkinson flex), com dois motores elétricos (MG1 e MG2) garantindo aceleração suave e excelente conforto ao rodar em qualquer tipo de condução. Os engenheiros do Brasil e do Japão trabalharam em conjunto

Os engenheiros do Brasil e do Japão trabalharam em conjunto para criar essa inédita solução de um sedã médio híbrido flex.

para criar essa inédita solução de um sedã médio híbrido flex que oferece alto desempenho com os mais baixos níveis de emissão e consumo.

O Novo Corolla 2020 com motor 2.0L Dynamic Force também tem uma inédita transmissão Direct Shift de 10 velocidades que proporciona a suavidade de uma transmissão CVT convencional com uma sensação de aceleração direta. Para isso, os engenheiros da Toyota acoplaram uma engrenagem mecânica que atua na arrancada do veículo, melhorando a aceleração do veículo em 1^a marcha. O resultado é uma transmissão altamente eficiente em qualquer faixa de velocidade.

Com design ao mesmo tempo elegante e arrojado e dotado com um pacote com surpreendentes e inéditas inovações tecnológicas, a 12^a Geração do Corolla conquistou, no Brasil, os prêmios mais cobiçados da indústria automotiva nacional. Prova que, mesmo com mais de meio Século, o carro mais vendido do mundo certamente vai encantar, também, as futuras gerações. ▲

FRAS-LE ADQUIRE A NAKATA POR R\$ 457 MILHÕES

A Fras-le anunciou no final de dezembro a aquisição integral das ações da Nakata Automotiva, sediada em Osasco, SP. A transação, no valor de R\$ 457 milhões, envolve todas as operações e negócios, incluindo a fábrica em Diadema, SP, e os centros de distribuição em Extrema, MG, e Santo André, SP. Tanto a gestão quanto os 416 funcionários serão mantidos.

A conclusão da aquisição está condicionada à aprovação da As-

sembleia Geral Extraordinária de acionistas da Fras-le, que deve ocorrer em fevereiro, e do CADE, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica, estimada para, no mínimo, três meses, bem como dos demais órgãos de defesa da concorrência em outras jurisdições, conforme aplicável. A expectativa da companhia é a de que o negócio seja consolidado no segundo trimestre de 2020.

Com a Nakata, a Fras-le adiciona

ao seu portfólio de produtos itens de suspensão, direção e powertrain, com vistas principalmente a aumentar sua penetração no mercado de reposição nacional. Os principais potenciais de sinergia se darão nos canais comerciais e na inserção dos produtos junto a montadoras, pois, atualmente, a Nakata tem 98% de sua receita atrelada ao aftermarket. Esta é a maior transação feita pela Fras-le nos últimos anos.

VOLKSWAGEN LANÇA POLO GTS



Direção/VW

Os modelos GTS da Volkswagen marcaram as décadas de 80 e 90 e até hoje possuem muito fãs no Brasil. Agora, começam retornar ao mercado depois de quase trinta anos com o lançamento do Polo GTS. O objetivo da montadora com o lançamento é promover o reencontro da marca com os fãs de modelos GTS. O próximo modelo GTS que chegará ao mercado será o Virtus, programado para fevereiro.

O Polo GTS tem motor 1.4 turbo de 150 cv e câmbio automático de seis marchas. Por ser um modelo com apelo esportivo, a Volkswagen fez algumas mudanças na comparação com as versões mais mansas, caso do eixo traseiro que é novo e tem rigidez torcional maior. Na dianteira a suspensão tem novos amortecedores, e o controle eletrônico de estabilidade foi recalibrado, assim como a direção elétrica.

BOSCH E MERCEDES-BENZ: PARCERIA EM P&D.

A Bosch e a Mercedes-Benz fecharam parceria e investirão R\$ 70 milhões para construir um Centro de Testes Veiculares em Iracemápolis, SP, dentro do Campo de Provas da montadora. A iniciativa beneficiará não só as duas empresas e clientes Bosch, mas toda a indústria automotiva brasileira, uma vez que a intenção é abrir os cinco complexos que serão construídos – de pistas a escritórios – a terceiros por meio de locação.

A parceria é inédita, mas segue uma tendência da indústria, global, de dividir investimento para pesquisa e desenvolvimento. Vai além: ao abrir as portas para terceiros, garante uma nova fonte de renda para as duas empresas.

MERCEDES-BENZ LANÇA TRÊS AMG NO BRASIL

A Mercedes-Benz anunciou, no início de dezembro, a chegada de três modelos AMG ao Brasil. O A 35 AMG 4Matic, que já estava nas concessionárias com a Launch Edition, chega em sua versão regular acompanhado do GLC 63 4Matic e do AMG GT-C Roadster. O A 35 AMG tem motor 2.0 turbo de 306 cv e câmbio automático de sete marchas. Faróis full led, teto solar panorâmico, controle de largada, rodas aro 19, painel de instrumentos digital e kit multimídia com tela de 10,2 polegadas sensível ao toque e sistema MBUX, que permite ao motorista controlar diversas funções do carro por comandos de voz.

IQA TERÁ PROGRAMA PARA AJUDAR NA HABILITAÇÃO AO ROTA 2030

O IQA, Instituto da Qualidade Automotiva, lançará em 2020 projeto para ajudar empresas que tenham interesse em se habilitar no Rota 2030, o novo programa automotivo brasileiro. A intenção, segundo a entidade, é participar ativamente.

Os pormenores ainda não estão definidos e serão divulgados ao longo deste primeiro semestre, mas será maior e terá outras ações ligadas ao Rota 2030.

Outra ação do IQA será a expansão do PIQ, Programa de Incentivo

a Qualidade, dedicado ao aftermarket e que certifica as oficinas que trabalham dentro das normas de qualidade.

Ganhará outro nome, Rota 45, e atenderá também aos varejistas do setor de reposição.

TUPY DESENVOLVE BLOCO DE MOTOR MAIS LEVE PARA A CUMMINS

A Tupy e a Cummins desenvolveram em conjunto um novo bloco para o motor 6.7L High-Output. O componente, mais leve do que seu antecessor, começou a ser desenvolvido em 2013 e eliminou cerca de vinte quilos do peso do bloco,

uma redução de 15% com relação ao bloco antigo.

Com isso foi possível produzir o bloco do motor com paredes mais finas e com as mesmas especificações técnicas exigidas pela Cummins.

Atualmente a Tupy produz o novo bloco na unidade de Joinville, SC, e os exporta, pré-usinados, para a fábrica da Cummins em Columbus, Ohio, onde é terminado o processo de usinagem e de montagem do motor.

NISSAN CELEBRA 400 MIL VEÍCULOS E MOTORES FABRICADOS EM RESENDE

A Nissan celebrou o marco de 400 mil unidades produzidas na fábrica de Resende, RJ, após cinco anos da sua inauguração. Um Kicks, seu modelo mais vendido no mercado brasileiro - mais de 50 mil unidades neste ano - simbolizou o volume alcançado. Também foi comemorada a produção do motor número 400 mil na unidade.

A Nissan investiu mais de R\$ 2,6 bilhões na fábrica desde 2012 e negocia um novo ciclo de investimentos para o período de 2019 a 2023.

PSA CONFIRMA PRODUÇÃO DO NOVO PEUGEOT 208 NA ARGENTINA

O Grupo PSA confirmou no início de dezembro a produção da nova geração do hatch Peugeot 208 na fábrica de El Palomar, na Argentina. O modelo entra nas linhas a partir de 2020 e será exportado ao Brasil. A fábrica começou a ser

preparada para receber uma nova geração de automóveis em 2016, quando foi anunciado o investimento de US\$ 320 milhões para a introdução de uma nova plataforma ali, a CMP. O 208 será o primeiro modelo a recebê-la.

SCHAEFFLER E ABT FECHAM PARCERIA PARA COMERCIAIS LEVES

O Grupo Schaeffler fechou acordo com a ABT e-Line para colaboração estratégica no sentido de desenvolver soluções para veículos comerciais leves de até 3,5 toneladas, de início para o Grupo Volkswagen - que contratou a ABT para eletrificar seus modelos,

como o T6 e o Caddy, na Europa.

Trata-se de um novo negócio para a empresa desenvolvedora de sistemas, que, na área de eletrificação atua apenas em automóveis de passeio. A Schaeffler será responsável por toda a parte mecânica do powertrain eletrifica-

do destes modelos, desde o motor elétrico até o gerador de energia elétrica e os freios regenerativos, que ajudam a dar carga à bateria. A escolha da ABT não foi à toa: as empresas são parceiras na Fórmula E, a competição de automobilismo de veículos elétricos.

MARELLI FECHA ACORDO COM A XENOMATIX

A Marelli fechou um acordo de desenvolvimento técnico e comercial com a Xenomatix, fornecedora belga da tecnologia solid state LiDAR, na área de condução autônoma. A divisão de iluminação automotiva da Marelli, Automotive Lighting, receberá módulos da Xenomatix destinados a sistemas avançados

de assistência ao motorista e com funções de direção autônoma. As duas empresas também trabalharão juntas para oferecer soluções modulares do sistema LiDAR para a indústria automotiva global, utilizando também tecnologia de inteligência artificial desenvolvida por uma startup que a Marelli comprou em 2018.

VENDAS DA TRATON CRESCEM 4% EM 2019

As vendas do Grupo Traton chegaram às 242,2 mil unidades no ano passado, o primeiro ano completo de operação com o novo nome. O volume representou crescimento de 4% na comparação com 2018, considerando as vendas das marcas MAN, Scania e VWCO. Segundo a companhia a expansão foi puxada pela maior demanda do segmento de caminhões no Brasil ao longo do ano e na Europa durante o primeiro semestre. Andreas Renschler, CEO do grupo, disse que foi possível aumentar as vendas em um mercado cada vez mais desafiador: "A tecnologia de ponta que utilizamos, o contato próximo com os clientes e a nossa excelente equipe de colaboradores são a base sólida para enfrentarmos os desafios que virão".

FIAT PRODUZ EM BETIM A ÚLTIMA WEEKEND

As linhas da fábrica da Fiat em Betim, MG, montaram no final de janeiro a última Weekend.

Foram 23 anos de produção e mais de 530 mil unidades comercializadas no mercado nacional de veículo inicialmente conhecido como Palio Weekend – ganhou o nome atual em 2015, três anos depois da sua última reestilização.

A station wagon da Fiat foi a escolhida para introduzir diversas inovações durante a sua existência. Foi o primeiro da linha Adventure, segmento que, ao agregar alguns componentes exclusivos, lhe deu visual mais fora-de-estrada – copiado por suas companheiras de linha Idea, Doblò e Strada e por diversas concorrentes, ainda hoje muito adotado em veículos de entrada. O sistema Locker surgiu também com a Weekend:



DIVULGAÇÃO/Fiat

primeiro veículo 4x2 com bloqueio do diferencial. A station wagon teve também uma versão 100% elétrica, desenvolvida em parceria com a engenharia da usina hidrelétrica Itaipu Binacional.

MERITOR INVESTE R\$ 200 MILHÕES EM NOVA FÁBRICA EM ROSEIRA

Em 21 de março a cidade de Roseira, na região do Vale do Paraíba, SP, estará em festa. Além de celebrar seu 55º aniversário, será assentada, em um terreno de 160 mil m² às margens da Via Dutra, a pedra fundamental da terceira fábrica brasileira da Meritor, fabricante de eixos.

O investimento na nova unidade soma R\$ 200 milhões.

A expectativa é que a produção comece na nova unidade em abril do ano que vem, com capacidade para entregar de 2 mil a 8 mil eixos por mês.

A Meritor fornece eixos para quase todas as fabricantes de

caminhões do Brasil – apenas a Scania não recebe seus produtos. É uma das principais fornecedoras da Volkswagen Caminhões e Ônibus e integra o e-Consórcio, o consórcio modular que montará os caminhões e ônibus elétricos da companhia anunciados na Fenatran do ano passado.



Divulgação/GM

GM: MUNHOZ

Depois de 48 anos de General Motors, Marcos Munhoz, então vice-presidente GM América do Sul, anunciou aposentadoria e foi imediatamente nomeado presidente do Instituto General Motors, braço social da empresa. Já com duas décadas de vida, o Instituto GM contribui com a melhoria das comunidades onde a empresa possui instalações industriais, oferecendo condições para desenvolvimento pessoal e profissional. Marina Willisch é a sucessora de Munhoz na vice-presidência.



Divulgação/DAF

DAF: WALTERS

Lance Walters sucedeu a Carlos Ayala na presidência da DAF Caminhões do Brasil, reportando-se diretamente ao vice-presidente para a América do Sul, Michael Kuester, que integra o board do Grupo Paccar e foi um dos responsáveis pelo estabelecimento da empresa no Brasil, como seu presidente de 2015 a 2018. Ayala retornou ao México como diretor geral adjunto comercial da Kenworth.



Divulgação/VW

VW: MICHNIACKI

Matthias Michniacki sucedeu a Markus Kleimann na vice-presidência de desenvolvimento de produto da Volkswagen do Brasil e América do Sul. Kleimann foi indicado novo chefe de linha de produto mid/full size na matriz. Michniacki começou sua carreira na VW na área de desenvolvimento de bancos, em 1998. Gestão em engenharia em 2002, no México, e último cargo antes da VWB na Skoda, na República Tcheca.



Divulgação/PSA

PSA: RIBEIRO

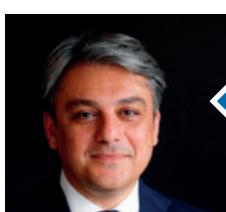
Raquel Ribeiro é a nova diretora de B2B das marcas Peugeot e Citroën no Brasil. Sua contratação está inserida no plano Virada Brasil, que tem como foco a sustentabilidade, o crescimento perene e a satisfação do consumidor. Ribeiro assumiu o cargo com a missão de fortalecer as vendas B2B e a atuação das duas marcas no País. Dezenove anos de experiência no setor automotivo.



Divulgação/ArcelorMittal

ARCELORMITTAL: DAMAZIO E GUIMARÃES

A Arcelormittal anunciou a contratação de Márcio Adriani Damazio como novo diretor corporativo de pessoas, comunicação e relações institucionais. 24 anos de experiência no setor automotivo trabalhando no Grupo FCA. Outra mudança aconteceu na área jurídica: Marina Guimarães (foto) assumiu o cargo de diretora jurídica, sustentabilidade e de compliance officer. Está na Arcelormittal desde 2010.



Divulgação/Renault

RENAULT: DE MEO

A Renault nomeou Luca de Meo para o cargo de CEO e chairman, com posse em 1º de julho. Sucedeu a interina Clotilde Delbos, que será vice-CEO. De Meo começou a carreira na Renault e passou por Toyota Europa, Grupo Fiat, onde atuou nas marcas Lancia, Fiat e Alfa Romeo, e Grupo Volkswagen, onde estava desde 2009. Lá ocupava uma cadeira no board da Ducati, Lamborghini e do Grupo VW na Itália.



Divulgação/PSA

PSA: JACKSON, COBEE, BONNEFONT E FOUCHER

Alterações na direção global das marcas Citroën e DS: Linda Jackson (foto), que ocupava o cargo de CEO Citroën, será sucedida por Vincent Cobee, que era diretor adjunto. Yves Bonnefont, que estava à frente da DS, passa o cargo para Béatrice Foucher, diretora adjunta. Ambos ganharam cargos no Comitê Executivo Global. Jackson e Bonnefont ganharam novas funções: Jackson tem como objetivo promover o esclarecimento e a coerência das mensagens das marcas em todo o grupo, e Bonnefont deve iniciar estudo potencial de sinergias no portfólio das marcas.

Especial projeções da Anfavea para 2020

7,3%

de crescimento na produção de autoveículos,
para 3,16 milhões, ainda 550 mil unidades
abaixo do recorde de 2013, de 3,71 milhões

13,4%

de alta na produção de veículos pesados,
ante 7% na de leves

5,4%

de elevação na produção de
máquinas agrícolas e rodoviárias,
para 56 mil unidades

9,4%

de aumento nos licenciamentos
totais, para 3,05 milhões de
unidades, 750 mil unidades aquém
do recorde de 2012

16,9%

de avanço nas vendas internas de
pesados ante 9% na de leves

11%

de queda nas exportações, para 381 mil
unidades, ou 385 mil unidades a menos do que
o melhor resultado dos últimos dez anos, de
2017, com 766 mil

5,9%

de redução nas exportações em
valor, para US\$ 9,2 bilhões

“Nossa expectativa é chegar às 120 mil unidades de caminhões licenciados
em 2020, acompanhando o ritmo de crescimento da economia.”

Marco Saltini, vice-presidente de veículos pesados da Anfavea

NEO PARTS

UMA NOVA
LINHA DE
AUTOPEÇAS
PARA O FUTURO
DA MOBILIDADE.



NEO
PARTS

www.neopartsbrasil.com.br

Designed by kipargeter - rawpixel.com - Freepik.com



INSTINTO TECNOLÓGICO, NATUREZA DE ALTA PERFORMANCE.



A maneira como enxergamos o futuro é o que nos move. Vivemos a tecnologia em seu estado natural – e nos inspiramos nela – para desenvolver produtos de iluminação de veículos com a marca Automotive Lighting, que é referência em iluminação automotiva em todo o mundo.

MAGNETI
MARELLI

Respeite a sinalização de trânsito.

AL AUTOMOTIVE
LIGHTING