

AUTODATA



From the Top
Leandro Lara, do
Salão do Automóvel



NOVA GERAÇÃO PARA ENFRENTAR OS NOVOS CONCORRENTES



MADE IN GLOBAL

Engenharia nacional
perde força no
cenário mundial



EURO 6

Atraso de uma
década não
foi o suficiente



3 ANOS DE GARANTIA

MONTE SEU CARRO

No trânsito, dê sentido à vida.

SAC: 0800 707 1000 / 0800 282 1001

Garantia Fiat de 3 anos. Para usufruir dessa garantia, é obrigatória a realização das Revisões Programadas. O prazo de garantia oferecido já inclui os 90 dias da garantia legal. Para mais informações, consulte os manuais de Garantia e de Uso e Manutenção. Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais.



▶ **NOVA CENTRAL MULTIMÍDIA DE 7" COM ANDROID AUTO E APPLE CARPLAY**

▶ **CÂMBIO AUTOMÁTICO DE 9 VELOCIDADES**

▶ **CAPACIDADE DE CARGA DE ATÉ 1 TONELADA**



AINDA MAIS
BRUTO.
AINDA MAIS
LINDO.

Leo Burnett TM



TORO.FIAT.COM.BR

NOVO FIAT TORO 2020.

FIAT

PLATAFORMAS GLOBAIS ENGENHARIA LOCAL

Centralização do desenvolvimento automotivo pelas matrizes das montadoras esvazia engenharia no Brasil

22



Divulgação/FCA

LANÇAMENTO NOVO DUSTER

28

Duster, que chegou a ser o SUV mais vendido do Brasil no começo da década passada, chega à segunda geração enfrentando novos competidores

LEGISLAÇÃO AMBIENTAL EURO 6

36

Nem o hiato de quase uma década perante a Europa facilita o desenvolvimento da tecnologia Euro 6 no Brasil

INDÚSTRIA MOTOCICLETAS

42

Fabricantes de motocicletas avaliam expansão no Polo Industrial de Manaus em meio aos desafios logísticos da região

MONTADORAS PESADOS

48

Mercado de caminhões em alta anima a Volvo e outras empresas do setor, como a Scania

ELÉTRICOS PRODUÇÃO

52

Europa e Estados Unidos armam estratégias para acabar com monopólio asiático na produção de baterias

CONJUNTURA GLOBALIZAÇÃO

56

Coronavírus causa estragos também no setor automotivo: eventos importantes cancelados, fábricas paradas, previsão global de produção em baixa.

AUTODATA

Empresarial

60 NEO PARTS

Nova empresa de autopeças, fruto da parceria de Neo Rodas e Grupo <a>, começa a atuar com foco em nichos específicos do mercado sul-americano

62 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

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

65 AGÊNCIA AUTODATA GENTE

8

LENTES

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

12

FROM THE TOP

Leandro Lara, da Reed Exhibitions, fala sobre a crise envolvendo o Salão do Automóvel de São Paulo

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

Feliz ano novo!

Por Leandro Alves, diretor geral

O carnaval passou e 2020 finalmente começa de verdade, segundo a cultura brasileira. Mas enquanto a folia não chegava o mundo, e a atividade econômica, especialmente a indústria, no caso a automotiva, já enfrentava grandes desafios nesses primeiros meses: tanto no Brasil quanto no resto do mundo.

O novo coronavírus corroe a cada dia as estimativas de crescimento da atividade econômica global – que já não eram animadoras para 2020. O recuo das bolsas de valores foi o primeiro sinal do estrago que essa epidemia, e o temor que evolua para uma pandemia, pode causar. Claro que, a despeito da economia, a perda de vidas é icomensurável sob qualquer ponto de vista.

O Covid-19, seu nome técnico, também é o responsável pelas revisões do volume de vendas das montadoras por causa do possível – e provável – desabastecimento das linhas de montagens globais, dependentes das autopeças confeccionadas na China.

A produção nacional não está imune a esses efeitos. Porém ainda é muito cedo para qualquer projeção alarmista. O momento recomenda cautela e esperança de que muito em breve possa haver um antídoto ao coronavírus ou até mesmo a epidemia retroceda graças aos cuidados e precauções dos especialistas da área da saúde.

AutoData está atenta aos desdobramentos do novo coronavírus na atividade automotiva, mas nesta edição abordamos outro tema bastante preocupante para a indústria: o Salão do Automóvel de São Paulo. Leia a entrevista exclusiva com o diretor da Reed Exhibition Alcântara Machado, que trabalha para demover algumas empresas da ideia de ficar ausente do evento este ano.

Também abordamos o atraso do Brasil na legislação de emissões para veículos comerciais – na comparação do que já está em vigor na Europa – e os efeitos da globalização das plataformas de novos veículos na atividade dos engenheiros automotivos radicados no País.

Nem bem começou e 2020 se apresenta como um ano desafiador. Esperamos que esta edição e eventos como o Megatendências do Setor Automotivo, a se realizar no dia 16 de março, em São Paulo, possamos contribuir na condução das soluções dos problemas que se apresentam. E os que virão. Boa leitura.



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, Eduardo Laguna e Eduardo Sodré **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Divulgação Renault/FCA/Volvo **Comercial e publicidade** tel.

PABX 11 5189 8900: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Gidas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **Distribuição** Correios **Pré-impressão e impressão** Eskenazi Indústria Gráfica Ltda., tel. 11 3531-7900 **ISN** 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

Delivery Express

D

L

É conforto de carro,
com robustez de caminhão
e sem restrição de circulação.



Imagens meramente ilustrativas.
Seja gentil. Seja o trânsito seguro.



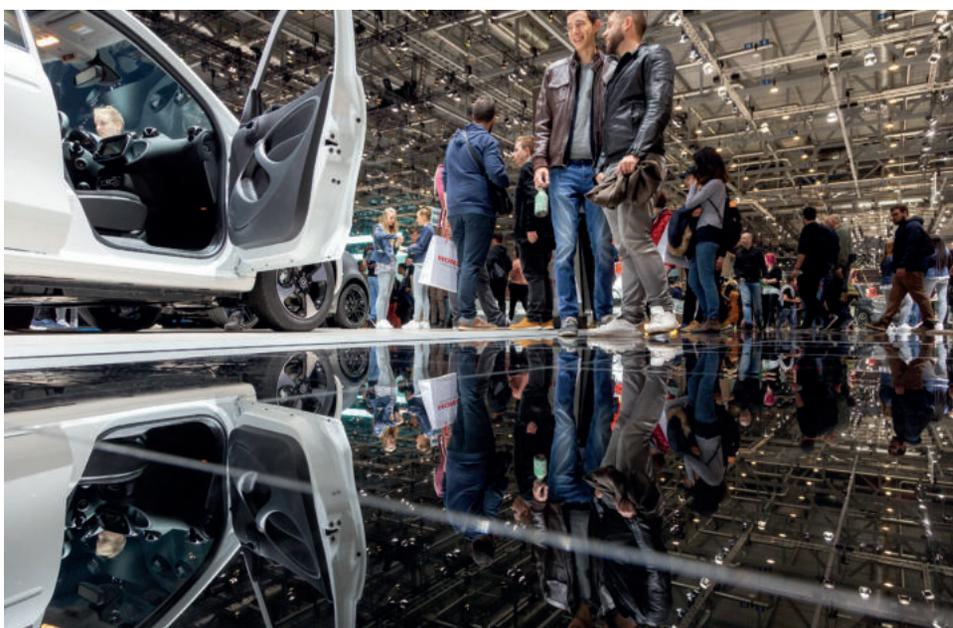
Carteira B | Preço de picape



Caminhões
Ônibus

SALÕES EM EFEITO CASCATA

E o Salão de Genebra, previsivelmente, foi cancelado, exatamente a mostra da qual participam basicamente todas as empresas fabricantes de veículos razoavelmente dignas desse nome. O nome da encrenca é coronavírus, e o bicho conseguiu breçar a nonagésima edição da exposição de Genebra, que iria de 5 a 15 de março com 3 e 4 apenas para a imprensa. E conseguiu, ainda que discretamente, colocar na roda, novamente, o conceito em si de um salão do automóvel nestes tempos de verbas bicudas e que prometem grandes transições. Porque os salões são festas realmente muito caras – aqui ou na boa Suíça. Aqui, este ano, mais empresas se juntaram às que não frequentaram os estandes do Salão Internacional de São Paulo em 2018. Lá diz-se que, na ponta do lápis, vantagens e desvantagens de um salão conseguem empatar. Se é assim, então, por que salões?



Divulgação/GIMS

SALÕES EM EFEITO CASCATA 2

Claro: pela presença do público, que adora cheirar um estofamento novo, que adora apalpar volantes em couro, com notáveis benefícios para a imagem institucional das empresas. Mas existe a lembrança de que tanto êxtase converte-se em baixa lucratividade, em muito poucos carros vendidos, principalmente as estrelas do salão, os mais caros. No caso de São Paulo as reclamações mais comuns das montadoras são os custos envolvidos e a mesmice, a falta de criatividade – pois aqui, sabiam?, a presença de público cresceu de 2016 para 2018.

SALÕES EM EFEITO CASCATA 3

Talvez não se deva esperar o fim dos salões em função da relação umbilical do público, mas pode-se imaginar que certos recursos venham a ser mais utilizados ao longo do tempo. A exemplo do que aconteceu com empresas que pretendiam mostrar seus logos e criações lustrosos em Genebra: aderiram às apresentações na internet por meio de streaming. Provavelmente o futuro dos salões venha a ser um híbrido quase que perfeito da tecnologia com o desejo do público de sentir carros.



Por Vicente Alessi, filho

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

PRIVILÉGIO GHOSN

Sustaining Today, Growing Tomorrow é o tema do Congresso Mundial da Automotive News deste ano, que será realizado em 24 e 25 de março no TCF Center, em Detroit – trata-se do nome novo do antigo Cobo Hall, onde são realizados, anualmente, o Naia, North American International Auto Show, e o grande encontro da SAE, a Society of Automotive Engineers. Serão dois dias de agenda cheia com palestras e debates de alto nível, e com pelo menos uma entrevista que deverá monopolizar todas as atenções: com Carlos Ghosn, ex-chefão da Aliança Renault Nissan Mitsubishi. Ele falará diretamente de Beirute, Líbano, numa transmissão via satélite, às 9h30 da quarta-feira, 25, horário local, e 11h30 horário de Brasília, DF.

PRIVILÉGIO GHOSN 2

Conhecer alguns pormenores do que lhe aconteceu no Japão deve ser curiosidade de todos, e Ghosn certamente não se fará de rogado: tratará da essência do caso à minúcia. Mas muito melhor do que isso, acredito, será tirar dele suas melhores impressões a respeito do atual momento do mundo automotivo: afinal, ele não emite este tipo de pontos de vista e opiniões desde novembro de 2018, quando foi preso no aeroporto de Narita, em Tóquio – e teve muito tempo livre para buscar ponderações. Qual será sua opinião corrente sobre veículos híbridos e elétricos, sobre veículos autônomos, sobre a reestruturação da ordem automotiva mundial? Esses 45 minutos de entrevista deverão valer ouro puro pois Ghosn não brinca em serviço.

Divulgação/GM

SAI IMPALA, VOLTA HUMMER

É verdade que havia os Bel-Air, tudo Chevrolet. Mas eu tinha 8 anos quando foi lançado o Impala, quase um avião rodando por estradas. Meu tio Roberto teve seu primeiro Impala em 1959 e era a glória!, saia e blusa branco com vermelho, estofados em couro vermelho. Mas o modelo chegou ao fim este mês, 62 anos e dez gerações depois. Justificativa: cortar custos e dar espaço à produção de Hummer elétricos depois de investimento na linha avaliado em US\$ 2,2 bilhões.



AUTODATA

ASSINE AUTODATA E RECEBA DIARIAMENTE O CONTEÚDO
MAIS RELEVANTE SOBRE A INDÚSTRIA AUTOMOTIVA NO
BRASIL E NO MUNDO



SÃO 20 NEWSLETTERS/MÊS COM REPORTAGENS
ESPECIAIS, ENTREVISTAS E TUDO O QUE
ACONTECE DE MAIS IMPORTANTE
NO MUNDO DO AUTOMÓVEL

ALÉM DISSO SOMENTE OS ASSINANTES PODERÃO
ACESSAR O BANCO DE DADOS COM TODAS AS EDIÇÕES
DA REVISTA AUTODATA



E MAIS...

ESTAMOS OFERECENDO CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA PARTICIPAÇÃO EM TODOS OS NOSSOS EVENTOS COM DESCONTOS QUE PODEM CHEGAR A 50%

TODAS ESSAS VANTAGENS POR APENAS

R\$ 9,90/MÊS

NÃO PERCA ESSA OPORTUNIDADE PARA FICAR BEM INFORMADO SOBRE A INDÚSTRIA AUTOMOTIVA E DIRECIONAR COM MAIOR EFICIÊNCIA OS RUMOS DO SEU NEGÓCIO

AUTODATA: TRANSFORMANDO INFORMAÇÃO EM CONHECIMENTO.

ASSINE AGORA MESMO:

WWW.AUTODATA.COM.BR/ASSINATURA

(11) 5189-8900

WWW.AUTODATA.COM.BR



Um salão sub judice

Em 18 de fevereiro de 2020 a reportagem de **Auto-Data** recebeu na sede da editora, em São Paulo, Leandro Lara, diretor de feiras automotivas da Reed Exhibitions Alcântara Machado, para esta entrevista à seção *From the Top*.

Naquele momento mais de uma dezena de marcas já avisara que não participaria da mostra:

procuramos, então, ouvir o outro lado da história, o da organização do evento.

Dezessete dias depois desta entrevista a Anfavea anunciou que a edição de 2020 do salão estava adiada para 2021.

A decisão contradiz declarações dadas por Leandro Lara durante esta entrevista, como, por exemplo, de que não existia a hi-

pótese do evento não ser realizado.

Em respeito ao leitor de **Auto-Data** decidimos publicar a entrevista na íntegra apesar do anúncio do adiamento da mostra, de forma a possibilitar, assim, a avaliação de cada um a respeito das declarações proferidas e da retidão da empresa organizadora do Salão do Automóvel de São Paulo.

Boa leitura.

Quais as razões para tantas empresas desistirem do Salão do Automóvel?

Vivemos um período disruptivo. Há uma percepção vinda de salões que acontecem fora do Brasil, mas as comparações não são justas. Frankfurt, por exemplo: na última edição perdeu expressão, mas já vinha em um movimento de queda, caiu de 1 milhão de visitantes para 500 mil. Isso não se aplica ao Salão de São Paulo: tivemos 715 mil visitantes na penúltima edição e 740 mil na última. Detroit é outro caso, lá a cidade deixou de ter a pujança automotiva de antes, o salão estava em uma data ruim e não se atualizou minimamente. Quando comparamos com a CES vale a provocação tecnológica, mas é uma feira de tecnologia, na edição 2020 havia apenas dezesseis carros.

São questões particulares locais, então?

Algumas marcas que já tinham saído de Detroit e de Frankfurt ficaram no evento de São Paulo, estávamos na contramão. É preciso analisar o atual contexto da indústria. Mesmo na edição passada algumas marcas de maior preço e menor volume já não participaram. E não porque outras

marcas também saíram: naquela ocasião estavam praticamente todas. A razão é que cada empresa tinha sua situação de mercado, algumas instalaram fábrica aqui, fizeram altos investimentos, havia realidades e disponibilidades próprias. As empresas que participaram do salão em 2018 comemoraram bons resultados, mas agora há um contexto global mais presente: todas as fabricantes estão investindo em mudanças tecnológicas e isso afeta as decisões. É compreensível.

É possível fazer um bom salão com adesão baixa de montadoras?

Tivemos a Fenatran de 2015 na qual só Volvo e DAF participaram. E fizemos a Fenatran do mesmo jeito, porque entendemos que a mostra seria importante nos anos seguintes, e isso aconteceu: em 2017 se recuperou e em 2019 teve presença de todas as montadoras. Aconteceu também no Salão Duas Rodas de 2019, quando saíram marcas de peso como BMW, Ducati e Harley-Davidson. A Automec é outro exemplo, chegamos a separar em duas edições, leves e pesados, e depois voltamos a unificar. São



“Não existe a hipótese do Salão do Automóvel não acontecer. Vamos fazer o evento de um jeito ou de outro.”



situações um pouco diferentes do que acontece com o Salão do Automóvel, mas serve para mostrar que não estamos no negócio apenas com uma edição em mente. Os contratos que temos com o São Paulo Expo não são para o ano seguinte, são para três edições, ou seja, seis anos. Passar por uma edição ruim é algo que podemos entender e lidar com isso.

O salão corre o risco de não ser realizado mesmo se todas as marcas decidirem não participar?

Não nos passa pela cabeça não ter marcas participantes. Mas temos todos os investimentos mobilizados: não existe essa hipótese do salão não acontecer, vamos fazer o salão de um jeito ou de outro. Não que com isso ignoremos a força e a importância das empresas e das marcas: o salão é para elas. Toda vez que alguma empresa trouxe objeção a qualquer tema, seja investimento, retorno etc., fizemos todo o esforço para atendê-la. Por exemplo: alguns disseram que não se pode vender no salão. Isso não é verdade absoluta, a marca é que não quis vender no salão. Existem algumas regulamentações, questões com concessionários, mas sim, pode. Em 2018 a Renault fez o lançamento do Kwid no Salão, com reserva on-line... há formas de alavancar as vendas. O salão sempre foi visto como algo mais institucional. Pode ser que isso não seja mais prioritário hoje? É compreensível, então temos que agregar novidades que gerem movimento de venda. O setor perde muito se não tivermos um salão.

Como funcionaria a venda no salão?

Quem vende é a concessionária, mas é permitido dentro do âmbito do evento. Nunca foi uma proibição nossa. O que propusemos para 2020 foi criar períodos exclusivos para este público, como concessionários, frotistas, governo etc. Pode ser em algumas manhãs, por exemplo.

Várias empresas se queixam do formato atual. Qual seria para elas o ideal?

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.

Respeite a sinalização de trânsito.

**MAGNETI
MARELLI**

AL AUTOMOTIVE
LIGHTING

“Alguns disseram que não se pode vender no salão. Isso não é verdade absoluta: a marca é que não quis vender no salão.”

Temos discutido com a indústria, tanto via Anfavea quanto em particular, qual é o modelo melhor, mas é um momento de dúvida para todo mundo, não há resposta certa. Queremos trazer mais tecnologia, quanto a isso não há dúvidas, bem como mobilidade, em um sentido amplo. Mas o modelo exato é uma discussão que estamos tendo com todas as empresas e tentando encontrar um ponto comum ou pelo menos minimamente comum.

Alguma pista desse tal ponto comum?

São duas coisas que precisamos juntar: o que a indústria pretende conceitualmente e as pessoas que gostam de carro. Elas estão aí, estão dispostas a ir ao salão ver as novidades. O que fazemos com todo esse engajamento? Quantas fotos são tiradas no salão, quantos posts são gerados, quantas matérias? Seria muito ruim para o setor não ter essa plataforma e para nós também, pois o salão é estratégico no nosso portfólio.

Qual é a função essencial do salão?

Qualquer discurso defendendo digitalização tem que levar em conta uma convergência. A Netflix participa da Comic Con (feira de cultura pop) em São Paulo. Quer alguém mais digital do que a Netflix? A razão é óbvia: criar uma conexão emocional que não é possível por meio digital. O salão é o privilégio de contar com 740 mil apaixonados procurando sua marca. Ele é plural, é diferente de uma concessionária, onde se tem o objetivo da compra imediato, por mais que possa ser uma experiência agradável. O que pode ser mais forte para uma fabricante de carros do que ter uma pessoa com a filha no colo sentados no banco do motorista?

Você deve ter recebido pedidos de mudança em alguns pontos do salão. Quais?

Nós reunimos com todas as expositoras procurando atender o que for importante para elas: quer só test-drive, apenas exibição de elétricos na área de mobilidade,

MWM Geradores

Qualidade e alto desempenho
em geração de energia



Grupos geradores: de 10 a 1.000 kVA (50 Hz) e de 12,5 a 1.250 kVA (60 Hz)

Aplicações: emergência, horário de ponta ou fonte única de energia

Versões: equipamentos abertos e carenados



**A MWM também conta com grupos geradores
GÁS NATURAL e BIOGÁS***

* Consulte as potências disponíveis

GERADORES
MWM
geradoresmwm.com.br

só pista off-road? Sem problemas. Temos sido bastante flexíveis. As empresas não são obrigadas a ter um estande grande, podem patrocinar uma atividade que entendam que se conecta com seu público.

Isso já era assim?

Antes não era permitido participar em apenas um tipo de atividade, era obrigatório estar presente com espaço, estande, e agora não é mais. Quem quiser participar só com estande pode, quem quiser fracionar poderá. Pode-se fazer eventos exclusivos dentro do ambiente do salão também. Estamos incentivando as estratégias particulares de cada marca.

Nos parece que a melhor interpretação para "formato atual" seria, em realidade, "é muito caro"...

O investimento conosco, nominal, é de 15% a 20% do total. A conta do metro quadrado é a menor do investimento, há as outras questões que as empresas sempre acharam importante, como construção do estande, os carros e protótipos que vêm para o Brasil etc. Cada marca tem sua estratégia, mas nos propusemos a discutir de forma pragmática a diminuição desse investimento em estandes e atividades. Sugerimos alternativas como uma arena que possa ser compartilhada, uma área comum para coletivas de imprensa etc. Não é uma questão de o quanto a Reed cobra é caro: o investimento como um todo é alto. O salão sempre foi visto como estratégico.

Algumas empresas reclamam de reajuste acima do esperado no preço do metro quadrado...

Não é verdade. No caso do metro quadrado houve um reajuste inflacionário, apenas. Os estandes que tinham metragens menores pagavam um pouco a mais, por questões de proporcionalidade, mas eliminamos isso, não existe mais. Além disso o novo pavilhão é 40% mais caro do que o Anhembi e esse repasse nunca aconteceu.

“Há um contexto global mais presente, todas as fabricantes estão investindo em mudanças tecnológicas e isso afeta as decisões. É compreensível.”





“O salão é uma plataforma que poucos setores têm, há o privilégio de contar com 740 mil apaixonados procurando sua marca. Ele é plural, é diferente de uma concessionária.”

É possível reverter a decisão de algumas empresas em sair do evento?

Sim, várias disseram que estão dispostas a discutir sua participação dentro de um novo formato.

De onde vem a rentabilidade do salão, da venda de ingressos ou da locação dos espaços para exposição?

É uma combinação de ambos. Os custos são altos, investimos mais do que qualquer empresa individualmente. Todo o risco da operação é nosso: o custo fixo vai variar muito pouco se tivermos quinze ou trinta empresas participando. Alugamos o pavilhão inteiro do São Paulo Expo, além das áreas externas, e depois a questão de locar todo esse espaço disponível é nossa.

Vocês estão preparados para registrar prejuízo com a realização do evento?

Sim, estamos preparados e dispostos a investir o que for preciso porque acreditamos que este momento é transitório.

Executivos de marcas generalistas afirmam que carros de sonho é que atraem o público e, portanto, sem a presença de marcas de luxo não vale a pena participar. Você concorda?

Um Salão do Automóvel precisa ter todos os elementos. Sim, temos que considerar o aspiracional, mas a marca que diz isso subestima sua própria força. Um salão só de marcas premium também não seria completo.

Há um exemplo histórico: o salão de 1986, quando a Anfavea saiu e o Caio [de Alcântara Machado] importou por conta própria vários carros de sonho e fez um evento até hoje muito lembrado.

Não vejo essa como a mesma situação de hoje porque agora não há enfrentamento: estamos preocupados em dar soluções para a indústria para que o salão continue a ser importante. Temos uma ótima relação com a Anfavea, com a Abeifa e com as empresas. Discutimos tudo conjuntamente. ■

2º CONG DE NEGÓCIOS AUTOMOTIVA LA

27 E 28 DE ABRIL AMCHAM BRASIL SÃO PAULO

A América Latina é cada vez mais importante para o mundo automotivo. Conhecer o ponto de vista dos líderes empresariais do setor, bem como detalhes a respeito dos maiores mercados da região, será imprescindível para o planejamento futuro dos negócios.

Presidentes de montadoras, sistemistas, fabricantes de autopeças e de entidades empresariais participarão do 2º. Congresso de Negócios da Indústria Automotiva Latino-Americana para analisar a evolução futura do setor na região.

NÃO DEIXE DE PARTICIPAR. FAÇA JÁ SUA INSCRIÇÃO!

INSCRIÇÕES

ABERTAS

INFORMAÇÕES:

(11) 5189-8900 / 2533-4780 • seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

Patrocínio



BOSCH
Tecnologia para a vida



op

RESSO DA INDÚSTRIA LATINO-AMERICANA



PROGRAMA*

*Programa ainda sujeito a alteração.

SEGUNDA-FEIRA • 27 DE ABRIL

08h00/08h30 – Abertura Oficial

08h30/09h30 – Mesa redonda com os presidentes da Anfavea (Luiz Carlos Moraes) e da Adefa (Gabriel López)

Tema - Perspectivas de curto prazo da indústria automotiva no Brasil e na Argentina e o futuro da indústria de veículos no Mercosul

09h30/10h10 – Palestra de Guilherme Prieto Trevinho, presidente da Allada, a Associação Latino-americana de Distribuidores de Veículos

Tema – Perfil e perspectivas do mercado automotivo latino-americano

10h10/10h30 – Intervalo para café

10h30/11h10 – Palestra montadora 1**

11h10/11h50 – Palestra montadora 2**

11h50/12h30 – Palestra montadora 3**

12h30/14h00 – Intervalo para almoço

14h00/14h40 – Análise das perspectivas econômicas e de mercado da Argentina, do Uruguai e do Paraguai

Palco 1 – Câmara de Comércio Brasil/Argentina • **Palco 2** – Câmara de Comércio Brasil/Paraguai •

Palco 3 – Câmara de Comércio Brasil/Uruguai)

14h45/15h25 – As políticas de compras das montadoras no Mercosul

Palco 1 – Allan Guimarães, diretor de compras da Ford América do Sul • **Palco 2** – Ivan Witt, Diretor de Compras da CAO Montadora • **Palco 3** – Matthias Kaeding, diretor de compras da Mercedes-Benz América Latina

15h25/15h55 – Intervalo para café

15h55/16h35 – Palestras de tecnologia/novos serviços (Palco 1, Palco 2 e Palco 3)

16h40/17h20 – **Palco 1** – Pesquisa de perfil do consumidor latino-americano, presidente da Route • **Palco 2** – Parceiras comerciais entre empresas estrangeiras e brasileiras, Karina Bazuchi, gestora do projeto de atração de investimentos da APEX Brasil • **Palco 3** – Comercialização de veículos no futuro, Ricardo Bacellar, diretor da área automotiva da KPMG

17h20 - Encerramento

**Montadoras convidadas:

Volkswagen América do Sul (Pablo Di Si, presidente) • General Motors Mercosul (Carlos Zarlenga, presidente) • FCA Latin America (Antonio Filosa, presidente) • Mercedes-Benz América Latina (Philipp Schiemer, presidente) • Volkswagen Caminhões e Ônibus (Roberto Cortes, presidente) • Scania Latin America (Christopher Podgorski, presidente)

TERÇA-FEIRA • 28 DE ABRIL

08h15/08h30 – Abertura Oficial

08h30/09h30 – Mesa redonda com os presidentes do Sindipeças/Brasil (Dan Ioschpe) e da AFAC/Argentina (Raul Amil)

Tema -A convergência e a racionalização dos parques automotivos do Brasil e da Argentina e seus reflexos para a indústria de autopeças

09h30/10h10 – Palestra montadora 4**

10h10/10h30 – Intervalo para café

10h30/11h10 – Palestra montadora 5**

11h10/11h50 – Palestra montadora 6**

11h50/12h30 – Mesa redonda de Sistemistas/Autopeças com Besalviel Botelho, presidente da Robert Bosch; Antônio Carlos Galvão, presidente da Eaton; Frederic Sebagn, presidente do Grupo Continental e Alexandre Abage, presidente da Neo Rodas

12h30/14h00 – Intervalo para almoço

14h00/14h40 – Palestra de Vilmar Fistarol, presidente da CNH Industrial

Tema – A regionalização da produção de máquinas de construção e seus reflexos no segmento de máquinas agrícolas

14h40/15h20 – Palestra de Norberto Fabris, presidente da Anfir, Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários

Tema – A presença brasileira no mercado latino-americano de implementos rodoviários e o programa da Anfir de apoio às exportações.

15h20/15h50 – Intervalo para café

15h55/16h35 – Palestras de tecnologia/novos serviços (Palco 1, Palco 2 e Palco 3)

16h40/17h20 – Análise das perspectivas econômicas e de mercado do Chile, da Colômbia e do Peru

Palco 1 – Câmara de Comércio Brasil/Chile • **Palco 2** – Câmara de Comércio Brasil/Colômbia •

Palco 3 – Câmara de Comércio Brasil/Peru)

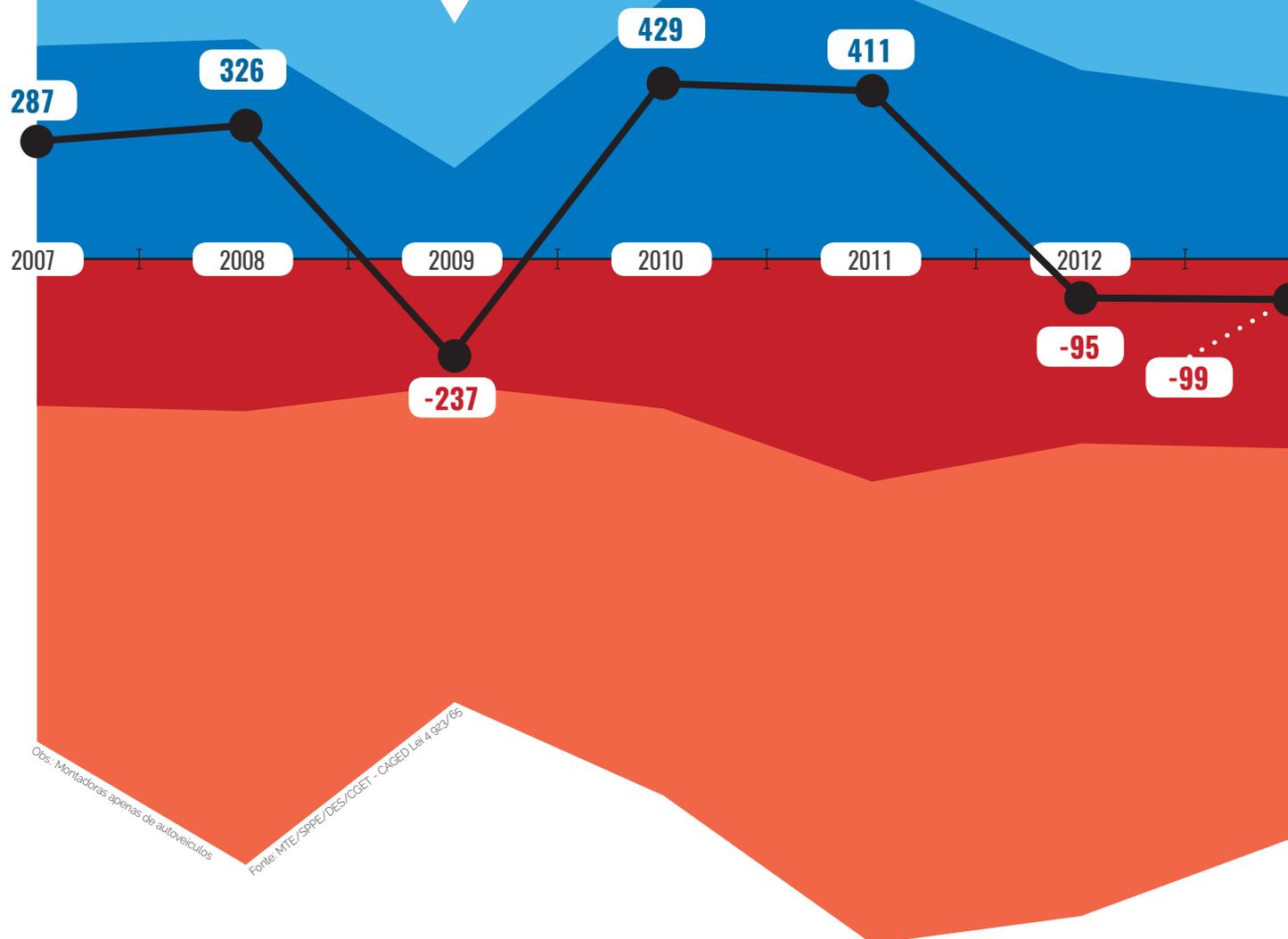
17h20 – Encerramento

SALDO NEGATIVO

Centralização do desenvolvimento pelas matrizes das montadoras esvazia engenharia no Brasil

Menos engenheiros trabalhando

- Contratações de montadoras
- Contratações de autopeças
- Desligamentos de montadoras
- Desligamentos de autopeças



Obs.: Montadoras apenas de autoveículos

Fonte: MTE/SPPRE/DES/CGET - CAGED Lei 4.923/66

O lançamento do Inovar-Auto, em 2012, foi um daqueles momentos da centenária história da indústria automobilística brasileira em que se sonhou com um salto no padrão tecnológico dos automóveis produzidos no País. Ao combinar metas de eficiência energética com incentivos à pesquisa e desenvolvimento, ao mesmo tempo em que fechava portas ao que não fosse nacional, o regime da época apontava um cenário em que o Brasil fabricaria os modelos produzidos nos mercados mais maduros em suas últimas gerações.

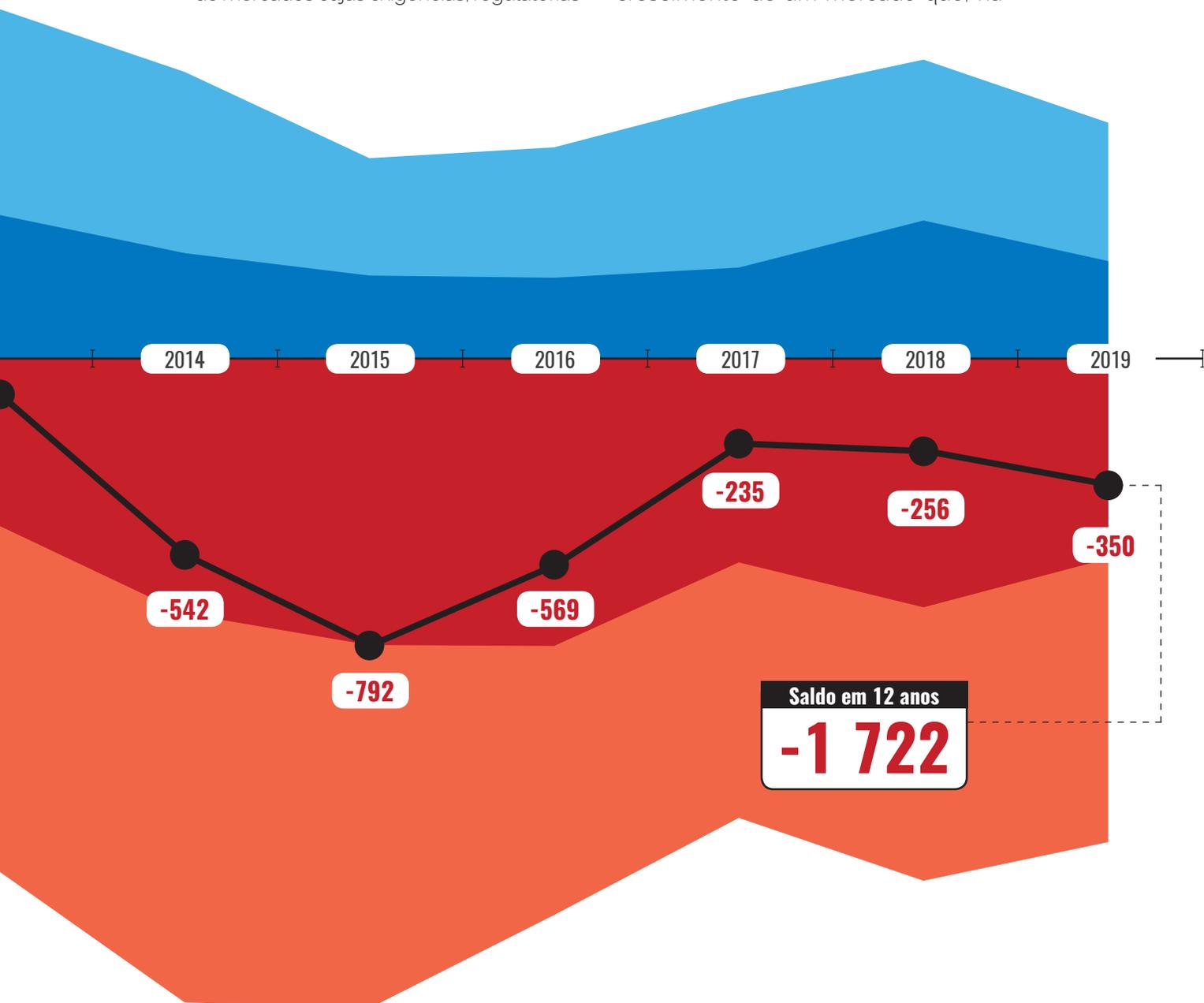
Além dos benefícios óbvios para a frota nacional abrir-se-iam, no Exterior, portas de mercados cujas exigências, regulatórias

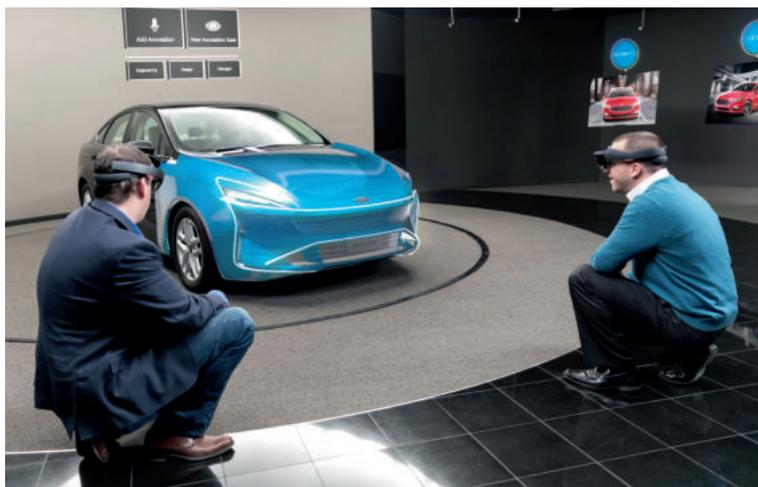
ou de perfil de consumo, não se alcançavam com as muitas vezes ultrapassadas versões que continuavam saindo das linhas de montagem locais. De quebra a engenharia brasileira seria alçada a um novo patamar.

De lá para cá houve evoluções em muitos aspectos. Em outros, porém, nem tanto.

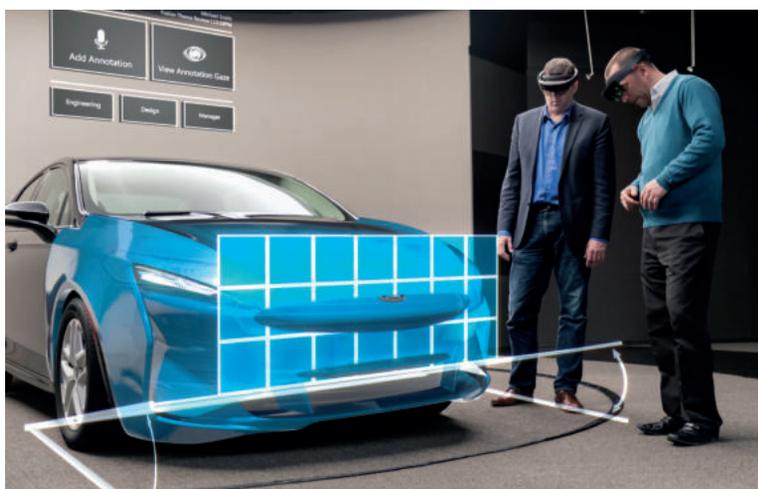
A atualização de portfólio, tanto das montadoras que por aqui já estavam quanto daquelas que desembarcaram para atender ao programa, diminuiu bastante a defasagem que existia com relação aos carros consumidos nos mercados de origem das montadoras.

Seja por força de regulação, seja pelo crescimento de um mercado que, na





Divulgação/Ford



INVERTEU DE NOVO
O local for global perdeu espaço para a volta do global for local, o que reduz a importância do desenvolvimento regional, novamente renegado apenas a adaptações pontuais

época, se colocava na lista dos maiores do mundo, ou simplesmente em razão da orientação estratégica que passou a predominar nos grandes grupos automobilísticos, o Brasil entrou definitivamente na rota das plataformas globais de produção.

Quando se olha, porém, para a posição brasileira no cenário internacional – e diferentemente do que se sonhou há oito anos –, definitivamente não nos tornamos base de exportação relevante, assim como ficamos longe de representar um grande centro global de desenvolvimento automotivo.

MESAS VAZIAS

O que tem se observado é um esvaziamento dos departamentos de engenharia em montadoras e seus fornecedores. É o preço – caro por se tratar de uma mão

de obra altamente qualificada – que se paga por ser coadjuvante do movimento mundial de centralização dos programas de desenvolvimento, no qual o foco rapidamente se direcionou à eletrificação em substituição aos tradicionais motores a combustão, para onde os centros de tecnologia no Brasil concentram por décadas seus maiores esforços de pesquisa.

“O momento é de centralização da engenharia e não é mais local for global”, observa o professor Renato Romio, do curso de engenharia mecânica do Instituto Mauá de Tecnologia. “É global for local, pelo qual as plataformas mundiais fazem com que o desenvolvimento regional perca a importância.”

Nas linhas de produção ou nos laboratórios a figura do engenheiro se tornou menos presente. Nos últimos oito anos 2,9 mil postos de trabalho relacionados a diversas atividades de engenharia foram extintos no setor, sendo 1,2 mil nas montadoras de automóveis e 1,7 mil nas fábricas de autopeças.

Estes dados constam no sistema do Caged, Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho, que registra as movimentações de criação e eliminação de vagas formais de trabalho. Os dados mostram enxugamento de quadros que, embora tenha sido mais acentuado no período de crise, não foi interrompido nos últimos dois anos, de recuperação de volumes, 2017 e 2018.

As áreas de engenharia mecânica, de produção e de controle de qualidade foram aquelas onde aconteceram os maiores cortes – foram 2,4 mil a menos desde 2012.

Em áreas ligadas mais diretamente à produção é possível que parte destas vagas seja recuperada caso a indústria volte a exibir a atividade de um passado nem tão distante – ainda que dificilmente uma reposição completa ocorra, pelo avanço na automação e nas estruturas de Indústria 4.0, que trabalha mais intensamente com softwares.

Já a recuperação dos postos associados à pesquisa e desenvolvimento é algo

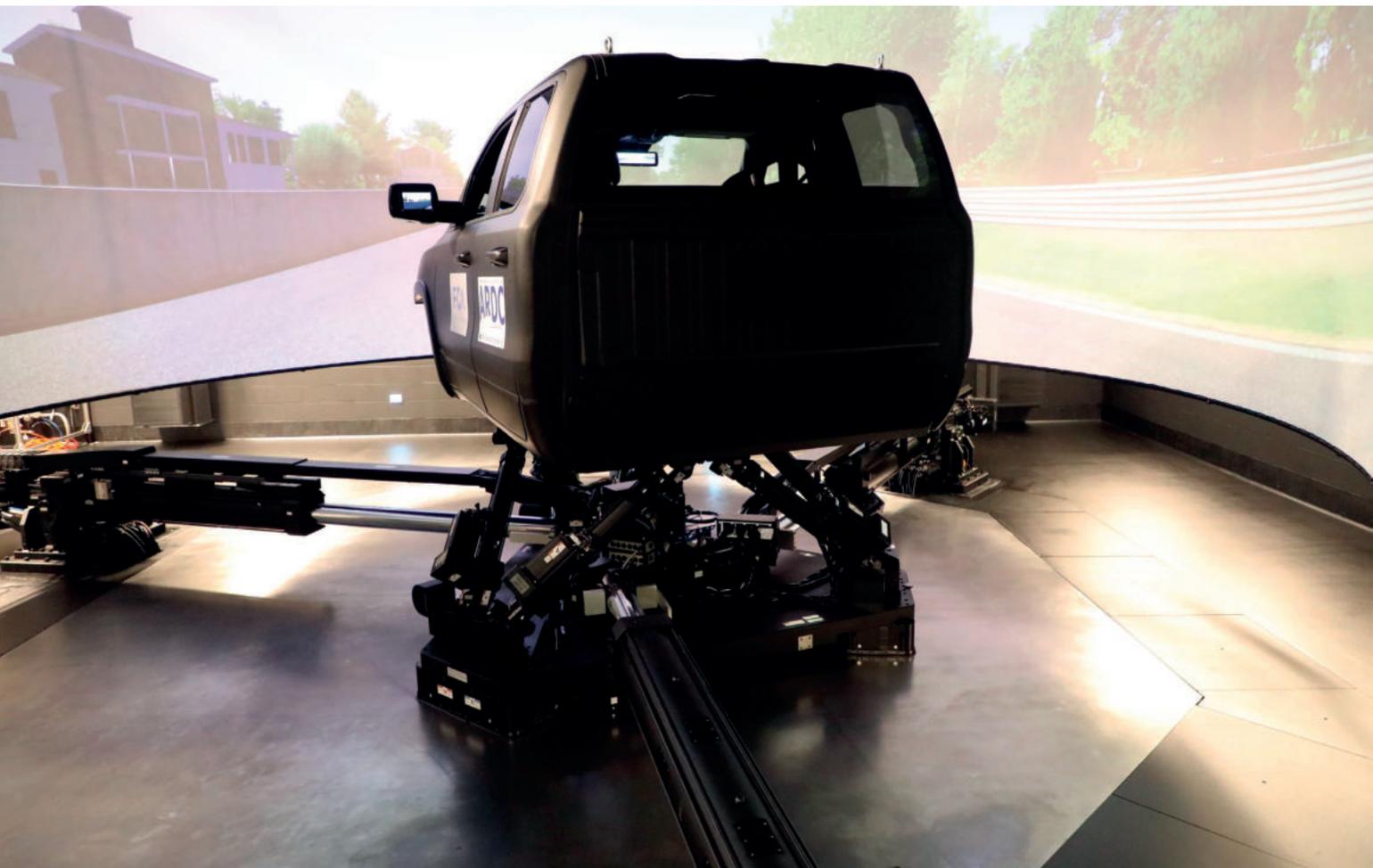


THE POWER OF DREAMS

Impulsionados pelo espírito de desafio, buscamos criar um novo valor à vida das pessoas maximizando a experiência da mobilidade por terra, água e ar.

www.honda.com.br

HONDA
The Power of Dreams



Divulgação/FCA

que os especialistas do ramo dizem ter dificuldade de vislumbrar porque, ainda que não se ouça críticas à excelência técnica das escolas de engenharia, a reposição depende, neste caso, de incentivos à inovação e da correção dos problemas bem conhecidos que prejudicam a concorrência do Brasil pelo investimento internacional.

Alguns deles são sistema tributário de alta carga e complexidade, passivo trabalhista pesado, déficits de infraestrutura e custo de capital alto.

"Quando se trata de projetos da ordem de bilhões de dólares o custo elevado do País desestimula a decisão de realizar o desenvolvimento por aqui", recorda Édson Orikassa, vice-presidente da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva. "Por isto os centros de desenvolvimento estão se formando em países mais baratos

da Ásia, como Tailândia, Coreia do Sul, China e Indonésia, onde há boa mão de obra e tributos mais amigáveis, por assim dizer."

Como não podia ser diferente a centralização dos projetos na Ásia, ou nas próprias sedes das matrizes, induz à evasão do conhecimento científico. Bom exemplo vem do Instituto Mauá de Tecnologia, tradicional reduto formador de engenheiros para o polo do ABC paulista: transformou-se, hoje, em centro de especialização por onde passam mais alunos que trabalharão no Exterior do que propriamente na região.

"Uma pequena parcela continuará no ABC e muitos farão parte de equipes fora do Brasil", acredita o professor Romio. "A engenharia foi deslocada para os países asiáticos e não será fácil mudar essa realidade. Antes dizia-se que a China era apenas um país mais barato: agora é mais barato, mais fácil de se instalar e com maior

tecnologia. Tem condições de fazer de tudo e tem um mercado interno gigante, então será difícil tirar os centros de desenvolvimento de lá."

FUTURO ELÉTRICO

Com a atenção da indústria global dedicada à eletrificação dos sistemas de propulsão centros de engenharia associados ao desenvolvimento de motores tradicionais a combustão interna foram relegados a um papel secundário.

"Todo mundo tem a certeza de que o futuro é elétrico. Esse novo foco de powertrain vem esvaziando projetos ligados a propulsores convencionais", afirma Romio, que também é chefe da divisão de motores do Instituto Mauá. "Essa reorientação afeta não apenas o Brasil mas também diversos centros de engenharia na Europa dedicados, por tradição, ao desenvolvimento de motores a combustão interna."

Segundo Fábio Ferreira, diretor de produto da divisão powertrain solutions da Bosch, o Brasil perdeu nos últimos anos plataformas exclusivamente locais de desenvolvimento não apenas de motores mas também de chassis. O cenário mudou porque, confirma ele, a indústria vem buscando cada vez mais escala nos desenvolvimentos: "Os projetos se tornaram mais e mais globais".

Mas mesmo considerando-se que há diferenças de estágio das empresas na corrida tecnológica a adaptação do Brasil aos projetos que chegam do Exterior não é percebida como um ponto de grande preocupação.

Há razões para isso: praticamente todas as empresas que participam da rede global de manufatura estão presentes no País e não deixarão de nacionalizar seus produtos. Além disso toda a estrutura de laboratórios locais, que recebeu investimentos nos últimos anos em razão de exigências de conteúdo nacional, não perdeu relevância no novo arranjo global.

Esses laboratórios seguem sendo fundamentais por acelerar a adaptação dos produtos a normas, perfil de consumo, custos e particularidades brasileiras.

Como recorda Fábio Brandão, gerente sênior de engenharia de produto da Meritor, "as adaptações podem significar desde pequenas modificações, que não exigem um trabalho sofisticado de engenharia, até a construção de derivativos e, às vezes, de produtos inteiramente novos para determinados mercados".

O modo como o sistema de produção atual foi estruturado trouxe até uma vantagem competitiva para a cadeia, por permitir a utilização dos mesmos componentes em toda uma linha de veículos.

O desafio, então, está mesmo em ir além da tropicalização dos veículos, com a inserção do Brasil na rede global de desenvolvedores. Quem melhor sintetiza a situação é Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças:

"O fenômeno das plataformas e dos desenvolvimentos globais aumentou a produtividade de todos no processo de desenvolvimento. E o Brasil, ao não atacar a defasagem competitiva e não incentivar mais o PD&I [Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação], perdeu espaço".

Para ele "o desenvolvimento global é alocado em diversos países. E o Brasil precisa ser um desses países. Temos várias competências, empresas, entidades e ativos que possibilitam isso". O presidente do Sindipeças conclui insistindo na necessidade de o País "contar com ambiente competitivo, que fomente a pesquisa, o desenvolvimento e a inovação. É nesse campo que temos de seguir avançando". ■



Divulgação/FM

Nova geração para brigar com os novos concorrentes

Duster, que chegou a ser o SUV mais vendido do Brasil no começo da década passada, chega à segunda geração enfrentando novos competidores



Quando o Renault Duster chegou ao mercado brasileiro, no último trimestre de 2011, o segmento de SUVs, embora em crescimento, não representava 10% dos licenciamentos no País. Na categoria chamada SUV B, ou utilitários esportivos derivados de carroceria de veículo compacto – o Duster tem a mesma base de Logan e Sandero –, o Ford EcoSport reinava sozinho desde 2003, quando foi lançado.

O primeiro concorrente direto do SUV Ford conquistou em poucos meses a liderança de vendas do segmento. De lá para cá, segundo a Renault, foram comercializados mais de 280 mil Duster produzidos no Complexo Ayrton Senna, em São José dos Pinhais, PR. E surgiram várias novidades no segmento que, em 2019, respondeu por 26,6% dos emplacamentos do mercado local, somados todos os portes de SUV – superados apenas pelos hatchs pequenos.

Mas o Duster foi apenas o nono mais vendido na categoria.

"O mercado era muito diferente em 2011", relembra Ricardo Gondo, presidente da Renault no Brasil. "Quando lançamos o Duster eram apenas dois competidores no segmento SUV B, que representava 2,4% das vendas. Agora são doze modelos competindo e 16% dos emplacamentos. Nosso objetivo é crescer em volume e participação com o Novo Duster".

O presidente falou novo porque, em 2020, o Duster chega à sua segunda geração – em 2014 passou por um facelift, com alterações visuais e novidades internas. Agora, de acordo com Gondo, sofreu uma evolução exterior e uma revolução interior: "Renovamos o design, mantendo o conceito icônico que fez do Duster um sucesso no mercado brasileiro, e mudamos quase tudo no interior: painel, volante, bancos, revestimentos de porta, tudo é novo".

A equipe de desenvolvimento concedeu especial atenção à central multimídia Easylink que estreia, na Renault, no SUV. Disponível em todas as versões – mas na de entrada, Zen, como opcional – oferece uma tela sensível ao toque de 8 polegadas com interface simples, intuitiva e layout personalizável.

Estudo recente divulgado pela Anfavea aponta que 49% dos automóveis vendidos no mercado brasileiro estão equipados com alguma central multimídia.

Por meio da nova central da Renault, além de poder espelhar o smartphone com o Android Auto e Apple CarPlay, o usuário pode controlar o consumo de combustível, monitorar suas viagens e acessar o sistema Multiview, composto por quatro câmeras – uma dianteira, duas laterais e uma traseira – que auxiliam em manobras, estacionamento e atividades off-road.

No exterior chama a atenção as lanternas traseiras, claramente inspiradas no concorrente da Jeep, o Renegade. Mas são novos também o para-choque traseiro, tampa do porta-malas, as portas laterais e as barras de teto.

O que não mudou foi o motor: permanece o 1.6 S Ce que gera 120 cavalos acoplado à transmissão manual ou a CVT X-Tronic, mas que ganhou o sistema start-stop em todas as versões. "16% das vendas do segmento SUV B ainda são com transmissão manual. É um mercado bastante amplo."

Para desenvolver a nova geração do Duster foram usados 578 engenheiros para o chamado Projeto América, que atenderá a Brasil, México, Colômbia e Argentina, dos quais 376 dedicados ao projeto brasileiro durante três anos. Mais de 1,7 milhão de quilômetros foram percorridos durante os testes.

O Duster produzido em São José dos



Pinhais será exportado para diversos mercados da América Latina, mas a Argentina desde 2018 recebe o modelo produzido na Colômbia – e assim deverá continuar, embora Gondo desconverse.

No Brasil serão quatro versões: a Zen, de entrada, com transmissão manual e sem a central multimídia, por R\$ 71,8 mil, e a Zen CVT X-Tronic, por R\$ 77,8 mil. Tendo já a central Easylink, pormenores cromados e sensor de estacionamento, dentre outros itens, vem a versão Intense CVT X-Tronic, por R\$ 83,5 mil, enquanto a mais completa, Icon CVT X-Tronic, que agrega também as câmeras do sistema Multiview e outros pormenores, teve valor de tabela estabelecido em R\$ 87,5 mil.

A Renault oferece também pacotes de acessórios instalados na fábrica, como o Tech, Outsider, Conforto, Família, Viagem e Aventura.

MUDANÇAS NA LINHA

O Duster antes dividia a linha de produção com a Oroch na fábrica de automóveis da Renault em São José dos Pinhais. Com a chegada da nova geração a picape passou a ser montada na fábrica de veículos comerciais dentro do Complexo Ayrton Senna, ao lado da Master.

"Transferimos as linhas no final do ano passado. Como esperamos vender mais

PURO GALICISMO
Na traseira da segunda geração do Duster são novos a tampa do porta-malas, para-choque e as lanternas, que oferecem indistigável sensação de déjà vu

Duster, precisávamos de mais espaço."

Montado sobre uma evolução da plataforma B0, chamada de B0 Plus, o SUV agora divide linha com outro utilitário esportivo Renault, a Captur.

Na linha de montagem ao lado são feitos Kwid, Logan, Sandero e Stepway. Gondo disse que a nova geração do Duster é mais segura graças a reforços estruturais – e o ESP e direção elétrica de série –, oferece melhor conforto acústico e dirigibilidade.

É nova também a arquitetura eletrônica, necessária para conversar com tantos componentes tecnológicos.

A preparação consumiu parte dos R\$ 3,2 bilhões em investimentos aplicados pela Renault de 2018 a 2020 – e que se encerra agora, segundo Gondo. No período a participação de mercado Renault só cresceu.

Um novo plano está sendo negociado com a matriz, explica o presidente. "Há conversas, tratativas para chegada de novos produtos, mas ainda não há nada fechado. A equação econômica está complicada no Brasil."

De toda forma as projeções de mercado são otimistas: Gondo estima alta de 7% a 10% nas vendas do mercado total ante 2019, com a Renault mais uma vez crescendo um pouco acima e ganhando mais participação do mercado – onde já é a quarta colocada. ■





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





Peter Voser, CEO da ABB

Suíço, assumiu o posto em abril de 2019. Dedicou boa parte de sua carreira à Royal Dutch Shell, do setor de hidrocarbonetos, de onde saiu para liderar a empresa suíço-sueca em todas suas áreas de atuação, principalmente na transformação para o modelo de eletrificação da indústria automotiva. Concedeu esta entrevista exclusiva durante a etapa da Fórmula E em Santiago, Chile.

1

Está havendo um movimento global de descentralização da produção de baterias de íon lítio que, a princípio, seriam feitas somente na China?

Acredito que sim. O direcionamento dos negócios está mudando porque os fabricantes de automóveis, caminhões e ônibus manifestaram a intenção de ter mais próximo de suas bases a produção do coração do veículo elétrico. Assim, não apenas na Ásia, sobretudo na China, estão sendo feitos os investimentos em fábricas de baterias para veículos. Na Europa, nos Estados Unidos, teremos novas unidades, com grande capacidade. Ninguém quer deixar 100% desse negócio em um único país.

2

O que aconteceu para essa mudança?

As fabricantes de veículos, sobretudo na Europa, começaram a desenhar suas estratégias para veículos elétricos um pouco depois que outras empresas, como a Tesla, e, principalmente, o governo da China, por exemplo. Essa transição pode durar mais tempo porque além dos investimentos em eletrificação os fabricantes precisam manter seu negócio com os modelos a combustão.

3

Sobre carregadores, faz mais sentido para a ABB promover a instalação de corredores como o que já existe no México e o que será feito na rota do cobre no Chile para desenvolver o mercado de veículos elétricos?

Há vários projetos no mundo e a ABB está inserida em todos. O maior deles é o Electrify Americas, um corredor de abastecimento que cortará os Estados Unidos. Na Europa há o projeto Ionity, também com pretensões continentais. Não haverá um futuro promissor se não desenvolvermos um modelo de carregamento nas principais rotas.

4 E no segmento de veículos comerciais? Também é importante promover a instalação de uma rede de abastecimento para esses veículos?

Nessa aplicação o primeiro desafio está na infraestrutura de eletricidade, antes mesmo de definir as características dos carregadores. Se alguma rota não oferece a voltagem necessária para abastecer caminhões elétricos é preciso criar essa condição. E isso tem que ser feito com a participação dos governos.

5 Outro desafio está na definição do padrão dos conectores desses carregadores. Há um padrão chinês, o europeu... como o Sr. encara essa variedade de conectores. É um problema para quem produz os carregadores.

Acredito que no longo prazo haverá um único padrão. O mercado conviverá com essas diferentes opções por um tempo. A ABB oferece carregadores com conectores para todos os modelos de veículos elétricos. Essa é a realidade do momento.



TRUCK&BUS

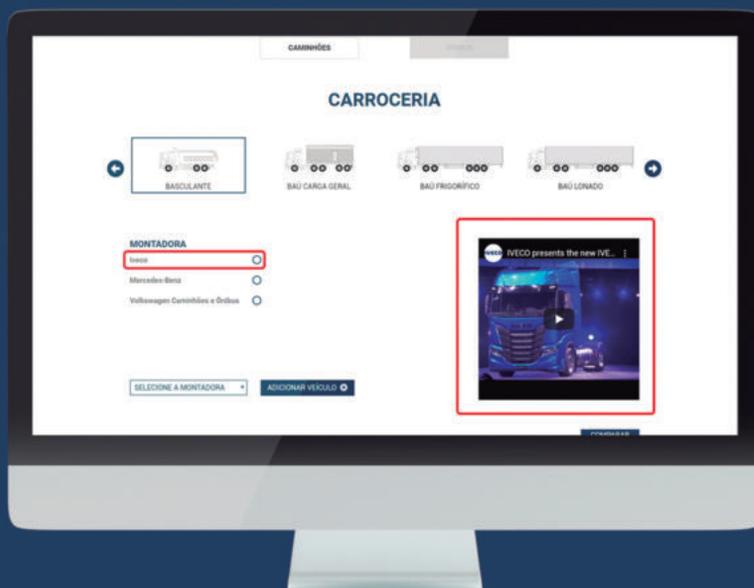


VOCÊ JÁ CONHECE O TRUCK&BUS ?

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





O PREÇO DO ATRASO

Nem a defasagem de quase uma década perante a Europa facilita o desenvolvimento da tecnologia Euro 6 no Brasil

A indústria brasileira de veículos pesados está perto de se igualar à europeia em questões ambientais, apesar de dez anos de atraso. A partir de 2023 todos os novos caminhões e ônibus a diesel vendidos no País deverão atender à fase P8 do Proconve, o Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores, que equivale à norma Euro 6.

Pela primeira vez os padrões de testes e os limites de emissões serão idênticos aos adotados em países como Alemanha e França, que já obedecem a critérios mais rígidos desde 2013.

Como recorda Henry Joseph Jr., diretor técnico da Anfavea, "no passado não era assim: era igual 'pero no mucho'...".

Ele lembra que sempre havia algum

senão a diferenciar a regulamentação brasileira, que também enfrentava falta de padronização: "Lá atrás ficou estabelecido que os veículos leves seguiriam o padrão estadunidense de controle de emissões e os pesados o europeu".

Além dessas questões não foi possível seguir à risca o cronograma original: a etapa P6 do Proconve, equivalente à norma Euro 4, foi pulada, o que agravou o descompasso com relação aos países-sede das fabricantes de veículos pesados. O diretor da Anfavea conta que o alto teor de enxofre do diesel na época foi o principal empecilho.

O atraso também foi notado nas falhas da legislação. Joseph Jr. recorda que os resultados de laboratório da etapa P5, ou Euro 3, não podiam ser repetidos nas ruas, pois o diesel com menos enxofre encontrado nas bombas era o S500, ou 500 ppm, partes por milhão, enquanto nos testes era o usado o S50, então indisponível para venda, mas de acordo com o padrão europeu de avaliação – quanto maior o nível de enxofre maior o volume de material particulado lançado na atmosfera.

Desde a fase P7, ou Euro 5, o diesel S10 tornou-se indispensável para o correto funcionamento dos motores modernos. Presente em todo o País deixou finalmente de ser um problema, mas há diversos pontos que ainda geram controvérsias na indústria, a começar pelos prazos para adoção do P8.

B QUANTO?

Segundo Paulo Jorge Antônio, diretor da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, o período para entrada em vigor da norma Euro 6 no Brasil está de acordo com a complexidade das adaptações: "Não dava para ter sido antes, pois há desafios como a adequação do teor de biodiesel".

Antônio se refere ao combustível de origem renovável que, desde 2008, é adicionado ao diesel de origem fóssil. O índice foi elevado para 11% em setembro de 2019 e pode chegar a 15% quando a nova norma ambiental estiver plenamente em vigor: a

legislação atual prevê aumento de 1% ao ano até 2023.

Rafael Torres, diretor de projetos especiais da Cummins América Latina, afirma que os novos motores desenvolvidos pela empresa estão aptos para o abastecimento até com D20, ou seja, 20% de biodiesel na composição.

Mas acredita que o País está atrasado em sua política de emissões: "Depois dos Estados Unidos o Brasil representava a vanguarda do setor. Hoje fomos ultrapassados por China e Índia e acabamos nos transformando em seguidores".

A Mercedes-Benz do Brasil trabalha para adaptar seus motores à norma P8/Euro 6. Segundo Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing de caminhões e ônibus, a questão envolve temas além da quantidade de biodiesel adicionada ao combustível: há também a qualidade.

"Temos alguma instabilidade no País, há 22 Brasil dentro do Brasil. Se o biodiesel não for preservado de forma correta pode sofrer oxidação, o que acontece quando, por exemplo, é armazenado a céu aberto", diz o executivo, que também está preocupado com a falta de previsibilidade. "Precisamos saber é qual nível de biodiesel será estipulado. Se algum legislador que não conhece o assunto resolver mudar repentinamente para B30, por exemplo, haverá complicações. O porcentual não pode variar dessa forma, mas se um nível for estabelecido e mantido nos adaptaremos."

De acordo com a Ubrabio, União Brasileira do Biodiesel e Bioquerosene, há cinquenta empresas autorizadas a produzir biodiesel no território nacional. A capacidade instalada é de 8,5 bilhões de litros por ano.

GORDURA ANIMAL

A origem do produto brasileiro é mais diversificada do que em outros países, diz Joseph Jr, da Anfavea. Segundo ele de 30% a 40% do biodiesel brasileiro é originado de gordura animal. Na Europa a fonte principal é o óleo de colza, similar à

canola, e nos Estados Unidos é extraído a partir do refino da soja.

Apesar das incertezas e das dúvidas especialistas destacam o ganho ambiental:

"Há avanços significativos, a exemplo da evolução dos sistemas EGR de recirculação dos gases de exaustão", disse o engenheiro ambiental Anderson Brasil Coutinho. "Tecnologias como essa levam à diminuição dos níveis de NOX, óxido de nitrogênio, emitidos, e há também redução de material particulado lançado na atmosfera".

O sistema de recirculação busca resfriar o motor por meio da reinjeção dos gases gerados na câmara de combustão. A máquina precisa trabalhar em temperatura mais alta, pois essa condição diminui as emissões de particulados. Essa elevação,

A maior dúvida da indústria mora no índice de biodiesel que será aplicado ao nosso combustível durante a vida útil dos modelos equipados com os futuros motores Euro 6

porém, gera mais NOX, e daí vem a necessidade de arrefecimento extra. Outro sistema é o SCR, o redutor catalítico que depende do Arla 32 para obter os resultados desejados.

Na etapa P8 será necessário combinar essas duas tecnologias para atingir os índices exigidos.

A utilização de GNV, gás natural veicular, e a adoção de sistemas híbridos também podem entrar na conta da redução de emissões. Há testes em andamento, a exemplo dos caminhões elétricos da VWCO utilizados pela Ambev.

"Talvez exista um bom mercado para VUCs e ônibus híbridos ou elétricos no uso urbano, pois as emissões caem bastante", opina Renato Romio, diretor do Instituto Mauá de Tecnologia. "Não vejo, porém, mercado para o uso rodoviário".

O engenheiro Coutinho lembra que a simples entrada em vigor de uma nova regulamentação ambiental não é suficiente para melhorar a qualidade do ar, pois a idade da frota circulante de veículos pesados e a falta de manutenção preventiva comprometem os resultados.

Segundo a última edição do Relatório da Frota Circulante, organizado pelo Sindipecas, 28,6% dos caminhões que rodam pelo Brasil têm 16 anos ou mais. Estão, portanto, adequados à Euro 2 na melhor das hipóteses.

São esses veículos que ainda garantem a sobrevivência do diesel S500, que é vendido a preços mais baixos nos postos.

Alexandre Parker, diretor de assuntos institucionais da Volvo, confirma que desde a etapa P5 já havia a necessidade de reduzir o nível de enxofre para que todos os requisitos fossem atendidos. Ele confirma que hoje um dos maiores desafios é mesmo o biodiesel:

"Há diferenças do que existe no Brasil e na Europa, por isso não é possível simplesmente importar a tecnologia para rodar aqui. O biodiesel é uma das questões: usamos B11 aqui e B7 lá".

Parker disse que o composto de origem renovável tem mais nitrogênio na cadeia, o que "pode aumentar a emissão de NOX na ponta". O executivo afirma que parte considerável do investimento de R\$ 1 bilhão anunciado recentemente pela Volvo para o período de 2020 a 2023 (veja pág. 48) será dedicado à nova etapa do Proconve.

Com os custos envolvidos e a alta do dólar – em sequência de recordes em seu valor nominal perante o real –, as fabricantes acreditam que será inviável manter os preços atuais de seus produtos. O custo de utilização do veículo também pode aumentar, devido à elevação no consumo de diesel.

De acordo com Cristian Malevic, dire-



Sua paixão, Nossas cores

Axalta é uma empresa global focada exclusivamente em revestimentos, com as mais sofisticadas tintas e soluções inteligentes, que embelezam o veículo além de proteger a carroceria, aumentando a sua vida útil.

SEU NEGÓCIO PRECISA,
NÓS INOVAMOS.

www.axalta.com.br
📺 📷 📱 /AxaltaBrasil



tor da unidade de negócios de motores e geradores da MWM, "para o cliente final o benefício do Euro 6 não é evidente, considerando que as novas tecnologias aumentam a complexidade de operação e manutenção. Filtros de partículas no escapamento elevam a sensibilidade do sistema a combustíveis de baixa qualidade, principalmente em ciclos de menores cargas, como é a maioria das operações urbanas. A limpeza passiva ou ativa desse filtro ocorre por meio do aumento de temperatura proposital com a adição de combustível em excesso, gerando um consumo mais alto do que o registrado em tecnologias anteriores".

O executivo diz ainda que o nível crescente de biodiesel no Brasil aumenta a vulnerabilidade de componentes relacionados ao Euro 6, sendo necessário cuidado para reduzir a formação de colônias de bactérias em peças de alto custo de reposição, como bicos e bombas injetoras de alta pressão.

A MWM investe em equipamentos adicionais em seus laboratórios de desenvolvimento de motores em São Paulo. Eles são importados e Malevic afirma que, por falta de benefícios fiscais e devido também à elevada exposição cambial, o custo dessa operação é elevado.

"Os sistemas de monitoramento e controle são bastante complexos e exigem que o desenvolvimento seja feito em sistemas virtuais de simulação de rotas e condições diferentes de operação, antes de efetivamente concluir o trabalho com motores e veículos. É um investimento total bastante expressivo, e temos aplicado recursos com vistas à chegada de novos motores ao México em 2021 e posteriormente no Brasil, em 2023."

700 MIL KM

Outra novidade é que com a etapa P8/Euro 6 as fabricantes precisarão realizar testes ao longo da vida útil do veículo para verificar se os níveis de emissões seguem sem alterações. As avaliações serão rea-



lizadas periodicamente até o caminhão escolhido completar 700 mil quilômetros rodados nas condições brasileiras, sempre usando o combustível encontrado nos postos.

Para atender a exigência investimentos também são feitos por entidades da área de pesquisa e desenvolvimento. O Instituto Mauá de Tecnologia adquiriu equipamento para simular o uso real e assim tentar antecipar o que o veículo passará nos anos seguintes. O modo como essas medições serão feitas está em estudo neste momento, e os resultados serão enviados à AEA, diz Romio:

"A preocupação é achar formas de garantir a durabilidade dos componentes diante da má qualidade do combustível encontrado em boa parte do mercado nacional".

A DAF aponta outros desafios impostos pela mudança da norma ambiental: considera que os veículos poderão ter aumento de peso e possível redução da capacidade de carga devido às mudanças técnicas. A montadora destaca também a necessidade de melhoria significativa na infraestrutura brasileira para garantir a disponibilidade do Arla 32 em todos os postos que comercializam diesel S10.

A evolução, no entanto, não é acompanhada por um plano de renovação de frota. Diversas propostas já foram feitas, mas sempre esbarram em questões financeiras. A maior parte dos caminhões antigos pertencem a caminhoneiros que atuam por conta própria, enquanto as grandes transportadoras mantêm suas frotas atualizadas.

"O ciclo de renovação da frota de veículos comerciais no País foi freado drasticamente pelo período de recessão, que coincide com a fase P7 do Proconve, em 2012", pondera Cristian Malevic. "A redução de emissões proporcionada pela etapa Euro 6 é infinitamente menor do que aquela que poderia ser gerada com o incentivo às aposentadorias dos veículos antigos que rodam normalmente no País." ■

A PESAR DOS PESARES

Fabricantes de motocicletas avaliam expansão no Polo Industrial de Manaus, no Amazonas, em meio aos desafios logísticos da região



As fabricantes de motocicletas que mantém produção no País, precisamente no Polo Industrial de Manaus, no Amazonas, viraram em 2019 a última página de um capítulo marcado por crise: no ano passado voltaram a registrar desempenho positivo pelo segundo ano consecutivo depois de anos de quedas acumuladas nos indicadores vendas e produção.

Para o próximo capítulo a indústria projeta manutenção do ritmo ascendente, mas há, desta vez, um novo elemento: o dilema ocupar ou não a capacidade instalada de acordo com a demanda.

Os principais nomes do mercado se encontram debruçados sobre planejamentos de longo prazo e fazem as contas para desenhar cenários futuros. Não é para menos: o mercado vem dando sinais de retomada e, no ano passado, as vendas aos concessionários, segundo dados da Abraciclo, voltaram a alcançar a marca do milhão depois de cinco anos, chegando a 1 milhão 84 mil unidades vendidas no atacado, volume 13% maior do que o registrado em 2018.

Existe, ainda, a projeção de se produzir 6% mais neste ano na comparação com o desempenho das linhas em 2019, e de vendas às concessionárias igualmente 6% maiores no mesmo período.

No entanto o cenário que poderia representar a consolidação do crescimento do setor, criando condições favoráveis a eventuais investimentos e ocupação da indústria que tem capacidade para produzir mais de dois milhões de unidades – e que hoje produz metade disso –, gerou mais dúvidas do que certezas dentro das fabricantes.

A LOGÍSTICA

Receber matéria prima e escoar produção são dois fatores que surgem à mesa das montadoras quando se discutem novos investimentos no setor. Hoje o ecossistema de transporte que rege o deslocamento da produção para as concessionárias é visto como algo passível de melhorias, as quais são consideradas determinantes para a indústria voltar a produzir mais e, assim, acompanhar a evolução da demanda interna.

Segundo **Marcos Fermanian**, presidente da entidade que representa as fabricantes, a Abraciclo, o atual quadro compromete a competitividade da indústria. Ele explica que os materiais e os componentes utilizados na produção do polo industrial chegam até Belém por via rodoviária, e de lá, por transporte fluvial até as fábricas. O produto acabado, por sua vez, segue o caminho inverso. Operar na estrutura existente, no entanto, é considerado tarefa difícil:



Divulgação/Honda



Divulgação/Abraciclo

“É uma estrutura complexa. Embora ao longo dos anos tenha registrado um aumento de eficiência, praticamente continua a mesma de quando a indústria foi instalada na região. Isso gera bastante desconforto porque ainda estamos distantes do mercado e dos fornecedores.”

Na prática existe um certo limite que determina volume e ritmo de escoamento da produção com os modais utilizados atualmente para transportar materiais e o produto final, e isso reflete na ponta. No ano passado, por exemplo, a Abraciclo reconheceu que não se vendeu mais porque houve descompasso entre fabricantes e seus fornecedores justamente no que diz respeito ao abastecimento do polo industrial de Manaus, também chamado de PIM.

“Existe o componente financeiro, quando você tem um fornecedor que não teve musculatura para investir e retomar os volumes de produção maiores depois de anos de retração. Por outro lado pesou muito a questão da logística na região. Problemas de escoamento redundam em atrasos no ponto de venda, fato que pode gerar uma experiência negativa para o consumidor.”

Cada fabricante instalada no PIM possui um tempo médio de escoamento da produção até o varejo, dependendo de sua

estrutura logística. No caso da Yamaha, dona da segunda maior fatia do mercado nacional de motocicletas com 14,2%, atrás da líder Honda, que deteve 81%, as motocicletas levam quinze dias para chegar até os seus 360 pontos de venda, em um trajeto que envolve o carregamento da produção em balsas e o transporte rodoviário por caminhões.

“Este é basicamente o tempo mínimo de entrega nas regiões Sul e Sudeste, onde está nosso maior volume de entregas”, conta Afonso Abranches, gerente de relações institucionais. O processo, diz o executivo, é chamado rodo-fluvial e ocorre por meio de carretas do tipo baú até Belém, PA, de onde os veículos seguem para os onze centros de distribuição da companhia.

ENXUTOS

Dado o entrave logístico que ainda persiste na região e consta nas contas de custos das montadoras, surgiu a necessidade de se pensar a respeito de produzir mais utilizando a atual capacidade – a ideia é alternativa ao modelo tradicional de expansão já visto no mercado brasileiro, por meio do qual se aumenta os volumes com mais linhas. Surge nesse contexto o argumento que ganha força na indústria fabricante de



WORKSHOP AUTODATA PERSPECTIVAS ÔNIBUS

EM MAIO, OS PRINCIPAIS ESPECIALISTAS EM
ÔNIBUS E CARROÇARIAS ESTARÃO REUNIDOS,
EM SÃO PAULO, PARA DISCUTIR AS PERSPECTIVAS
DE CURTO PRAZO DO MERCADO BRASILEIRO
NESTE IMPORTANTE SEGMENTO DO
SETOR AUTOMOTIVO.

25/05

AUDITÓRIO DA KPMG • SÃO PAULO



RESERVE JÁ O SEU LUGAR
EM MAIS ESTE IMPORTANTE
EVENTO DE AUTODATA!

INFORMAÇÕES:

(11) 5189-8900 / 2533-4780 • seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br



motocicletas de que é preciso considerar fazer mais com menos, investindo recursos na modernização dos ativos e não na expansão do parque industrial.

Para Fermalian, da Abraciclo, as fábricas do PIM estão mais propensas à segunda possibilidade. “Hoje a capacidade ocupada gira em torno de cinquenta por cento, e teoricamente estão lá paradas as instalações, as edificações, frutos de investimentos já realizados. Hoje os produtos são outros, mais modernos, e há novas tecnologias empregadas na manufatura. De forma que essas tecnologias podem viabilizar um aumento da produção sem que se mude muita coisa.”

A Honda, por exemplo, anunciou em

fevereiro do ano passado aporte que será aplicado em sua fábrica de Manaus seguindo o preceito da operação enxuta. Para atender a demanda interna em crescimento serão aplicados R\$ 500 milhões até o final de 2022 na construção de uma fábrica de motores e, principalmente, na modernização dos ativos, bem como reorganização das unidades dentro do complexo industrial para facilitar a logística.

A Yamaha, por sua vez, anunciou segundo turno de produção a partir de janeiro, medida que viabilizará dobrar a produção para 300 mil unidades/ano.

SOLUÇÕES

Nas contas da indústria o negócio mo-

motocicleta se sustenta no Brasil como algo viável em função dos benefícios fiscais oferecidos para se produzir no polo de Manaus e pelas melhorias operacionais bancadas pelas fabricantes da portaria para dentro. Com um cenário de buscas por novos mercados para as motocicletas made in Brazil, no entanto, as fabricantes defendem que medidas precisam ser tomadas no sentido de tornar a produção nacional competitiva a ponto de disputar em pé de igualdade com competidores internacionais.

A saída, segundo o presidente da Abra-ciclo, é a adoção de ações racionais da portaria para fora: "Ligar o polo aos grandes centros por meio de mais vias rodoviárias seria o mais racional a se fazer no momento".

O dirigente, porém, reconhece que "transformar o escoamento por meio de

linhas retas do polo aos grandes centros, sobretudo por meio rodoviário, seria o ideal. Mas isso demanda investimento público pesado em infraestrutura, o que torna as coisas um pouco mais complexas do ponto de vista da execução no curto ou médio prazos porque seria preciso criar uma política pública".

Enquanto isso não ocorre com a urgência desejada pelas empresas elas tratam de buscar internamente alternativas. A Yamaha escolheu realizar a operação logística por meio de subsidiária dedicada ao ramo logístico, a Yamalog. "Foi uma forma encontrada para criar soluções que melhorassem a eficiência da nossa operação de acordo com os entraves particulares do mercado brasileiro", conta Abranches.

A empresa está sediada em Manaus, AM, e há quatro filiais: uma em Belém, PA, outra em Guarulhos, SP, mais uma em São Paulo, Capital, e outra instalada em Curitiba, PR.

Segundo o Cieam, o Centro das Indústrias do Estado do Amazonas, o setor de duas rodas representou 14% do faturamento total do PIM em 2018, que foi de R\$ 451 bilhões naquele ano. O custo de produção na região, ainda de acordo com dados do centro, era dividido em três partes: 70% tratava-se dos custos com a compra de materiais para a fabricação das motocicletas, porcentual considerado alto pela indústria e que ocorre por causa das dificuldades dos fornecedores de acessar o polo industrial. Fatia de 18% estava relacionada às despesas administrativas e os 12% restantes ao custo da fabricação.

A melhoria do asfaltamento nos distritos industriais do próprio polo industrial já resolveria parte do problema logístico. Afora a medida considerada de curtíssimo prazo, há outras mais complicadas, segundo Fermanian: "O custo de um contêiner de Manaus ao Porto de Santos, em São Paulo, é similar ao de um contêiner que sai da Ásia e vem para o Brasil. O custo e a disponibilidade da energia também é algo crítico, e isso faz com que empresas apostem em geradores, o que encarece a operação".

O custo para despachar um contêiner de Manaus com destino ao Porto de Santos é similar ao de mandar o mesmo contêiner de um país da Ásia para o Brasil



Volvo: mais R\$ 1 bi no Brasil até 2023.

Mercado de caminhões em alta anima a Volvo e outras empresas do setor, como a Scania



O mercado de veículos pesados, formado por caminhões e ônibus, cresceu 34,2% em 2019, somando 122 mil 267 unidades, segundo a Anfavea, entidade que representa as fabricantes nacionais, abandonando de vez a crise registrada nos últimos anos, pois a projeção a associação para 2020 é de nova alta, em torno de 16,9%, com 143 mil unidades licenciadas até dezembro.

Diante desse cenário positivo a Volvo anunciou no começo de fevereiro, duran-

é que, naquele de 2017, tínhamos que nos ajustar para sair da crise e, agora, miramos o futuro após registrar expansão nas vendas em 2019".

O foco durante o novo ciclo será na chegada de tecnologias digitais da Indústria 4.0, expansão da rede de concessionárias e no desenvolvimento de novos produtos, como os motores Euro 6, para atender à legislação do Conama, que exigirá esses motores para novas homologações no País a partir de 2022



te evento realizado em São Paulo, um novo ciclo de investimento de R\$ 1 bilhão no Brasil que será usado para modernização da fábrica de Curitiba, PR, até 2023.

O aporte anunciado é parecido ao aplicado pela companhia no último ciclo, de 2017 a 2019, e o seu presidente, Wilson Lirmann, disse que a manutenção do nível de investimento significa que a Volvo aposta no País, apesar de alguns fatores que precisam de atenção: "Temos uma operação madura que precisa ser aprimorada para atender as novas demandas, por isto teremos um investimento grande que proporcionará isso. A diferença de um ciclo para o outro

e em 2023 para todos os caminhões produzidos por aqui.

Para Lirmann existe a necessidade de adaptar a unidade nacional ao Euro 6, trazer novas tecnologias e desenvolver novos produtos: "Nas férias concedidas de dezembro a janeiro as primeiras mudanças na fábrica já foram feitas".

Com relação aos lançamentos de novos caminhões e ônibus produzidos no País, um dos focos do investimento, o executivo optou por não revelar os pormenores, mas disse que o Brasil está inserido na jornada de eletrificação promovida pela matriz e que o valor anunciado contemplará iniciativas nesse segmento.

Durante esse novo ciclo, ao que parece, o foco da empresa será no mercado interno, que hoje é o seu segundo principal no mundo, com expectativa de crescimento da safra de grãos que poderá aumentar a demanda por caminhões, assim como possíveis demandas do setor de construção que também animam a companhia, até porque alguns mercados vizinhos importantes estão em queda, como Argentina e Chile.

Questionado sobre fatores externos, como o novo coronavírus e sua possível repercussão na economia global e a tensão comercial nos mercados chinês e estadunidense, o presidente disse que o board da companhia monitora a situação, mas que os olhares da unidade brasileira estão direcionados para a resolução de problemas no País: "Há assuntos externos

importantes, mas precisamos focar na melhoria da competitividade no Brasil. Cuidando das questões internas criamos um cenário de proteção às questões externas que possam influenciar nossos negócios".

Depois de registrar faturamento de R\$ 9,3 bilhões em 2019 no Brasil, alta de 13% ante 2018, o País terminou o ano como segundo principal mercado da companhia, com 16 mil 844 unidades comercializadas, volume 58% maior na mesma base comparativa.

Em 2020 as projeções da companhia apontam para alta de 15% nas vendas de caminhões acima de 16 toneladas, enquanto o mercado de ônibus deverá ficar estável por causa do período eleitoral que reflete nas vendas de ônibus urbanos para os municípios. ■

Scania Brasil no topo

Apostando no final da crise no mercado brasileiro a Scania anunciou ainda no ano passado um novo ciclo de investimento de R\$ 1,4 bilhão que será aplicado no País de 2021 a 2024 para modernização da fábrica de São Bernardo do Campo, depois que o ciclo atual de R\$ 2,6 bilhões acabar em dezembro.

Durante esse período de grandes investimentos, os números da empresa apontam para cima e a projeção é de crescimento em todos os setores em que atua em 2020, segundo Roberto Barral, vice-presidente das operações comerciais da Scania no Brasil: "Ainda existem algumas incertezas sobre os rumos das economias global e nacional e, por isto, estamos trabalhando

com um otimismo moderado neste momento. Mas, a fase da Scania no Brasil é ótima e nossas projeções são de crescimento".

No segmento de caminhões acima de 16 toneladas a empresa projeta alta de 15% a 20% no ano na comparação com 2019, usando como base uma série de fatores, como a expectativa de crescimento do PIB de 2,5%, manutenção de uma política de juros baixos e de uma taxa de câmbio estável segundo Silvio Munhoz, diretor comercial da Scania no Brasil: "Além disso, a previsão é de novo recorde na safra de grãos e estamos iniciando uma retomada do consumo. Tudo isso aumentará a demanda por caminhões pesados". Com os resultados

conquistados por aqui no ano passado, o mercado brasileiro tornou-se o principal da companhia. Em 2019 a Scania vendeu 12 mil 755 caminhões acima de 16 toneladas, sendo o maior volume de vendas da empresa no País nos últimos cinco anos. A alta registrada foi de 47,6% com relação a 2018 e a participação de mercado subiu de 16,4% para 17%. Também houve crescimento em outros dois setores, de ônibus e de motores industriais marítimos em 2019. No primeiro a companhia registrou expansão de 15% ante 2018 e, no segundo, comemorou a venda de setecentos motores a gás dedicados a geração de energia na região Norte do País, o que ajudou a tornar o ano positivo nesse segmento.

QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



Médicos Sem Fronteiras é uma organização médico-humanitária internacional independente. Levamos ajuda médica às pessoas que mais precisam, sem distinção étnica, religiosa ou política. Trabalhamos em mais de 60 países, em situações como catástrofes naturais, desnutrição, conflitos armados e epidemias.

Para isso, dependemos da ajuda de pessoas como você! Sua doação mensal vai nos permitir agir com rapidez nas emergências, em que cada minuto faz a diferença entre a vida e a morte. **Com R\$ 1 por dia** durante um mês, vacinamos 37 crianças contra o sarampo. **Com apenas R\$ 30 por mês**, você nos ajuda nos atendimentos médicos, a realizar partos e fazer campanhas de vacinação.

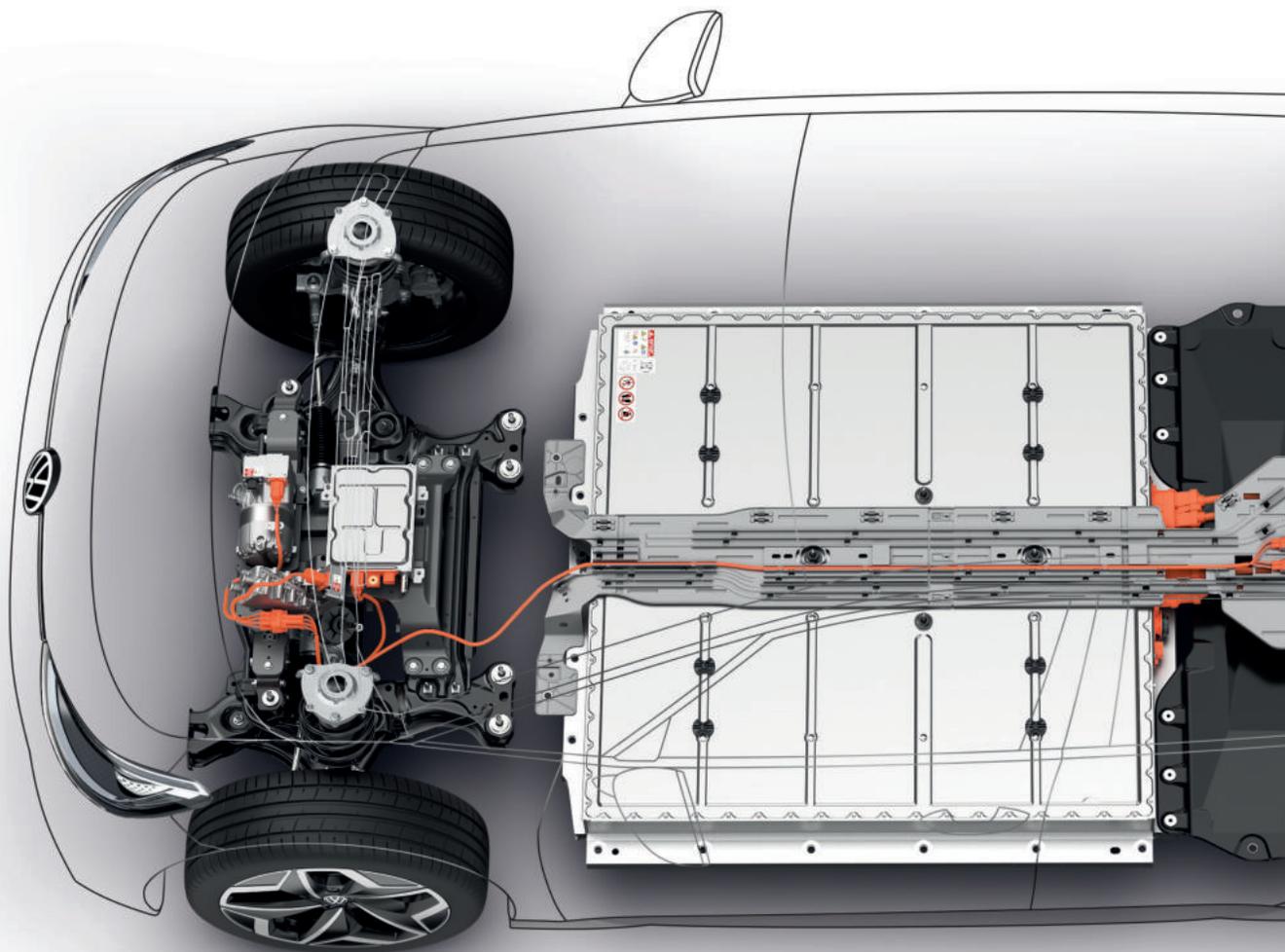
© Samuel Hauenstein Swan

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

**Seja um Doador Sem Fronteiras!
Doe assim que chegar ao seu destino.
Acesse msf.org.br**



Prêmio Nobel da Paz 1999



Lições do tsunami

Europa e Estados Unidos armam planos para acabar com monopólio asiático na produção de baterias para elétricos

Na segunda quinzena de fevereiro a Basf, uma das maiores empresas do mundo no segmento químico, anunciou duas novas fábricas para produção de componentes de baterias destinadas a veículos elétricos. Seria mais do que natural esperar que os endereços fossem duas províncias na China, mas as cartas deverão ser endereçadas para

Schwarzheide, Alemanha, e Harjavalta, Finlândia. O início das operações das duas fábricas está previsto para 2022.

No fim do ano passado a General Motors e sua parceira, a LG Chem, anunciaram planos para produção de células de bateria para veículos elétricos, com investimento de nada menos de US\$ 2,3 bilhões meio a meio. A fábrica de monta-

gem de células de bateria será construída na região de Lordstown, no Nordeste de Ohio, Estados Unidos.

Sozinha a LG Chem já anunciara investimento de € 571 milhões para triplicar, até 2021, a produção de baterias de elétricos na fábrica de Kobierzyce, Polônia, inaugurada em 2018, para atender contrato com a Volkswagen: de 100 mil/ano para 300 mil/ano.

A própria VW revelou, no fim do ano passado, que a fábrica de Chattanooga, no Tennessee, Estados Unidos, que hoje produz Passat e o SUV Atlas, será a partir de 2022 o principal centro de produção de veículos elétricos na América do Norte. E que além da

montagem de automóveis com esta tecnologia a planta terá uma unidade para a produção de baterias para eles.

Investimento: US\$ 800 milhões em parceria com a sul-coreana SKI.

E até uma das maiores empresas chinesas do segmento de baterias, a BYD, já mandou avisar que estuda construir sua primeira fábrica de baterias de células de lítio fora da China: provável local é o Mercosul. A empresa, aliás, acabou de inaugurar uma fábrica de baterias de ferro-lítio para veículos elétricos em Manaus, AM.

DESCENTRALIZAR

São exemplos práticos de um recente movimento observado em termos globais: a descentralização da produção de baterias para veículos elétricos e, em particular, para fora da Ásia.

E isso apesar de a política chinesa de conceder subsídios apenas aos veículos elétricos, dentro de seu mercado, cujas

baterias sejam produzidas na própria China.

É uma questão estratégica que indica ensinamentos colhidos com o tsunami registrado na Ásia em 2004 e, mais recentemente, com o coronavírus: o risco de deixar a produção de determinados componentes totalmente concentrada em uma região, ainda que economicamente muito mais interessante, traz riscos caríssimos que podem, do dia para a noite, interromper linhas de montagem do outro lado do planeta.

É impossível prever quando forças da natureza podem agir, quando acidentes podem acontecer, quando questões de saúde pública globais podem emergir. Isso para não mencionar possíveis transtornos gerados por fatores políticos, econômicos e sociais – ou a mistura deles.

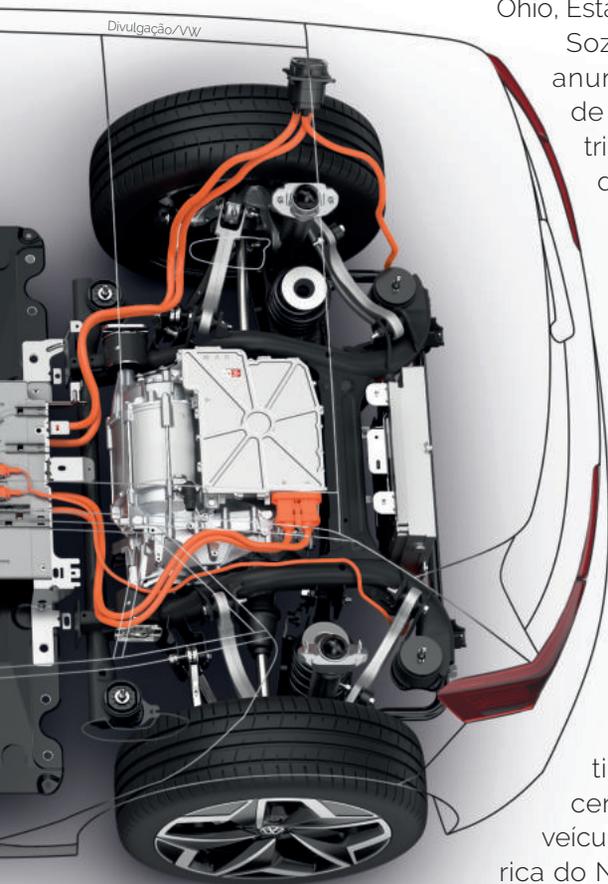
Há, também, uma questão estratégica que ultrapassa os fatores meramente logísticos: o poder da concentração tecnológica, que pode se transformar em fortíssima moeda de troca em qualquer tipo de negociação.

É disso que as fabricantes querem fugir, especialmente dentro de um cenário em que despejam bilhões e bilhões em recursos de olho na virada para o carro elétrico.

"O entendimento é que ninguém quer deixar 100% desse negócio em um único país", confirma Peter Voser, CEO da ABB. "O direcionamento dos negócios está mudando porque os fabricantes de automóveis, caminhões e ônibus manifestaram a intenção de ter mais próxima de suas bases a produção do coração do veículo elétrico."

Para o executivo essa percepção surgiu com um certo atraso porque as fabricantes de veículos precisaram primeiro se dedicar a seus planos de produção dos elétricos, e não necessariamente da bateria, enquanto, ao mesmo tempo, não podiam abandonar seus aportes e negócios com os modelos a combustão. Em suma, em um primeiro momento faltaram braços e recursos: não dava para fazer tudo ao mesmo tempo agora.

Aparentemente essa primeira fase já passou, ao menos nas matrizes, e agora a



questão do local da produção das baterias tomou forma com maior fôlego.

"As fábricas na Finlândia e na Alemanha oferecerão aos nossos clientes o acesso confiável a materiais sob medida", atesta Peter Schuhmacher, presidente da divisão de catalisadores da Basf. "E próximo às instalações europeias de fabricação de veículos elétricos."

RESPOSTA EUROPEIA

A maior ação prática envolvendo a produção de baterias para elétricos fora da Ásia veio da União Europeia, que em dezembro aprovou o uso de € 3,2 bilhões dentro do IPCEI, sigla para Important Project of Common European Interest, assinado por Alemanha, Bélgica, Finlândia, França, Itália, Polônia e Suécia. Os recursos, públicos, serão destinados ao "desenvolvimento e inovação dentro da área de baterias, considerada como prioritária", segundo comunicado.

O bloco acredita que a iniciativa destrave outros € 5 bilhões em investimentos privados de dezessete empresas – o da Basf já se beneficia da medida. O prazo final estipulado para concretização das ações é 2031.

Para Margrethe Vestager, vice-presi-

dente executiva da comissão Adequação Europeia à Idade Digital, "a produção de baterias na Europa é de interesse estratégico para nossa economia e sociedade, devido ao seu potencial em termos de mobilidade e energia limpas, criação de empregos, sustentabilidade e competitividade".

Ela acrescenta que "importantes projetos de interesse europeu comum facilitam o caminho para que autoridades públicas e indústrias de vários estados-membros se reúnam e desenhem projetos ambiciosos de inovação com efeitos positivos em todos os setores e regiões industriais. O auxílio aprovado agora garantirá ainda que este importante projeto possa prosseguir sem distorcer indevidamente a concorrência".

Maroš Šefčovič, vice-presidente de relações inter-institucionais, completa: "Graças aos intensos esforços está emergindo o primeiro grande ecossistema europeu de baterias da Europa, com projetos líderes em todos os segmentos desta cadeia de valor estratégico. Encontramos a receita certa para nossa política industrial do século 21: forte cooperação dos atores industriais, ação orquestrada para acelerar a inovação para o mercado e instrumentos financeiros combinados dos setores público e privado para apoiar uma economia europeia baseada em um conhecimento mais forte".

Thomas Bareiss, vice-ministro da Economia da Alemanha, foi mais direto. Para ele "se deixarmos a China como a dona das baterias perderemos o coração dos carros elétricos. Não sei se é a melhor abordagem para a nossa indústria automotiva". E complementou: "Isso diz respeito a continuarmos nesse jogo representando papel de protagonismo nessa tecnologia, que é crítica".

Do bolo total a Alemanha terá a maior parcela, € 1 bilhão 250 milhões. A França terá € 960 milhões, a Itália € 570 milhões, a Polônia € 240 milhões, Bélgica € 80 milhões, Suécia € 50 milhões e Finlândia € 30 milhões.

Na lista das participantes estão em-



Divulgação/SKI

A General Motors da CEO Mary Barra (*foto abaixo*) quer transformar Ohio, nos Estados Unidos, em um centro produtor de veículos elétricos e suas baterias. E para isso já conseguiu uma parceira, a LG Chem.



Divulgação/GM

presas como BMW, Solvay e Umicore, além da Basf.

TAMBÉM NOS ESTADOS UNIDOS

Por seu lado os estadunidenses abraçam maneira de fazer semelhante. Para Mary Barra, presidente e CEO da General Motors, o acordo com a LG fará com que "Ohio e sua força de trabalho altamente qualificada desempenhem papel fundamental em nossa jornada em direção a um mundo com zero emissão".

A empresa, anteriormente, anunciara investimento de U\$ 28 milhões em um laboratório de baterias em Warren, Michigan. E também a venda da fábrica de Lordstown, igualmente em Ohio, antiga

produtora de Cruze e fechada em 2018, à desconhecida startup Lordstown Motors, que pretende fazer ali picapes elétricas.

A própria GM, aliás, tem planos de lançar uma nova picape 100% movida a eletricidade em 2021.

A Bosch e a Tesla, em parceria com a Panasonic, também tem fábricas de baterias nos Estados Unidos.

ASKI, por seu lado, além da fábrica em parceria com a Volkswagen no Tennessee, já avisou que tem planos de construir uma terceira fábrica por lá, na Geórgia, mesmo Estado no qual já constrói uma unidade para este fim: as obras começaram em 2019 e a inauguração está agendada para meados de 2021. ■



A PORTAS FECHADAS
 Cancelamento do Salão de Genebra criou situação inédita: evento do Carro do Ano na Europa foi realizado sem ninguém e transmitido ao vivo pela internet

Divulgação/COY

De carona no vírus

Coronavírus causa estragos também no setor automotivo: eventos importantes cancelados, fábricas paradas, previsão global de produção em baixa.

Além da lamentável perda de vidas o coronavírus, ou Covid-19, como foi oficialmente denominado, já mostrou forte potencial para causar diversos estragos no setor automotivo em termos globais.

Em relação a eventos três já foram cancelados ou postergados por conta do coronavírus: o Salão de Pequim, na China, o Taipei Ampa, feira de autopeças em Taiwan, e o Salão de Genebra, na Suíça.

O primeiro a sucumbir foi o Beijing Auto Show, que faz parte do calendário da Oica e aconteceria no China International Exhi-

bition Center, CIEC, de 21 a 30 de abril. Oficialmente o evento foi apenas adiado, mas nenhuma nova data de realização foi anunciada.

Nota oficial dos organizadores afirmou que "com base na nova situação epidêmica do coronavírus o governo de Pequim impôs mecanismos de resposta do mais alto nível para as principais emergências de saúde pública. Para garantir a saúde e a segurança dos expositores e participantes, nós, em nome do comitê organizador da exposição internacional de automóveis de Pequim 2020, decidimos adiar o evento.

Monitoraremos a situação de perto e informaremos sobre o progresso da organização do evento em tempo hábil".

O GP da China de Fórmula 1, que aconteceria em 19 de abril no Circuito Internacional de Xangai, havia sido adiado pouco antes. Também não há nova data definida: "Assim que possível", declarou a empresa promotora da categoria em nota oficial.

Depois foi a vez da Tapei Ampa, feira de autopeças que acontece simultaneamente às mostras Autotronics Taipei e Motorcycle Taiwan. Originalmente agendadas para 15 a 18 de abril foram transferidas para 21 a 24 de outubro.

Mas o maior baque foi certamente o cancelamento definitivo do Salão de Genebra, previsto para os dias 5 a 15 de março. Apenas três dias antes da abertura para a imprensa veio a notícia, no rescaldo de decisão federal suíça de proibir eventos que reunissem mais de 1 mil pessoas.

"Lamentamos esta situação, mas a saú-

de de todos os participantes é a principal prioridade dos expositores. Este é um caso de força maior e uma tremenda perda para os fabricantes que investiram massivamente em sua presença em Genebra. No entanto, estamos convencidos de que eles entenderão essa decisão", afirmou em nota Maurice Turrettini, presidente do Conselho da Fundação que gere o evento.

Segundo os organizadores a construção dos estandes estava quase completa. "Uma semana antes da decisão não havia nada que sugerisse que tal medida fosse necessária. A situação mudou com o surgimento das primeiras doenças confirmadas por coronavírus no país", diz a nota oficial, complementando ainda que "as conseqüências financeiras para todos os envolvidos no evento são significativas e precisarão ser avaliadas nas próximas semanas. Uma coisa é certa: os ingressos já comprados para o evento serão reembolsados".

AGÊNCIA AUTODATA DE NOTÍCIAS

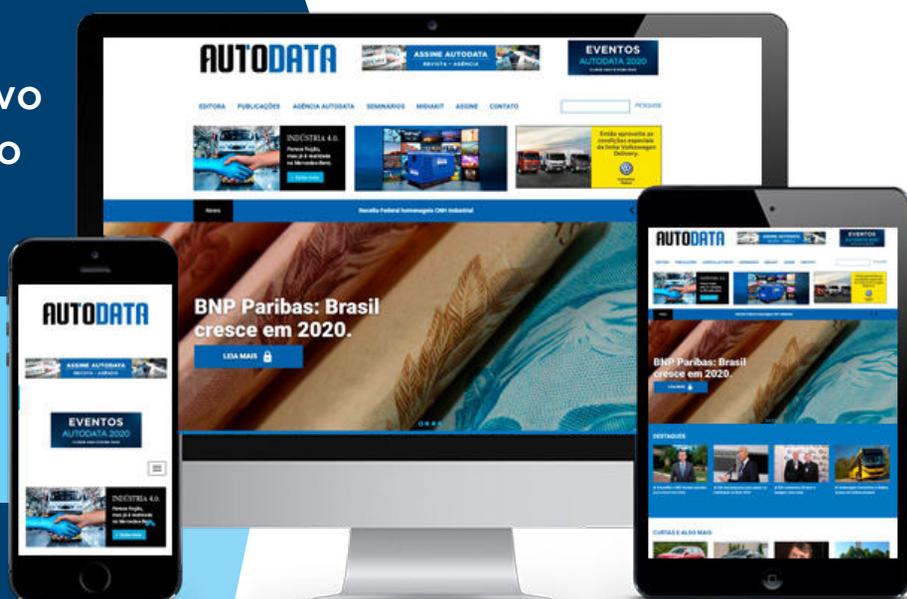
O MAIS COMPLETO INFORMATIVO
DIÁRIO DO SETOR AUTOMOTIVO
POR APENAS R\$ 9,90/MÊS.

PARA ASSINAR, LIGUE:

(11) 5189-8900

OU

www.autodata.com.br/assinatura



Agência
AutoData

A organização do evento afirmou ainda não dispor de datas alternativas para realização do salão e daí o seu cancelamento definitivo.

Diante da situação houve caso inédito: as coletivas de imprensa das fabricantes previstas para o salão foram realizadas a portas fechadas, sem a presença física de jornalistas, e transmitidas ao vivo pela internet. Nem mesmo a eleição do Carro do Ano deixou de ser realizada, nas mesmas circunstâncias: ganhou o novo Peugeot 208, batendo Tesla Model 3, Porsche Taycan, Renault Clio, Ford Puma, Toyota Corolla e BMW Série 1.

O representante do júri, Frank Janssen, da revista alemã Stern, avisou o representante do vencedor, Jean-Philippe Imparato, vice-presidente executivo da marca Peugeot, por vídeo conferência, também ao vivo – o executivo estava na Inglaterra.

PEÇAS, SEMPRE ELAS

Outra grande encrenca ligada diretamente ao coronavírus é, naturalmente, a falta de peças que deveriam sair da China para abastecer algumas linhas de montagem pelo mundo mas, notadamente, na Ásia. Com a interrupção do fluxo normal de trabalho em cidades chinesas por conta do vírus as entregas deixaram de ser feitas, causando reação em cadeia.

Honda, Hyundai, Nissan e Toyota foram as primeiras a registrar interrupção na produção de veículos decorrente da falta de componentes importados da China.

O outro lado desta moeda é que a interrupção da circulação normal de pessoas teve impacto relevante também nas vendas de veículos na China.

O mesmo certamente ocorrerá nos futuros relatórios dos resultados de varejo do setor na Itália.

Antecipando estes fatos, relatório distribuído pela agência de classificação de riscos Moody's ainda no final de fevereiro projetou queda de 2,5% nas vendas globais de automóveis em 2020, após um recuo de 4,6% no ano passado, devido ao coronavírus.

"É uma redução superior à queda de 0,9% que projetávamos inicialmente para o ano", atestou, em comunicado, Falk Fery, vice-presidente da Moody's. "As vendas se recuperarão apenas modestamente em 2021, com crescimento de 1,5%."

Antes do vírus começar a se espalhar a agência esperava 1% de crescimento nas vendas da China, índice revisto agora para queda de 2,9%. Nos Estados Unidos, diz a Moody's, haverá estabilidade, enquanto na Europa as vendas recuarão depois de uma demanda maior do que a projetada no fim de 2019. ■

Coronavírus no ABC

No Brasil, pelo menos por enquanto, não há impactos diretos relacionados ao coronavírus na produção e vendas de veículos. Mas uma primeira consequência, ainda que bastante indireta, já foi registrada no ABC.

Segundo Wagner Santana, o Wagnão, presidente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, o momento é de espera

para que o tema do vírus perca força para, assim, crescerem as possibilidades de venda da fábrica da Ford no Taboão, em São Bernardo do Campo, para alguma fabricante de origem chinesa.

"Depois que a Caoa desistiu do negócio os ânimos arrefeceram", relatou o presidente do sindicato. "Voltamos a acreditar em

um desfecho rápido com o anúncio da BYD, mas logo na sequência, para o nosso azar, surgiram as primeiras notícias a respeito do vírus na China. Como as empresas interessadas são chinesas, acreditamos que eles tenham outras prioridades no momento." Só resta, assim, agora, esperar. E torcer.

AUTO DATA

Empresarial

60

NEO PARTS

Fruto da parceria entre Neo Rodas e Grupo <a>, nova empresa chega para suprir demandas específicas do setor automotivo



NEO PARTS CHEGA COM FORÇA E FOCO

Nova empresa de importação e comercialização de peças vai atender com máxima qualidade demandas e nichos específicos do mercado automotivo sul-americano

Depois de parceria firmada no final do ano passado entre a Neo Rodas, uma das mais jovens e inovadoras fabricantes de rodas do Brasil, e o Grupo <a>, tradicional fabricante de autopeças e rodas da Colômbia, as duas empresas lançam agora, a Neo Parts, empresa com sede no Brasil e que passa a distribuir os produtos de todas as linhas para automóveis de passeio, veículos comerciais, caminhões, ônibus, carretas e motocicletas, entre outros, tanto para as montadoras como para o mercado de reposição.

A Neo Parts vai comercializar, inicialmente para os países do Mercosul, diversos componentes produzidos pelas empresas do Grupo <a>, além das rodas de aço (Cofre) e de alumínio (Madeal): amortecedores (G-Control), pastilhas e lonas de freio (Incolbest), molas de suspensão planas e helicoidais (Imal), embreagens (BMB) e diversos componentes para aplicação agrícola (Bonem).

As empresas do Grupo <a> possuem larga experiência no mercado automotivo leve e pesado (algumas com mais de 60 anos de atuação), com fornecimentos a várias montadoras da região andina, além de forte atuação no mercado de reposição na América Latina e nos Estados Unidos. Diversas fábricas do grupo foram premiadas por montadoras tradicionais como GM, Renault e Hino por oferecer produtos de mais alta qualidade. Ao todo, são 10 plantas que contam com instalações completas: engenharia, laboratórios e



Neo Parts: componentes de alta qualidade para a indústria automotiva.



certificações próprias. Estas plantas terão a presença local reforçada pela equipe técnica e comercial da Neo Parts.

Apresentada conceitualmente no Congresso SAE Brasil, que aconteceu em outubro do ano passado, o lançamento da Neo Parts demandou profundo estudo do mercado latino-americano de autopeças. “Concluimos que diversos setores deste mercado têm demandas muito específicas, além disso há nichos que não são atendidos pelos fabricantes tradicionais seja por questão de volume ou, ainda, políticas comerciais”, diz Murillo Di Cicco, diretor de novos negócios da Neo Parts. “Vamos atuar nesses nichos oferecendo alta qualidade, confiabilidade, excelência em serviços e logística e, sobretudo, preços competitivos”.

De acordo com Di Cicco, a Neo Parts está em conversas avançadas com cinco montadoras do Brasil e ao menos 10 outras empresas do setor para a confirmação de novos negócios. Segundo o executivo, “o projeto

possui enorme potencial, mas existe uma fase de maturação relativamente longa, que envolve além da apresentação das empresas e negociações comerciais, todo o processo de validação junto às montadoras, que inclui auditorias das unidades produtivas e validação com o Inmetro, como é o caso de alguns itens de segurança”.

Di Cicco diz que deve ser feito todo o planejamento logístico para cada produto que inclui, também, a regulação de estoques. “Quando saímos do mercado puramente OEM e partimos para o mercado de reposição, as variáveis se multiplicam”.

A Neo Parts contará com estrutura específica em Itupeva, SP, incluindo um centro de armazenagem e distribuição dos produtos, sendo que a operação e seus resultados serão independentes da Neo Rodas, com gestão própria do ponto de vista empresarial e comercial, com o compartilhamento de alguns serviços administrativos como controladoria, jurídico e recursos humanos. ◀

HYUNDAI EXPORTA NOVO HB20 PARA PARAGUAI E URUGUAI

Concessionárias Hyundai do Paraguai e do Uruguai começaram a receber as primeiras unidades da nova geração da família HB20 produzidas em Piracicaba, SP. Segundo a companhia 5% do volume – em torno de 5 a 10 mil unidades

– de veículos montados na fábrica têm como destino a exportação. Para estes dois países a Hyundai desenvolveu uma cor exclusiva, a vermelho magic, que se junta às demais ofertadas no mercado brasileiro. No Paraguai haverá

configuração única do HB20 e três versões do HB20S, e no Uruguai serão três as versões do hatch e três do sedã. Além do HB20 para Paraguai e Uruguai, a Hyundai exporta o Creta para os dois países e para a Colômbia.

VW CONFIRMA INVESTIMENTO NA ARGENTINA

Na presença do novo presidente argentino, Alberto Fernandez, o Grupo Volkswagen confirmou investimento de US\$ 800 milhões no país vizinho. O valor inclui US\$ 650 milhões que serão aplicados na modernização da linha de Pacheco para receber a produção do projeto Tarek, um modelo SUV, e na construção de uma nova área de pintura, e US\$ 150 milhões no aprimoramento da produção de caixas de câmbio na unidade de Córdoba.

MWM EXPANDE PARCERIA COM STARA

A MWM anunciou expansão de sua parceria mantida com a Stara, fabricante de equipamentos agrícolas. A empresa fornecerá os motores Série 12 4.12 TCE, de 180 cv para aplicação em pulverizadores autopropelidos, e o Imperador 2000, para semeadores pneumáticos. Segundo a fabricante de motores, esta ampliação do fornecimento dos motores Série 12 para os pulverizadores Stara reforça parceria de mais de uma década que já existe com este importante cliente.

BRASIL É O SEGUNDO MAIOR MERCADO CHEVROLET

Ao crescer 9,5% no ano passado e somar 475 mil veículos comercializados a Chevrolet registrou, no Brasil, seu segundo maior volume global de vendas, atrás apenas dos Estados Unidos. O mercado brasileiro subiu um degrau e superou o chinês, que em 2018 havia ficado na segunda

posição. Para o presidente da General Motors Mercosul, Carlos Zarlenga a recuperação do mercado brasileiro ainda está mais lenta do que o desejado, mas o resultado demonstra que "a América do Sul está de volta ao jogo. Desde 2014 estamos realizando investimentos no País que, até 2023, somarão

R\$ 23 bilhões, justamente para trazer segurança, conectividade e design para o nosso cliente no Brasil. Este é o maior aporte de uma empresa do setor no período e nos possibilitou trazer tecnologias inéditas para o país como a conectividade nível 4, com o wi-fi embarcado".

FORD VENDEU QUASE 1,5 MILHÃO DE RANGER E SÉRIE F

A Ford vendeu mais de 1,44 milhão de unidades dos modelos de picapes Série F e Ranger no mundo em 2019. Segundo a companhia, foram vendidas 1,07 milhão de unidades da Série F. A Ranger, por sua vez, registrou volume de vendas de 373 mil uni-

dades. No Brasil, onde introduziu equipamentos exclusivos com o lançamento da linha 2020, a Ranger vendeu 8% mais – comparado a um avanço de 3,6% do segmento – e somou 22,2 mil unidades, seu melhor resultado dos últimos cinco anos, e 16,8% de participa-

ção. Com esse desempenho, o Brasil ficou em quinto lugar dentre os 190 mercados mundiais da Ranger, atrás apenas dos Estados Unidos, onde voltou a ser vendida no final de 2018, depois de oito anos, Tailândia, Austrália e África do Sul.

VWCO INVESTE R\$ 8 MILHÕES EM VINHEDO

A Volkswagen Caminhões e Ônibus anunciou investimento de R\$ 8 milhões para o centro de distribuição de peças de Vinhedo, SP. O valor será aplicado até 2022 para ampliação da área construída em mais de 4 mil m², passando dos atuais 32 mil m² para 36 mil m², em um terreno de 132 mil m², considerado um dos maiores do setor na América Latina. O dinheiro também será aplicado em novos processos que, segundo a companhia, aumentarão a eficiência logística da unidade.

AUDI INVESTE R\$ 10 MILHÕES EM RECARGA

A Audi anunciou investimento de R\$ 10 milhões para colaborar com a ampliação da infraestrutura de recarga de veículos elétricos no Brasil. Para recarregar as baterias dos modelos elétricos previstos para o portfólio local – o primeiro, o SUV e-tron, chega às concessionárias em abril -- serão instalados duzentos pontos de recarga AC, de 22kW, em parceria com a geradora de energia Engie. Alguns locais já foram definidos, como as catorze concessionárias Audi que comercializarão o elétrico. Foram nomeadas revendas em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Distrito Federal, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Os carregadores serão compatíveis com carros de outras marcas com plugue tipo 2, do padrão europeu". Leonardo Serpa, diretor presidente da Engie Soluções, disse que os carregadores de 22kW são os mais potentes já instalados por uma montadora brasileira e conseguem fazer recarga de 100% em três horas.

DAF VENDE SEU CAMINHÃO 8 MIL NO BRASIL

A G.S Logística, transportadora de Dourados, MS, adquiriu o caminhão de número 8 mil da DAF Caminhões Brasil. Um XF 105 6x2 com motor Paccar MX13 de 460cv e cabine Space, vendido pela Caiobá Trucks, concessionária da Capital Campo Grande, simbolizou o marco. Em agosto de 2018 a G.S Logística comprou seu primeiro modelo DAF.

FOTON PRODUZIRÁ CAMINHÕES EM GUAÍBA

A partir de fevereiro os caminhões Foton começarão a ser produzidos, ainda em pré-série, em uma unidade da Gefco em Guaíba, RS – vizinha ao terreno adquirido pela empresa para erguer a sua fábrica. Os veículos começarão a sair de linha para atender ao mercado no começo de março. Inicia-se, assim, uma nova fase da fabricante de origem chinesa no Brasil.

Até o final do ano passado a Foton produzia seus veículos nacionais em parceria com a Agrale, em Caxias do Sul, RS. O custo, porém, estava elevado, segundo a montadora. A Gefco construiu a unidade em Guaíba para atender a fábrica da General Motors em Gravataí, RS, e havia disponível um espaço para abrigar a estrutura da Foton. O convite foi feito, os executivos conheceram as instalações e, após analisar números e possibilidades de cada operação, decidiram mudar para Guaíba.

CUMMINS AUMENTA VENDAS DE REMANUFATURADOS

A Cummins registrou crescimento de 50% nas vendas de motores remanufaturados da marca ReCon, controlada pela companhia, registradas em 2019 na comparação com as realizadas em 2018. A empresa não informou, no entanto, o volume vendido no período. De acordo com a Cummins, nos últimos anos houve expansão do fornecimento do conjunto por meio dos canais de vendas, e a medida refletiu no desempenho comercial. Houve também, segundo a empresa, expansão da produção.

VOLVO CARS: 4 MIL ELÉTRICOS EM 2020.

Junto com o trabalho de ampliar as opções de veículos eletrificados em seu portfólio a Volvo Cars tem meta ousada: pretende que quase metade das suas vendas no mercado brasileiro, em 2020, sejam modelos híbridos ou elétricos. Não será pouca coisa: fechou 2019 com 8 mil modelos vendidos e projeta vender 10 mil este ano. "Seria um novo recorde", disse João Oliveira, diretor geral de operações e de inovação da Volvo Cars para o Brasil. O recorde anterior foi registrado justamente no ano passado.

SHACMAN ENSAIA RETORNO AO BRASIL

Até outubro 109 caminhões pesados Shacman X3000 movidos a GNL, gás natural liquefeito, desembarcarão no Brasil por meio da Alliance GNLog. A operadora foi contratada pelo Golar Power Latam, consórcio que explora a distribuição do gás em cidades da região Nordeste, e assumiu a distribuição local dos caminhões chineses, que no passado esteve na mão de outro grupo. A princípio os caminhões rodarão para levar o combustível a uma futura rede que será construída em parceria com municípios do Maranhão, Piauí e Sergipe.

FCA TEM RESULTADO POSITIVO NA AMÉRICA LATINA

As operações da FCA na América Latina registraram € 501 milhões de lucro EBIT, sigla em inglês para lucros antes dos impostos e juros. A margem chegou a 5,9%, o que a colocou como a segunda região mais lucrativa da companhia, superada apenas pela América do Norte, com € 6,7 bilhões em lucros e 9,1% de margem. "Temos um plano de investimento de R\$ 14 bilhões em andamento e o lucro gerado para o caixa da empresa certamente dá conforto para os nossos acionistas", disse Antonio Filosa, presidente da FCA para a região. "Os demais mercados regionais estão em retração. Apenas Nafta e América Latina cresceram."

HENGST INVESTE R\$ 8,4 MILHÕES EM JOINVILLE

A Hengst, fornecedora de filtros para diversos setores, como o automotivo, aplicará mais R\$ 8,4 milhões na ampliação de sua fábrica de Joinville, SC. O valor se soma a R\$ 6 milhões investidos no ano passado, com o objetivo de aumentar a capacidade de produção em 30%.

Até abril a fábrica da Hengst terá sua área construída ampliada em 4 mil m² e a capacidade produtiva será 30% superior, para atender ao mercado doméstico e a alguns destinos de exportação. Com esse a empresa projeta crescimento de, pelo menos, 22% em 2020, apostando no Brasil e em novos mercados em que começará a operar.

VENDAS DOMÉSTICAS SUSTENTAM CRESCIMENTO DA MARCOPOLO

A Marcopolo fechou 2019 com crescimento de 2,8% com relação ao ano anterior, apurando receita líquida recorde de R\$ 4,3 bilhões.

No mercado interno, a alta foi de 17,6%, para R\$ 2,3 bilhões, representando 52,2% da receita líquida.

Já as exportações recuaram 25,4%, para pouco mais de R\$ 1 bilhão.

As operações localizadas no Exterior também geraram receita líquida de pouco mais de R\$ 1 bilhão, elevação de 13,6%.

O lucro líquido da fabricante de carrocerias de ônibus avançou 11,1%, chegando aos R\$ 212 milhões.

Estes valores tiveram origem na venda de 15 mil 747 ônibus, recuo de 1,3% sobre o ano anterior. Do total, 10 mil 532 foram absorvidos internamente, incremento de 2,9%, enquanto outros 2 mil 881, recuo de 24,1%, tiveram o mercado externo como destino.

CONTINENTAL EXPANDE MOLAS PNEUMÁTICAS

A Continental anunciou que produzirá molas pneumáticas para os mercados brasileiros OEM e de reposição. A companhia deve construir nova edificação para fabricar o componente para aplicação em veículos comerciais. Em comunicado oficial, a empresa, no entanto, ainda não revelou em qual unidade será erguida a nova linha de produção e afirmou somente que a expansão fortalecerá sua presença no mercado brasileiro.

PEUGEOT: PICAPE PARA AMÉRICA LATINA.

Uma picape de 1,2 toneladas de capacidade de carga será lançada pela Peugeot para a América Latina a partir do segundo semestre deste ano. O México será o primeiro país a receber a Landtrek, que depois avançará para Equador, Peru, Guatemala, Panamá, Paraguai, República Dominicana e Uruguai. Brasil, Argentina e Chile receberão a picape em outra etapa. Ainda não foi divulgado o local de produção da Landtrek, mas fontes do mercado indicam que o modelo deverá ser montado no Uruguai, onde o Grupo PSA produz modelos comerciais.



Divulgação/Mercedes-Benz

MERCEDES-BENZ: SCHIEMER

Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil & CEO América Latina, será o sucessor de Ulrich Bastert, chefe mundial de Marketing, Vendas e Serviços ao Cliente da Daimler Buses, que se aposenta após 35 anos no grupo. A partir de 1º. de junho, Schiemer começou carreira na Daimler em 1984 e ocupou diversas funções nas áreas de vendas e gestão de produtos na Alemanha e no Brasil até 1997. Em 2004 retornou ao Brasil para assumir a chefia de vendas. Em 2009 Head de Marketing de Automóveis da Mercedes-Benz em Stuttgart e em 2013 assumiu o cargo atual.



Divulgação/Mercedes-Benz

MERCEDES-BENZ: DEPPEN

Para o lugar de Schiemer como presidente da Mercedes-Benz do Brasil foi apontado Karl Deppen, até então chefe de Controlling na Mercedes-Benz AG. A partir de 1º. de maio. Alemão, Deppen chegou ao Grupo Daimler em 1990 e ocupou diversos cargos nas áreas de RH, compras e logística até 2007. Já morou nos Estados Unidos, Turquia e Japão. De 2011 a 2014 foi responsável pela capacitação de lideranças em todo o mundo na Daimler, antes de assumir o cargo de CFO na Daimler China. Em 2017 assumiu sua posição atual.



Divulgação/Audi

AUDI: CALCAGNOTTO

A Audi do Brasil tem novo diretor de relações institucionais e sustentabilidade: após seis anos afastado da indústria automotiva Antonio Calcagnotto assumiu o cargo na companhia, respondendo ao presidente Johannes Roscheck. Calcagnotto ocupava, desde 2014, o mesmo cargo na Unilever. Antes trabalhou, de 2007 a 2014, nas mesmas funções na Renault-Nissan, quando chegou a ocupar uma das vice-presidências da Anfavea. Passagens anteriores por Marcopolo e Navistar.



Divulgação/VWCO

VWCO: RODRIGUES

Mauricio Rodrigues é o novo vice-presidente e membro do Executive Board responsável por Finanças e TI da Volkswagen Caminhões e Ônibus. Sucede a Paulo Barbosa, que deixou a companhia por vontade própria. 52 anos, atuou em posições executivas na área de Finanças em várias empresas do segmento automotivo como Valeo, Benteler, Magneto Automotive, Keiper e Gestamp.



Divulgação/Nissan

NISSAN: PACHECO

A Nissan do Brasil Automóveis nomeou Marco Aurélio Pacheco para o cargo de diretor de marketing. Mais de 20 anos de experiência nas áreas de marketing, vendas, pós-vendas e operações. Nos últimos três anos liderou a operação brasileira da Ituran Road Track.



Divulgação/Citroen

VOLVO CAR: OLIVEIRA

João Oliveira voltou a trabalhar na Volvo Car no Brasil como diretor geral de operações e inovações. O executivo trabalhou mais de dezesseis anos na empresa, saiu no ano passado para a Citroën e agora retornou.

“Rota 2030? Não conheço.”

De deputado federal autor de Projeto de Lei que isenta veículos elétricos de imposto de importação e IPI

850

estações de carregamento de veículos elétricos serão instaladas na fábrica da FCA em Turim, na Itália, sendo 750 no estacionamento de funcionários. Serão alimentadas por células fotovoltaicas instaladas no telhado da planta.

“O juro um pouco mais baixo é bom para todo mundo.
E ao mesmo tempo câmbio um pouquinho mais alto é bom para todo mundo.”

Paulo Guedes, ministro da Economia

20 000 000

é o total acumulado de motores produzidos pela Volkswagen no Brasil de 1974 a fevereiro de 2020.

28

unidades de modelos McLaren foram vendidos no Brasil em 2019.

40%

foi o aumento de vendas de veículos customizados da VWCO em 2019 ante 2018. Participação saltou para 27% da produção total de Resende, RJ, ante 22% no ano anterior.

1 412

obras públicas no Estado de São Paulo têm falhas em seu cronograma, aponta o Tribunal de Contas estadual: 716 estão paralisadas e 696 atrasadas.

19%

foi a queda das vendas no mercado chinês em janeiro no comparativo anual, causada em boa parte pelos impactos relacionados ao coronavírus.

“Vender carros começou a ficar mais difícil do que fabricá-los.”

De editorial da Bloomberg China a respeito da situação daquele mercado em 2020

POTÊNCIA PARA UM MUNDO MAIS LIMPO

A Cummins tem uma gama de motores com o melhor desempenho, eficiência e economia. De olho no futuro, oferece soluções Euro VI com emissões quase zero já pensadas, adaptadas e testadas para as nossas estradas. Alta performance e tecnologia mais limpa. A Cummins tem a solução certa para o seu negócio!



ALWAYS ON

 /cumminsbrasil

0800 286 6467

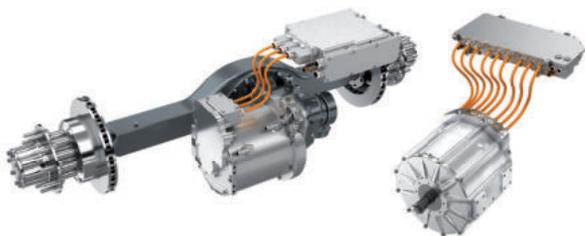
 /cumminsbrasil

cummins.com.br



LIGADOS NA e-MOBILIDADE

**Dana.
Paixão e excelência,
as forças que movem
a energia à frente.**



A liderança global no fornecimento de sistemas de transmissão e de propulsão possibilita que a Dana seja, hoje, a única indústria com capacidade de produzir todos os componentes básicos de um sistema de e-Drive completo e totalmente integrado. São mais de 20 anos de experiência em eletrificação e inovação em mecatrônica, somados ao compromisso com a engenharia de excelência e à paixão por inovação, para oferecer soluções que garantam seu sucesso nesta nova era.

