

AUTO DATA

From the Top

ESPECIAL:
A mensagem dos
líderes mundiais

Nivus, o VW nacional trilíngue



**FÁBRICAS DE RENAULT E NISSAN
NO BRASIL FARÃO MODELOS
DAS DUAS MARCAS**

**A INCRÍVEL SEMELHANÇA
DOS CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS
COM O DUDU DO POPEYE**

**PESQUISA INÉDITA ANALISA
O PERFIL DO CONSUMIDOR
BRASILEIRO PÓS-PANDEMIA**



Caminhões e Ônibus



Imagens meramente ilustrativas.

Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

www.vwco.com.br. Oferta válida de 1/6/2020 a 30/6/2020 ou enquanto durarem os estoques nas Concessionárias Volkswagen Caminhões, custo de frete incluso. Plano "Supervalorização do seu usado": na aquisição de um veículo zero-quilômetro, o adquirente poderá entregar o seu veículo usado* como parte do pagamento da entrada, havendo a aplicação de 1% até 10%** na valorização do veículo usado da marca TGX, Volkswagen e de outras marcas. Esta oferta é válida somente para a aquisição dos caminhões TGX 28.440 (6x2) e 29.480 (6x4), zero-quilômetro, ano/modelo, 2019/2019, 2019/2020 e 2020/2020. A avaliação do veículo usado é de responsabilidade de cada Concessionária e os valores de avaliação podem variar conforme a marca, modelo, opcionais e estado geral do veículo usado, cujo valor de avaliação não está vinculado à Tabela Molicar. O caminhão usado deve ser de propriedade do cliente, estar com toda a documentação regularizada e em bom estado de conservação. Na aquisição do veículo zero-quilômetro TGX 28.440 (6x2) e 29.480 (6x4), há a possibilidade de Financiamento pela Volkswagen Financial Services, operado pelo Banco Volkswagen com 0% de entrada, primeira prestação com vencimento em até 30 (trinta), 90 (noventa) ou 180 (cento e oitenta) dias. Taxa de juros de 1,09% a.m. e 13,89% a.a para financiamento em 60 meses. O CET das operações será calculado e informado previamente à contratação. Capitalização de juros mensal. Tarifa de cadastro inclusa no cálculo das prestações e no CET. Os custos de registro de contrato serão aplicados de acordo com o DETRAN de cada Estado ou autoridade estadual competente para a realização do registro. A critério do cliente, no caso de inclusão dos custos de registro de

MAN TGX

| Sem entrada

| Supervalorização
do seu usado

| 1ª parcela só daqui
a 6 meses

| Financiamento
em até 60 meses



THE LOGISTICS FLOW.

www.vwco.com.br

contrato e demais despesas decorrentes deste no financiamento, os valores deverão compor o CET e serão informados ao cliente previamente à contratação. Antes de contratar o crédito, escolha o tipo mais adequado ao seu objetivo. Condições válidas para as cores metalizadas e sólidas, exceto a cor branca. Para mais informações, consulte uma Concessionária Volkswagen Caminhões Autorizada. Crédito sujeito à aprovação. Na aquisição de caminhões MAN TGX adquiridos no mês de junho de 2020, via estoque dos Concessionários, o cliente adquirente terá direito ao Plano de Manutenção MAN Service modalidade PRIMESERV ("Plano de Manutenção"), aplicável para o respectivo veículo adquirido, pelo período de 3 anos ou 300.000 km (prevalecendo o que ocorrer primeiro). Para a utilização e permanência no Plano de Manutenção objeto desta promoção, é necessário que o Cliente cumpra integralmente as condições especificadas no site da VWCO (vwco.com.br) e demais condições informadas pela concessionária. Para mais informações sobre as condições e características do Plano de Manutenção, acesse: <https://www.vwco.com.br/produtos-man/contrato-manutencao>. SAC: 0800 770 1926. Acesso às pessoas com deficiência auditiva ou de fala: 0800 770 1935. Ouvidoria: 0800 701 2834. *Válido para caminhões e furgões usados, a partir de 2,5 toneladas, com no mínimo 1 ano e no máximo 20 anos de uso; não serão aceitos implementos. Não serão aceitos caminhões usados que já tenham sido beneficiados nos Planos de "Supervalorização do seu Usado" anteriores. **A participação no Plano "Supervalorização do seu Usado" é facultativa ao Concessionário, portanto consulte a Concessionária mais próxima e verifique se essa é participante da campanha.

MERCADO PESQUISA	18	Pesquisa inédita indica que uso de carro próprio no cenário pós-covid-19 ganhará força também no Brasil
MONTADORAS ESTRATÉGIA	24	Tudo novo para a Aliança Renault Nissan Mitsubishi no mundo. E muda tudo para Renault e Nissan no Brasil também.
LANÇAMENTO VOLKSWAGEN	28	Novo 'SUV-cupê' já é produzido na Anchieta para mercado nacional. Ainda este ano chega à Argentina e em um ano será fabricado na Espanha.
CONJUNTURA TRIBUTAÇÃO	32	De onde vêm e como funcionam os créditos tributários aos quais a indústria jura que tem direito – e que nem o próprio governo aceita como garantia
MERCADO FROTISTAS	36	Fiel da balança do mercado dos últimos anos, locadoras tendem a reduzir volume de compras de veículos 0 KM até o fim do ano
CONJUNTURA MARCOS REGULATÓRIOS	40	Setor automotivo se movimenta para adiar os termos do Rota 2030 que ele mesmo tanto se esforçou para que fossem colocadas em prática

AUTODATA
Empresarial

43 FORD

Nova Ranger eleva participação da Ford no segmento de picapes médias no Brasil

46 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

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

51 AGÊNCIA AUTODATA GENTE

6

LENTEs

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

10

FROM THE TOP

Especial mostra a palavra de grandes líderes automotivos globais a partir das matrizes

52

FIM DE PAPO

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

Obrigado, JLV

Por Marcos Rozen, editor

José Luiz Vieira, mais conhecido como JLV, também apelidado Zé-Buick, Thelma e Louise e outros, era um sujeito de hábitos um tanto peculiares, especialmente no ramo da alimentação. Seu prato predileto era ovos fritos com açúcar. Ao almoçar e jantar, tomava leite acompanhando as refeições. E por aí vai.

Seria o suficiente para que ele fosse conhecido no meio jornalístico automotivo, mas esta era apenas uma característica folclórica. Seu verdadeiro reconhecimento estava no altíssimo nível do embasamento técnico, fruto de formação de engenheiro automotivo nos Estados Unidos, e por sua vasta experiência como jornalista, de carreira iniciada na Revista de Automóveis ainda nos anos 50 – quando Autoesporte e Quatro Rodas sequer existiam.

A essa bagagem se somava uma simpatia tremenda, que sempre resultava em uma conversa fácil e leve, mas que nem por isso deixava de ser franca.

JLV dirigiu de tudo na vida e conseguia trazer para as páginas da sua Motor 3, uma obra de arte em forma de revista, um sentimento apaixonante sobre determinado carro, fosse ele a coisa mais moderna ou mais antiga do mundo. Era um mestre em retratar as sensações ao volante, da estrada, do clima, da velocidade alcançada, fosse muita ou baixíssima, por meio da escrita.

Graças a ele descobrimos o que era um DeLorean DMC-12 muito antes de De Volta Para o Futuro. Conhecemos Duesenbergs, Pontiacs, Talbots, Sciroccos, carros alemães, japoneses, a turbina, artesanais, superesportivos, de competição, de teste, protótipos, coisas estranhas. Sempre com o mesmo doce tempero, sabor: o da paixão, pura e simples, pelos carros. Pela indústria.

Para além de todos os seus textos, revistas e até enciclopédias que nos deixou o JLV, que não mais temos o prazer de desfrutar da companhia e conhecimento desde 19 de maio, depois de 88 anos, seu maior legado é esse: mostrar o quanto a paixão pelo tema automóvel e tudo que gravita ao seu redor não pode, e nem deve, ser esquecida. Apesar dos números, apesar da racionalidade, apesar das questões corporativas, apesar dos prazos, apesar das rasteiras, apesar da situação, apesar do salário, apesar da covid-19. Para estar nessa indústria é preciso, antes de tudo, admirá-la. Se você não pensa assim, está no ramo errado.

Em nome de um trabalho realmente digno de ser inesquecível e admirado por todos, por muitos anos, esse é o único caminho. Obrigado, JLV, por nos lembrar disso. Obrigado.



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 **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto Divulgação/Volkswagen **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 Melkunus, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **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

ENSINAR E APRENDER

Mais de cinquenta anos atrás um querido amigo, geneticista de profissão e engenheiro agrônomo de formação, Warwick Estevam Kerr, que pelo melhor interesse da ciência importou para Rio Claro, SP, as abelhas africanas, me escrevia dizendo que as prisões políticas eram local de ensino, de um lado, e de aprendizado, de outro. Citava como exemplo os campos de concentração dos nazistas onde, a par do trabalho escravo e do zyklon B, os presos desenvolviam intenso programa de aulas multidisciplinares. Músicos ensinavam música para leigos e, principalmente, para outros músicos – e assim o faziam professores e cientistas, marceneiros, peleteiros, ourives e carpinteiros. Falsários. De acordo com o saudoso Kerr é absolutamente compreensível o crescimento da importância exponencial das ciências a partir de 1945, quando milhares de profissionais deixaram seus infernos e voltaram à ativa em laboratórios e em salas de aula e de pesquisa. E de espionagem.

ENSINAR E APRENDER 2

Essa lembrança, do professor Kerr, me voltou agora, nesses dias da covid-19 e da clausura forçada. Pesquisarei o assunto e voltarei a ele se descobrir que gente da indústria de veículos se juntou, nesses dias, para ensinar e para aprender – para, juntos, compreenderem melhor. Pois é o que ele certamente teria feito, e incentivado, se estivesse conosco.

ROCHA ACIMA

Compra, venda, fusão e incorporação de empresas são termos que estiveram muito em voga, inclusive no setor de veículos, em tempos nem tão distantes como os das primeiras edições de AutoData, que completará 28 anos em outubro. Pois a AutoData Editora surgiu exatamente no olho daquele furacão conhecido como globalização e dentre um de nossos vários orgulhos está o fato de termos sido dos primeiros a debulhar o assunto para nossos leitores. De neoliberais a liberais puro-sangue, passando por marxistas, como o historiador e cientista social Jacob Gorender, **AutoData** ouviu de tudo para melhor compreender aquilo que seria uma onda econômica avassaladora na qual avoajamos até agora. Mas hoje, quase trinta anos depois, o próprio conceito de globalização parece ter perdido espaço substancial por causa da pandemia e cooperação é a palavra da moda por meio de joint-ventures.

ROCHA ACIMA 2

A propósito dessa ideia, cooperação, a coluna AutoData, publicada semanalmente no portal UOL, postou recentemente instigante nota sobre atuais parcerias globais tendo a Ford como agente – com a Volkswagen, por exemplo, mantém uma com foco em veículos comerciais – e destacando uma delas, muito pouco conhecida, com a indiana Mahindra. A Mahindra apenas concentrará todo o desenvolvimento de engenharia, produtos e serviços para mercados emergentes, exatamente onde um certo Brasil está assinalado. Talvez seja essa a primeira notícia concreta sobre o que o grande capital reserva para o País desde que a Ford desativou a fábrica do Taboão.

**Por Vicente Alessi, filho**

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



ROCHA ACIMA 3

O que entusiasma executivos da Ford como os dois Jim, Hackett e Farley, CEO e COO, com o potencial de negócios com a Mahindra são a redução de custos de engenharia e a escala de produção na Índia. Na ponta última da equação está o resultado, que eles apostam seja eficiência e lucratividade. Um dos slides da apresentação, feita a investidores do Deutsche Bank, dizia algo como "nossa ambição é ir além de compartilhar plataformas de veículos". Ou algo muito ambicioso mesmo: Jim e Jim expuseram seu conceito de que equipes locais conhecedoras de mercados emergentes e de altos padrões de engenharia serão essenciais para... reduzir sua necessidade de investimento em... mercados emergentes. E também lembraram o potencial, grande, nesse intercâmbio com a Mahindra, para criar novos serviços de mobilidade específicos para consumidores de... mercados emergentes.

ROCHA ACIMA 4

Os investidores do Deutsche Bank ouviram falar um pouco mais de América do Sul: a Ford ainda redesenha seu modelo de negócios na região e dá atenção especial ao impacto da covid-19 no Brasil. A dupla Jim e Jim mostrou que a nova geração da F-150 será vendida na América do Sul assim como um SUV inédito mais urbano do que off-road, para a região. E descreveu, na sua parceria com a Volkswagen, que um programa conjunto aumentará a capacidade de financiamento para tecnologias de nova geração e de aprimoramento de novos produtos. Sobre a produção conjunta de Ranger e Amarok nem um pio. O acordo de cooperação com a Mahindra é de outubro do ano passado: Ford tem 49%, Mahindra detém o controle e duas unidades produtivas Ford foram agregadas à joint-venture.

ROCHA ACIMA 5

São todas, essas, muito boas notícias para a Índia. Se mais empresas prestarem atenção à atitude da Ford no Brasil e na Argentina e reconhecerem que, afinal, fazem sentido, lá vai o mundo automotivo nacional escalar pedras novamente, refazendo o caminho dos pioneiros.

AutoData

Seminários



AGENDA 2020
SEMINÁRIOS E WORKSHOPS
AUTODATA



▶ **WORKSHOP AUTODATA
PERSPECTIVAS ÔNIBUS**

JULHO

▶ **2º CONGRESSO DE NEGÓCIOS DA INDÚSTRIA
AUTOMOTIVA LATINO-AMERICANA**

AGOSTO

▶ **WORKSHOP AUTODATA PERSPECTIVAS CAMINHÕES**

SETEMBRO

▶ **CONGRESSO AUTODATA PERSPECTIVAS 2021**

OUTUBRO

PROGRAMME-SE!

WWW.AUTODATA.COM.BR



Quem fala são os grandes líderes

Em um momento inédito e seríssimo de crise, em particular esta, nunca vivida e experimentada, conferir o que os líderes têm a dizer pode ser considerada como boa e primeira iniciativa antes de qualquer decisão. Se estes líderes forem globais, de dentro dos boards das empresas

em suas matrizes, um tanto melhor.

Por isso **AutoData** compilou para esta edição alguns relatos de executivas e executivos internacionais, publicados pela imprensa estrangeira, sobre a pandemia de coronavírus e suas consequências para a indústria automotiva.

Além de uma importante e vá-

lida referência acreditamos que a iniciativa possa servir de exemplo a alguns de nossos líderes, os brasileiros, que, apesar da gravidade da situação e da necessidade, preferem a comodidade do silêncio e dos recados padronizados via assessoria de imprensa. Boa leitura.

Como será a indústria automotiva pós-pandemia?

Marry Barra, CEO General Motors: Fizemos um grande esforço para resguardar o caixa durante o período de paralisação da produção. A pandemia nos deu a oportunidade de reavaliar todas as nossas despesas e eliminar processos redundantes. Descobrimos que conseguimos fazer determinados processos de maneira mais eficiente e que, até mesmo, em alguns casos inexistia a necessidade de fazê-los. Assim conseguimos cortar custos de forma significativa e estamos sendo bastante conservadores no que diz respeito a agregar novos custos. Acredito que sairemos disso com uma estrutura de custos mais reduzida, que será permanente. Isso poderá incluir uma redução no número de plataformas e de sua complexidade. *(Via Reuters)*

Ola Källenius, diretor executivo da Daimler: Eu não chegaria tão rapidamente à conclusão de que a cadeia de suprimentos será necessariamente regionalizada a partir de agora. A globalização que alcan-

çamos nos últimos vinte anos propiciou enormes ganhos de competitividade e seria um equívoco voltar atrás nessa escolha. *(Via New York Times)*

Fu Binfeng, presidente da Oica: É a pior crise da história para a indústria automotiva. As várias associações nacionais da indústria automobilística, integrantes da Oica, estão estreitamente engajadas em um diálogo construtivo com suas respectivas autoridades e parceiros para amenizar o impacto dessa crise e garantir uma rápida recuperação do setor, que é um dos principais contribuintes para a economia e o bem-estar mundiais. Não tenho dúvidas de que a indústria automobilística mundial, como já fez muitas vezes no passado, provará sua importância, sua força e sua resiliência. *(Via AP)*

Clotilde Delbos, CEO interina da Renault: A mentalidade mudou completamente. A linha anterior era a de pensar excessivamente e somente em volumes, vendas, ser a primeira do ranking. Pensamos grande demais em vendas. Não queremos es-



Divulgação/GM

tar no topo do mundo, e o que queremos é uma empresa sustentável e lucrativa. Vamos voltar ao básico, reduzindo o excesso de despesas. *(Via Bloomberg)*

Makoto Uchida, CEO da Nissan: Neste momento é difícil dizer o que será, pois ainda estamos vivendo a pandemia, mas acredito que a evolução da indústria será mais rápida, oferecendo serviços de mobilidade, pois esse tipo de situação que vivemos agora tende a acelerar as necessidades dos consumidores, aquelas que pensamos que viriam mais no futuro. A chave será a capacidade e a velocidade de se adaptar às necessidades. Tudo vai passar pela flexibilidade. *(Via CNBC)*

O que se pode esperar para este ano e para o próximo?

Ola Källenius, diretor executivo da Daimler: Não devemos ser muito otimistas e esperar que em 2021 tudo entrará nos eixos, como se nada tivesse acontecido. A pandemia provavelmente terá um efeito imenso sobre a economia e temos que nos preparar. *(Via NYT)*

“Acredito que sairemos disso com uma estrutura de custos mais reduzida, que será permanente. Isso poderá incluir uma redução no número de plataformas e de sua complexidade.”

Marry Barra, CEO General Motors

Herbert Diess, CEO da Volkswagen: É muito difícil prever qualquer coisa. 2020 certamente será um ano extremamente difícil. Temos pela frente desafios desconhecidos, que nunca enfrentamos. O cenário econômico global dependerá dos programas de recuperação e estímulo que serão colocados em prática. *(Via AutoNews)*

Arno Antlitz, membro do board da Audi: O impacto da pandemia na economia como um todo é enorme. No setor automotivo podemos prever uma queda na demanda global. Ou seja, esperamos que os números de venda e de margens sejam consideravelmente menores do que no ano passado. Mas o cenário na China nos dá esperanças: lá a indústria voltou a operar normalmente e a demanda está se recuperando gradualmente. *(Via FT)*

O que está acontecendo agora na China pode se repetir no mundo em termos de mercado automotivo?

Michael Mayer, diretor de vendas e marketing da VW China: Os chineses já usa-



Divulgação/Renault

“A mentalidade mudou completamente. A linha anterior era a de pensar excessivamente e somente em volumes, vendas, ser a primeira do ranking. Pensamos grande demais em vendas.”

Clotilde Delbos, CEO
interina da Renault

vam pagamento eletrônico via smartphone antes da pandemia. Eu mesmo não uso carteira aqui há três anos. Eles estão mais acostumados em comprar on-line, com o smartphone. Mesmo em fevereiro, quando todas as concessionárias estavam fechadas, vendemos mais de quinhentos carros por processo 100% digital. Os showrooms virtuais podem ser visitados sem risco de contaminação e esse interesse cresceu ainda mais após o surto da covid-19, pois as pessoas não querem mais depender de transporte público. Lives e vídeos curtos em plataformas como TikTok têm milhares de acessos, mas para isso os vendedores na China estão se transformando cada vez mais em apresentadores de TV. *(Via AutoNews China)*

O trabalho remoto até agora foi bem-sucedido?

Jan Brecht, chief information officer da Daimler: Podemos dizer que a pandemia deu à transformação digital, em algumas semanas, um impulso que nenhum CEO conseguiu em toda a carreira. Nunca antes tivemos tantas pessoas trabalhando

juntas de casa. No pico das medidas de distanciamento social cerca de 115 mil funcionários estavam conectados aos servidores da Daimler simultaneamente. Obviamente nosso objetivo não é que todos continuem em home-office quando o coronavírus estiver controlado, mas ficou claro que a digitalização vai transformar o mundo do trabalho. *(Via Daimler Media)*

Akio Toyoda, presidente e CEO da Toyota:

Devido às necessárias medidas de distanciamento social reduzi em 80% meu tempo gasto com viagens. E em 30% o tempo usado para reuniões e em 50% o necessário para analisar a papelada que as antecedia essas reuniões e que, pelo tempo necessário para sua produção, se baseavam em dados de uma, duas semanas antes. Agora, com reuniões por videoconferência, com contatos instantâneos, mesmo sem toda a papelada preparada anteriormente, somos plenamente capazes de discutir os desafios e preocupações do momento atual, de agora. Todo esse tempo economizado poderá ser usado

DENSO:

O FUTURO NAS SUAS MÃOS.

Tecnologia que inova a mobilidade da América do Sul há 40 anos.

DENSO

Crafting the Core



Divulgação/Daimler

“Podemos dizer que a pandemia deu à transformação digital, em algumas semanas, um impulso que nenhum CEO conseguiu em toda sua carreira. Nunca antes tivemos tantas pessoas trabalhando de casa.”

Jan Brecht, Chief Information Officer da Daimler

para investir em nosso futuro e buscar recursos para isso, utilizando esse novo sistema de trabalho. (Via BBC)

Xavier Chéreau, VP de RH do Grupo PSA:

Em 2016 tínhamos 2,5 mil funcionários trabalhando remotamente. Em 2019 esse número saltou para 18 mil e, durante o pico da crise do coronavírus, tivemos 38 mil trabalhadores conectados simultaneamente. Aceleramos o desenvolvimento de ferramentas colaborativas, que aumentam a eficiência do trabalho remoto, mas ao mesmo tempo é necessário estabelecer novas maneiras e métodos de liderança, como dar maior independência às equipes, estabelecer relações de maior confiança etc. Isso certamente mudará o modelo de liderança. (Via Reuters)

Pacotes governamentais de estímulo ao mercado serão essenciais no processo de retomada?

Emmanuel Macron, presidente da França: Anunciamos recentemente um pacote de € 8 bilhões para a indústria automotiva, que foi seriamente impactada pelo coro-

navírus. Deste valor € 1 bilhão será destinado a prover subsídio de cerca de € 7 mil para encorajar cidadãos a adquirir veículos elétricos. É preciso criar uma motivação e uma meta, e a nossa é fazer da França a maior produtora de veículos limpos, com mais de 1 milhão de unidades de híbridos e elétricos por ano pelos próximos cinco anos. Nossos cidadãos precisam comprar mais veículos, e em particular os limpos. E não em dois, cinco ou dez anos, mas agora. (Via FP)

Kyriakos Mitsotakis, primeiro ministro da Grécia:

Nossa frota tem atualmente apenas 1 mil carros elétricos, 0,3% do total, índice muito baixo comparado a outros países europeus. Queremos que até 2030 um a cada três veículos novos vendidos seja elétrico. Vamos oferecer subsídio total de € 100 milhões pelos próximos dezoito meses em um primeiro estágio, valor que deverá representar 25% do preço de cerca de 14 mil veículos elétricos, incluindo táxis e motocicletas. Seus compradores serão eximidos de taxas de estacionamento por dois anos. As emissões de carbono fo-

ram reduzidas em 40% de março a abril, durante o lockdown. *(Via Yahoo Finance)*

Eric-Mark Huitema, diretor-geral da Acea, associação europeia das montadoras de veículos: Dado o colapso total das vendas será crucial providenciar um forte estímulo mercadológico para possibilitar aos fabricantes um retorno às atividades de forma total e, assim, manter as pessoas em seus empregos. *(Via Bloomberg)*

A relação dos consumidores com os veículos vai mudar no pós-pandemia?

Akio Toyoda, presidente e CEO da Toyota: Acredito que avançaremos mais rapidamente para uma sociedade com menos contato físico. Isso não significa que todos os carros serão automatizados ou autônomos. As pessoas ainda vão querer carros que dão prazer ao dirigir mesmo se existir nesse veículo um sistema autônomo. Acredito que veremos um aumento da necessidade de mobilidade pessoal. Então, a minha visão de alguns anos atrás, de transformar a Toyota de

uma empresa de automóveis para uma empresa de mobilidade, começa a se mostrar realidade. *(Via BBC)*

Ola Källenius, diretor executivo da Daimler: Temos percebido como nossa vida social, cultural e econômica está restrita. Essas medidas são essencialmente temporárias, mas permanentemente reveladoras. Uma certeza é que a mobilidade individual é e continuará sendo algo fundamental. Um veículo é mais do que um espaço protegido de um vírus: ele dá independência para ir do ponto A ao B da forma que quisermos no momento que quisermos. Para continuar provendo isso como indústria temos que mudar, e essa mudança está conectada à descarbonização e à digitalização. O sucesso na digitalização determinará o futuro de muitas empresas. E o sucesso com a descarbonização determinará o futuro do planeta. *(Via NYT)*

Gostaria de mandar uma mensagem aos leitores?

Marry Barra, CEO GM: Minha mensagem



Divulgação/Acea

“Dado o colapso total das vendas será crucial providenciar um forte estímulo mercadológico para possibilitar aos fabricantes um retorno às atividades de forma total.”

Eric-Mark Huitema, diretor-geral da Acea



Divulgação/Daimler

é para os formandos de 2020. Vivemos um momento difícil porém histórico, inesquecível, daqueles que definem nosso caráter e desafia nossos limites. Sei que está longe de ser o que vocês imaginavam, sem festa, sem formatura, mas vocês estão sendo colocados à prova de uma forma que nenhuma turma anterior experimentou. Esse vírus testou cada um de vocês, e sei que alguns tragicamente perderam entes queridos, e alguns têm gente da família na linha de frente da batalha contra a covid-19. O mundo pode parecer um lugar estranho agora, mas vocês estão prontos para ele. Vocês provaram isso. A dificuldade que enfrentaram nessa fase final de estudos lhes dará maior força, empatia e compaixão, e isso os acompanhará por toda a vida. Depois de tudo isso a primeira entrevista de emprego não parecerá mais tão assustadora, a primeira crise será bem mais fácil de contornar. Vocês estarão prontos para tudo. *(Via LinkedIn)*

Akio Toyoda, presidente e CEO da Toyota: Nada traz um sentimento pior do que

“A crise mostrou que podemos conseguir resultados impressionantes se agirmos conjuntamente. As medidas emergenciais foram colocadas em prática de forma muito rápida.”

Ola Källenius, diretor executivo da Daimler

a incerteza. Mas podemos ter certeza de que uma hora essa crise vai terminar, e vamos superá-la. Dia após dia, um de cada vez, vamos chegar ao fim da crise. Por favor, faça sua parte para ajudar a superarmos a pandemia o mais rápido possível. *(Via CNN)*

Ola Källenius, diretor executivo da Daimler: Apesar de todos os duros desafios temos razões para seguir confiantes. A crise mostrou que podemos conseguir resultados impressionantes se agirmos conjuntamente. As medidas emergenciais foram colocadas em prática de forma muito rápida, desde a produção de máscaras e respiradores em fábricas de veículos a todo tipo de ajuda solidária. O Estado, as empresas e a sociedade se uniram por uma grande causa e esta é a única forma de enfrentarmos grandes desafios: a união deve se sobrepor a interesses de grupos independentes. Eu sou um otimista e creio que vamos conseguir usar esse exemplo da pandemia para outras causas importantes, como a da mudança climática. *(Via NYT)* ■

CHEGOU O NOVO CHEVROLET TRACKER: O SUV EM SUA MELHOR FASE.



**3 ANOS
DE GARANTIA**

O mundo dos SUVs não para de evoluir. Por isso, o novo Chevrolet Tracker chegou para virar o jogo: agora, ele vem com Wi-Fi embarcado*, motor turbo, 6 airbags de série, teto solar panorâmico, Easy Park e alerta de colisão frontal com frenagem de emergência. Conheça.

FIND NEW ROADS™

chevrolet.com.br/suvs/novo-tracker

CHEVROLET



No trânsito, dê sentido à vida.

Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. SAC: 0800 702 4200.
*Wi-Fi embarcado é um serviço prestado pela Claro S.A.

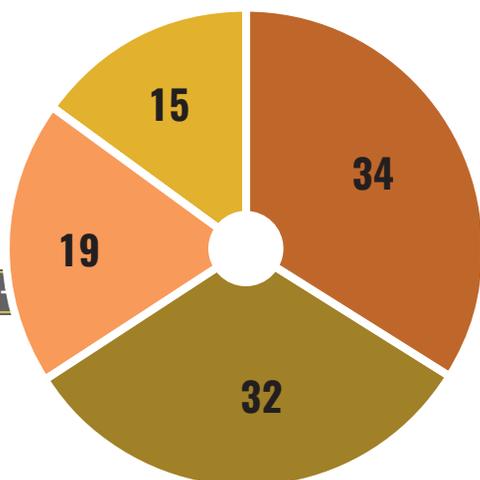
PISTAS PARA O COMPORTAMENTO PÓS-PANDEMIA

Pesquisa inédita indica que uso de carro próprio no cenário pós-covid-19 ganhará força também no Brasil

Pré-pandemia:
uso de veículo próprio.

- Praticamente todos os dias
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente

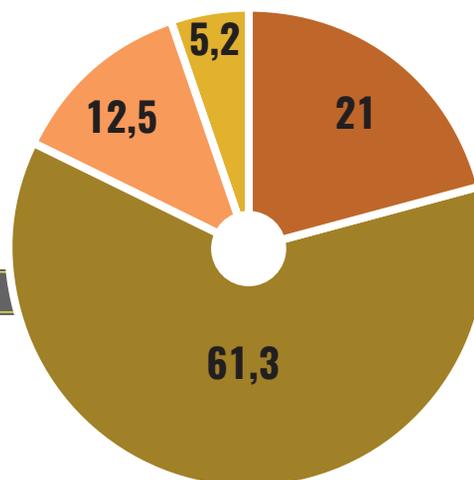
(%)



Entre os que usam veículo próprio praticamente todos os dias e algumas vezes, no período pós-pandemia...

- Utilizarei mais do que antes
- Utilizarei na mesma proporção de antes
- Utilizarei menos do que antes
- Não utilizarei mais

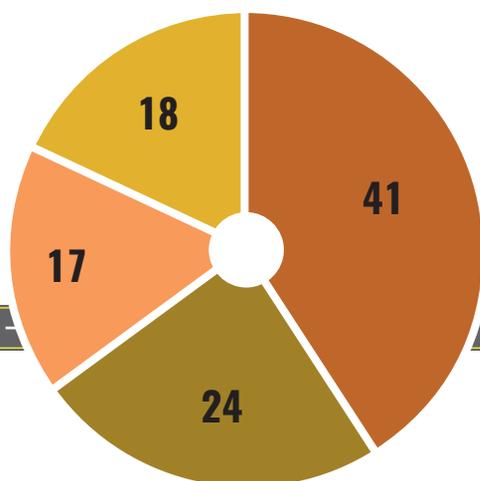
(%)



Pré-pandemia: uso de transporte público.

- Praticamente todos os dias
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente

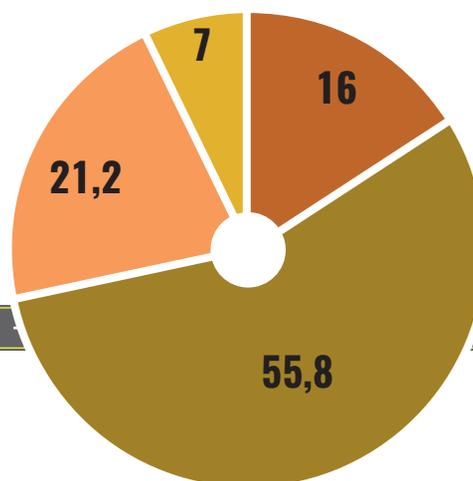
(%)



Entre os que usam transporte público praticamente todos os dias e algumas vezes, no período pós-pandemia...

- Utilizarei mais do que antes
- Utilizarei na mesma proporção de antes
- Utilizarei menos do que antes
- Não utilizarei mais

(%)



Na China, na Europa e nos Estados Unidos o cenário pós-pandemia está apontando preferência por uso de carro próprio em detrimento de transporte público e de aplicativos de mobilidade como forma de aumentar a segurança sanitária de cada pessoa – afinal esta modalidade é a única que permite deslocamentos sem contato com qualquer outro usuário, a não ser que o motorista assim deseje.

O cenário mercadológico no Brasil, entretanto, é bem distinto da Europa, da China e dos Estados Unidos, com variações bastante representativas para cada um deles. Será que ainda assim esse quadro vivenciado nos três mercados poderia se repetir aqui? Segundo pesquisa realizada

pela Route Automotive no País, ouvindo 1 mil 418 entrevistados durante a segunda quinzena de maio, a resposta é sim.

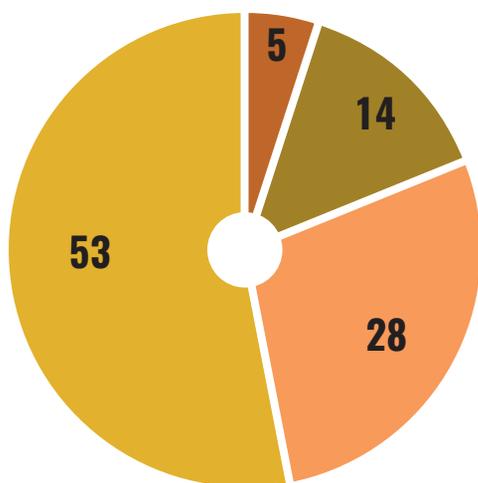
“O que percebemos é que de todos os principais modais o que mais se fortalece na expectativa pós-pandemia é o carro próprio”, conta Wladimir Molinari, diretor da Route Automotive. “Considerando os que já usavam esse modal anteriormente 21% responderam que no retorno das atividades passarão a utilizá-lo ainda mais.”

Os que utilizarão menos, porém, são 12,5%, e os que não o utilizarão mais 5%.

Confirmando este cenário, para o transporte público a pesquisa apontou tendência negativa: dos que já o utilizavam antes 21% declaram que pretendem reduzir sua presença nos trens, metrô, ônibus e afins –

Pré-pandemia: uso de táxi.

- Praticamente todos os dias
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Raramente

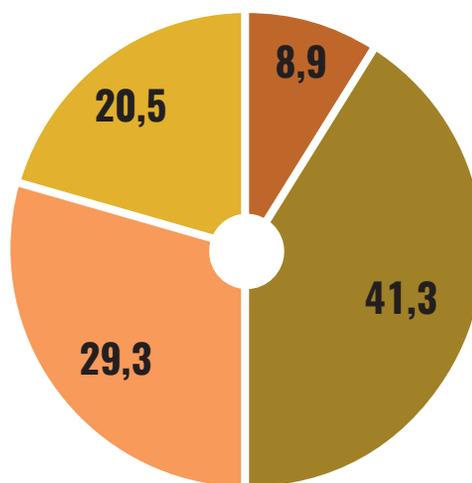


(%)

Entre os que usam táxi praticamente todos os dias e algumas vezes, no período pós-pandemia...

- Utilizarei mais do que antes
- Utilizarei na mesma proporção de antes
- Utilizarei menos do que antes
- Não utilizarei mais

(%)



e 7% responderam que pretendem deixar de usá-lo. Na outra ponta 16% declararam que passarão a utilizar mais do que antes.

A pesquisa avaliou também a tendência para táxis e aplicativos de transporte tais como Uber, 99 etc. Ambos apresentam tendência de queda na preferência de uso no pós-pandemia, assim como no caso dos transportes coletivos, mas para os táxis a redução é a mais ainda acentuada: cerca de 50% dos entrevistados que utilizavam esse serviço antes da covid-19 devem deixá-lo de lado: 29% responderam que usarão menos e 20% que não usarão mais.

"No caso do táxi a modalidade já estava perdendo espaço, principalmente para os aplicativos, antes mesmo da pandemia: basta observar que 53% dos entrevista-

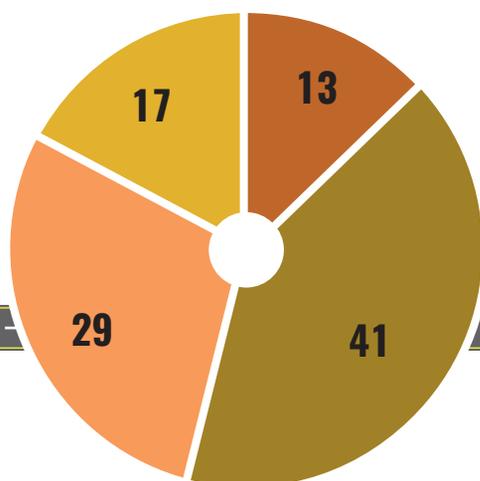
dos nunca pegaram taxi, índice que, no caso dos aplicativos, é de 18%", observa Lucas Pestalozzi, responsável técnico da pesquisa. "Este cenário tende a aumentar ainda mais quando sairmos da pandemia, seja por questões financeiras, vez que o táxi é mais caro do que os aplicativos, ou pela preferência, agora, pelos modais individuais."

Para os aplicativos a tendência total de redução, considerando o universo de pessoas que já utilizava o serviço antes da pandemia, é de pouco mais de 30% segundo aponta o estudo da Route: 20% disseram que usarão menos e 11% que não pretendem usar mais.

Pestalozzi entende que os números apontam claramente uma preferência por

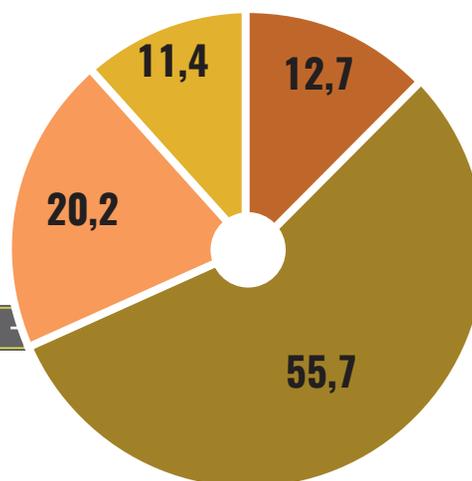
Pré-pandemia: uso de aplicativos de transporte.

- Praticamente todos os dias (%)
- Algumas vezes (%)
- Poucas vezes (%)
- Raramente (%)



Entre os que usam aplicativos de transporte praticamente todos os dias e algumas vezes, no período pós-pandemia...

- Utilizarei mais do que antes (%)
- Utilizarei na mesma proporção de antes (%)
- Utilizarei menos do que antes (%)
- Não utilizarei mais (%)



modais individuais, mas acredita ser, este, um "reflexo claro do isolamento social. Não se trata de individualismo versus coletividade, que representa uma simplificação conceitual. Vai além disto: neste período fomos forçados a nos aprofundar na experiência de individualidade e barrados em nosso ímpeto de coletividade, inclusive trabalhando 'sozinhos' em home office. Maior aceitação de carro, moto, bicicleta e até mesmo deslocamento a pé é um reflexo desse período, com relação à mobilidade".

Molinari imagina que "passada a pandemia devemos observar uma tendência à vida voltar ao normal, mas com expectativa de maior intenção de uso de carro e moto e de resistência ao transporte pú-

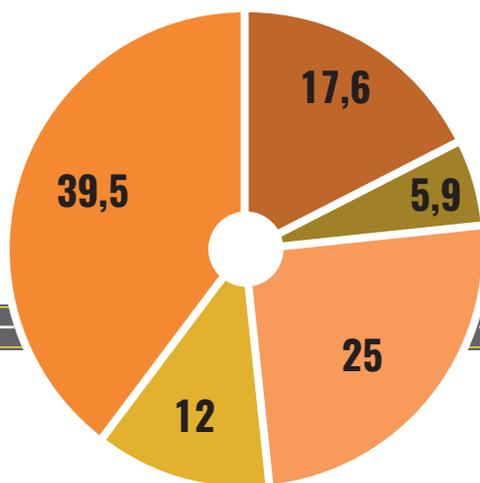
blico. É possível que essa tendência deixe de existir aos poucos com o passar do tempo, mas isso vai depender da redução da contaminação e/ou desenvolvimento de uma cura. Se a solução demorar muito as características de individualidade, necessidade de segurança e distanciamento podem solidificar o cenário previsto para o momento imediatamente após o início das medidas de relaxamento do isolamento social".

E A COMPRA?

Outro ponto representativo avaliado pela pesquisa da Route Automotiva é a forma com que serão, ou poderão ser, adquiridos carros a partir do momento pós-pandemia.

Pretende trocar de carro?

- Não
- Sim, ainda em 2020
- Sim, mas só em 2021
- Sim, mas só em 2022
- Sim, mas não sei quando

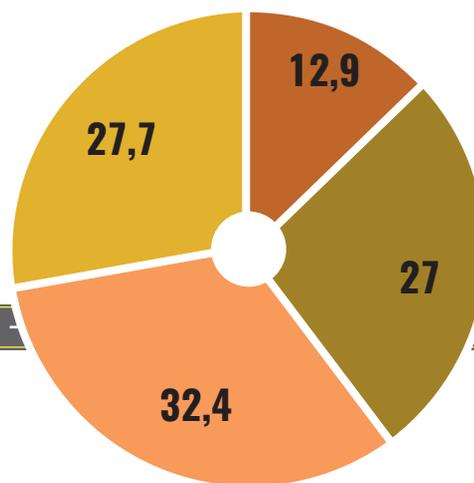


(%)

Entre os que pretendem trocar de carro: em uma futura compra de um novo veículo consideraria utilizar somente um showroom virtual, sem a necessidade de presença física de vendedores, sanando dúvidas apenas virtualmente e recebendo o veículo em casa?

- Não, de forma alguma
- Pouco provável
- É possível que sim
- Sim, com certeza

(%)



Molinari afirma que "é notório que a pandemia nos obrigou a aderir mais rapidamente a tecnologias que já existiam mas não tinham sido adotadas com maior ímpeto, tais como home-office e videoconferências. E por isso o estudo abordou também o conceito de showroom/compra virtual".

E Pestalozzi acrescenta que para depurar mais os resultados este ponto do estudo envolveu apenas entrevistados que compraram um veículo o KM anteriormente, "ou seja, o público que passou por uma experiência tradicional de compra em uma concessionária".

O resultado pode ser considerado sur-

preendente: somados os entrevistados que responderam 'é possível que sim' e 'com certeza sim' ao serem questionados se em uma futura compra de um novo veículo considerariam utilizar somente um showroom virtual, sem a necessidade de presença física de vendedores, recebendo o veículo em casa, o índice foi de 60%.

Para Molinari será "um novo momento para concessionárias e montadoras".

Os que mostraram resistência a esta possibilidade ainda somam, portanto, 40%, mas somente 13% responderam que não comprariam um veículo desta forma de maneira alguma, enquanto 27% preferiram a opção de 'pouco provável'.

LIVE E WEBCON, SÉRIES DE CONVERSAS COM OS LÍDERES DO SETOR AUTOMOTIVO

ACOMPANHE A AUTODATA NO YOUTUBE



CONFIRA ALGUNS ENTREVISTADOS



LUIZ CARLOS MORAES - PRESIDENTE DA ANFAVEA



PHILIPP SCHIEMER - PRESIDENTE DA MERCEDES-BENZ DO BRASIL



LUI PASQUOTTO - PRESIDENTE DA CUMMINS NO BRASIL



PABLO DI SI - PRESIDENTE E CEO DA VOLKSWAGEN AMÉRICA LATINA



WWW.YOUTUBE.COM/AUTODATAEDITORA

Siga a líder

Tudo novo para a Aliança Renault Nissan Mitsubishi no mundo. E muda tudo para Renault e Nissan no Brasil também.

A Aliança Renault Nissan Mitsubishi foi a primeira a reagir em termos globais à pandemia da covid-19 – ou, pelo menos, foi a primeira a usar a pandemia como um argumento, certamente irrefutável, para promover uma profunda reestruturação de seus negócios.

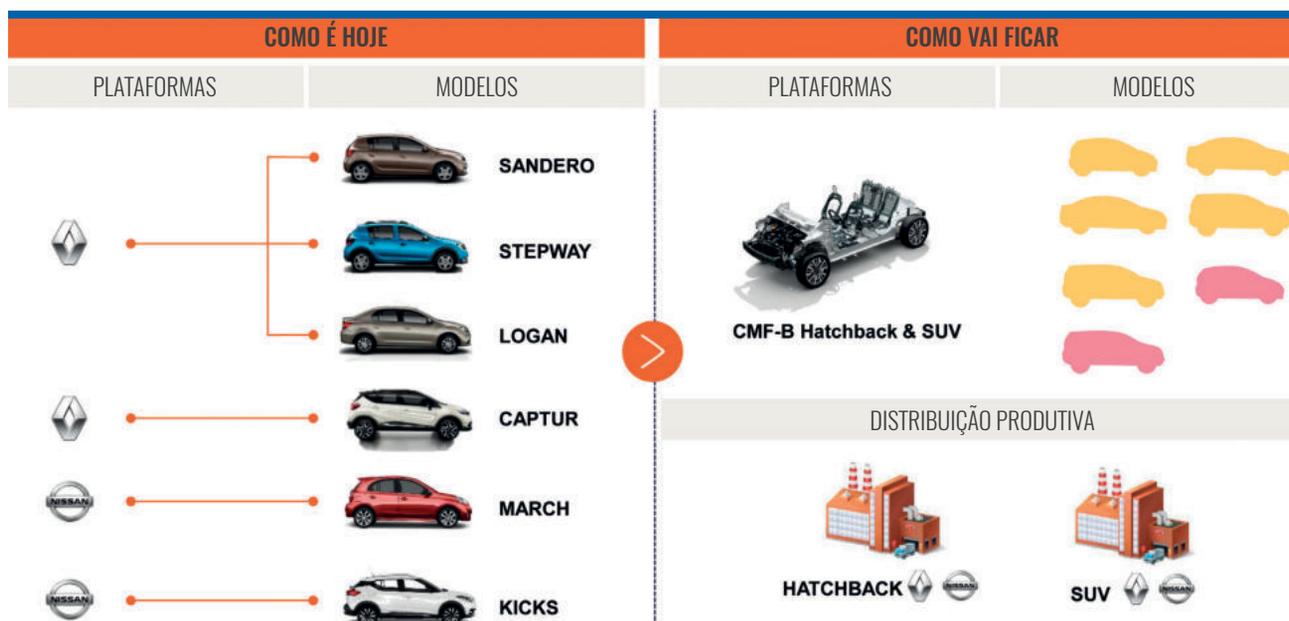
Em coletiva de imprensa realizada virtualmente e transmitida ao vivo pela internet a partir de Paris, Yokohama e Tóquio, Jean-Dominique Senard, chairman da Aliança, garantiu que “o modelo de negócios anterior era baseado em forte crescimento em todos os mercados e, com isso, volumes muito altos de venda. O contexto global mudou radicalmente. A

nova estratégia se baseia em eficiência e competitividade, e não mais em volumes”.

De acordo com ele em 2019 plataformas comuns representaram 39% de todos os veículos produzidos pela Aliança. Agora até 2024 esse índice deve saltar a 80%, mas “isso não é o suficiente” porque, nos cálculos da Aliança, a plataforma representa só um terço do investimento total do projeto de um novo carro e o objetivo é chegar a dois terços de comunização, o que incluiria, assim, partes do interior e da carroceria.

Pelos cálculos da Aliança a redução dos investimentos necessários para desenvolvimento e a produção de novos

O novo perfil produtivo de Renault e Nissan no Brasil





Divulgação/Aliança Renault Nissan

modelos será de 40%, o que em dinheiro dá € 2 bilhões ao ano.

Para alcançar essa meta ousada a base-mestra da Aliança desde sua criação, há mais de duas décadas, foi quebrada. A independência total de cada fabricante, tendo a Aliança como braço gerador de sinergias nas questões de compras, engenharia, logística e afins, deixa de existir a partir de agora.

O que passa a valer é o que foi chamado, na apresentação, de leader-follower, ou, em tradução absolutamente livre, siga-o-mestre. Isso significa que uma determinada região ou tecnologia passa a ser de inteira responsabilidade de uma das empresas da Aliança, sendo que as duas demais devem simplesmente atender às especificidades, exigências e ordens da tal líder, no que foi chamado oficialmente de "cooperação das marcas seguidoras".

Simple assim, sem discussão. A partir desta lógica foi dividido o mundo: a Nissan foi definida como a líder para os mercados do Japão, China e América do Norte, para a Renault ficou Europa, América Latina e Norte da África. Para a Mitsubishi sobrou Sudeste da Ásia e Oceania.

Nos padrões tecnológicos a Nissan dará as ordens para os autônomos e a Renault para a arquitetura eletro-eletrônica.

Nas plataformas hoje são oito, considerando a Aliança como um todo, e o objetivo é reduzi-las pela metade, ou seja, quatro, sendo duas de origem Renault para os segmentos A e B e duas da Nissan, uma para C e D e a outra para elétricos.

MUDARÁ TUDO POR AQUI

O mercado brasileiro, surpreendentemente, foi tratado com destaque na apresentação global e serviu de exemplo para

mostrar como as coisas funcionarão daqui por diante.

Aqui atualmente são produzidas quatro plataformas, sendo duas Renault e duas Nissan, que dão origem a seis produtos. Na nova estratégia apenas uma única plataforma servirá às duas montadoras, a CMF-B, do Clio europeu. Ela e somente ela servirá como a base para sete modelos das duas marcas, que substituirão os atuais.

O objetivo da Aliança é produzir no Brasil 300 mil unidades de veículos desta plataforma, "o que nos garantirá alta competitividade", disse [Senard](#).

Outra grande mudança é que as fábricas de São José dos Pinhais, PR, e de Resende, RJ, passarão a fazer veículos das duas marcas: uma apenas SUVs e outra apenas hatches e derivados. Não foi informado, porém, qual unidade fará qual.

Chamou a atenção na apresentação, porém, que os modelos listados para Renault eram Sandero, Stepway e Logan em uma plataforma e Captur em outra, enquanto para Nissan eram March em uma e Kicks em outra. Faltam nesta lista o Kwid pela Renault e o Versa pela Nissan.

No caso do Versa a Nissan já tinha avisado que a próxima geração viria do México. No caso do Kwid, portanto, a indicação é a de que sua oferta morrerá na atual, pelo menos como produto local.

Tanto Renault quanto Nissan brasileiras foram procuradas por **AutoData** para comentar os novos rumos da Aliança e ambas não atenderam à solicitação. É certo, porém, que a notícia teve efeito extremamente impactante sobre ambas e que a paulada ainda está sendo digerida.

CARROCERIAS COMPARTILHADAS

O que ficou bastante claro é que a Aliança quer, a partir de agora, muito mais do que plataformas e powertrains compartilhados. Será uma nova e profunda busca por itens comuns, que passarão a incluir, inclusive, carrocerias.

Isso não significa que Renault e Nissan terão um carro quase idêntico em termos de formas de design competindo em um mesmo mercado, como aconteceu, por



exemplo, com a Autolatina. Mas significa que um mesmo carro, em uma versão com emblema Nissan e outra com emblema Renault, será vendido em diferentes mercados. E também que Nissan e Renault tenderão a não competir por um mesmo cliente em um mesmo país, ou seja: quem dará as cartas em cada mercado é a líder, ou, no caso do Brasil, a Renault, que teria cinco modelos aqui contra dois da Nissan.

O mesmo deve acontecer no resto do mundo: o portfólio atual Nissan será reduzido dos atuais 69 para no máximo 55 modelos.

Pelos cálculos apresentados a Aliança terá, globalmente, a mesma cobertura de mercado de hoje com 20% a menos de modelos. E já em 2025 50% dos modelos da Aliança serão desenvolvidos e produzidos sob a lógica do sistema de siga-o-líder.

Como o desenvolvimento de cada novo carro será centrado na tal líder obviamente que as equipes das outras empresas da Aliança não serão mais necessárias. Também haverá redução do volume total de produção, e assim sendo o novo modelo custará muitos, mas muitos empregos: pelo lado da Renault serão 15 mil a me-

nos, sendo 5 mil na França. Na Nissan não foram revelados números, mas haverá fechamento de fábricas na Espanha e Indonésia, além de saída de mercados como Coréia do Sul e Rússia, neste caso só para a marca Datsun.

ALASKAN, FINALMENTE

Para a Argentina, uma boa notícia: a picape Renault Alaskan começará a sair das linhas da fábrica Santa Isabel, em Córdoba, até o fim do ano.

A companhia enfim confirmou, em meados de maio, a produção da picape de 1 tonelada. O projeto original previa produzir, na mesma unidade, as picapes Nissan Frontier, Renault Alaskan e Mercedes-Benz Classe X. Em julho de 2018 o modelo da Nissan começou a sair das linhas argentinas – e parou por aí. A Daimler cancelou

sua participação no projeto e a Renault deixou a decisão em banho-maria desde então.

Em comunicado a Renault Argentina afirmou que “este marco é o resultado da colaboração de todos os setores interessados no projeto, como parceiros, fornecedores, revendedores, colaboradores e sindicato”.

Pablo Sibilla, presidente e diretor geral da Renault Argentina, disse que a unidade de Santa Isabel será referência regional na produção de veículos comerciais leves: “Este foi o perfil que definimos para este centro industrial que em 2020 completa 65 anos ininterruptos de trabalho. Vamos para outros 65 anos de sucesso, confirmando mais uma vez a aposta da Renault no desenvolvimento industrial do país”.

Será mesmo? ■



Chega Nivus, o trilingue

Novo 'SUV-cupê' já é produzido na Anchieta para o mercado nacional. Ainda em 2020 chega à Argentina e em um ano será fabricado na Espanha.



Em transmissão online, ao vivo, direto da fábrica de São Bernardo do Campo, SP, via internet para todo o Brasil e diversos países da América Latina e Europa, com direito a legendas simultâneas em espanhol e inglês, a Volkswagen apresentou no fim de maio o Nivus, 'SUV-cupê urbano' desenvolvido pela equipe brasileira e que será produzido, também, na Espanha.

A revelação das linhas definitivas do modelo, sem disfarces, porém, foi a única grande novidade do dia:

versões, preços e outros pormenores, como expectativa de venda, foram guardados para outra ocasião.

Com 4 m 266 mm de comprimento, 1 m 757 mm de largura, 1 m 493 mm de altura e 2 m 566 mm de entreeixos o Nivus, segundo o vice-presidente de vendas e marketing, Gustavo Schmidt, "estará posicionado em preço na faixa de entrada dos SUVs, um pouco acima dos hatchs e dos sedãs premium". Ou seja: deve custar um pouco menos que o T-Cross, que hoje abre a R\$ 89 mil, como informa o site da marca.





Alguns dados interessantes sobre o Nivus, porém, foram revelados durante a live. Uma delas é que sob o capô estará exclusivamente o motor 200 TSI, 1.0 flex com três cilindros, que já equipa o T-Cross e outros modelos, até 128 cv quando abastecido 100% com etanol.

Em termos de câmbio igualmente haverá apenas uma opção, automática de seis marchas.

Itens de segurança mais sofisticados, como o ACC, controle adaptativo de velocidade, e o AEB, freio automático de emergência, estão disponíveis na gama – mas ainda não se sabe se só na versão topo de linha, a partir de uma intermediária ou mesmo de série.

O Nivus estreia o sistema de infotainment VW Play, também uma criação regional:

“Desde o ano passado estamos trabalhando mais forte na nacionalização de peças”, recordou o presidente da Volkswagen América Latina, Pablo Di Si. “E o VW Play é um grande exemplo deste nosso esforço”.

Segundo ele “antes o sistema de infotainment dos carros Volkswagen era inteiramente importado. Agora é produzido no Brasil, ainda que com alguns componentes importados”.

A chegada do Nivus às concessionárias em si está agendada para o início do segundo semestre, ou seja, julho. Um pouco antes a Volkswagen promete lançar programa de



pré-venda, para o qual o DDX, sistema de vendas digital desenvolvido pela companhia por aqui, promete ser grande aliado.

A Argentina será o primeiro destino externo do novo modelo fabricado na Anchieta, ainda este ano. A partir do primeiro semestre de 2021 outros mercados latino-americanos, como México, começam a receber o Nivus. E a fábrica de Pamplona, Espanha, produzirá o Nivus europeu a partir do segundo semestre de 2021.

ESTÁ VALENDO!

Duas semanas depois da live de lançamento começaram a sair das linhas da unidade Anchieta os primeiros exemplares do Nivus nacional.

Ele é produzido sobre a plataforma MQB, a mesma de Polo, Virtus e T-Cross, e consumiu parte do investimento de R\$ 7 bilhões aplicado nos últimos anos.

O Nivus foi desenvolvido pela equipe regional de engenharia e design da companhia sem protótipos físicos, algo inédito dentro do Grupo Volkswagen: segundo Di



Si todo o processo foi digital e "com isso diminuimos o tempo do projeto em dez meses, ao realizar testes e validações virtualmente, e tornamos os processos mais eficazes e com significativa redução de custos."

Em projetos passados, segundo a empresa, foram criados até setenta protótipos físicos. Ao digitalizar o desenvolvimento foi possível economizar 65% do custo e fazer virtualmente simulações obrigatórias, como a de segurança veicular, acústica e plataforma.

Para produzir o Nivus a fábrica recebeu mais de quatrocentos equipamentos, grande parte na área de armação, como noventa robôs, alguns com tecnologia de ponta VASS6, que aplica conceitos de Indústria 4.0. A área foi ampliada em 24 mil m², ocupando agora 105 mil m².

Na estamparia uma nova prensa poderá ampliar a produção de peças em até quatro vezes por minuto, reduzindo custos de energia. ■



TE PAGO NA TERÇA

De onde vêm e como funcionam os créditos tributários aos quais a indústria jura que tem direito – e que nem o próprio governo aceita como garantia

A pandemia da covid-19 trouxe de volta à pauta tema que vira e mexe ressurge de acordo com a necessidade da indústria: os créditos tributários a que as empresas do setor automotivo alegam que têm direito a receber.

Pelas contas de Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, os tais créditos hoje somam a montanha de R\$ 25 bilhões,

sendo R\$ 15 bilhões do governo federal e R\$ 10 bilhões dos estaduais. Pelo cálculo da mesma Anfavea em janeiro de 2019, quando o presidente ainda era Antônio Megale, o montante total devido era R\$ 14 bilhões.

A mesma Anfavea, acompanhada de outras associações do setor automotivo, apresentou ao governo federal e mais



Reprodução/YouTube

especificamente ao Ministério da Economia proposta que o próprio Moraes considerou "inovadora": tais créditos seriam utilizados como contra-garantia para o BNDES e as empresas do setor automotivo poderiam buscar crédito em bancos privados tendo como garantia o BNDES, para assim obter taxas de juros mais condizentes e menos agressivas por parte das instituições bancárias, bem como valores mais polpudos.

O pedido não foi bem aceito, ainda que Moraes, que em abril conclamava pela urgência por liberação de recursos para alimentar o caixa das empresas, tenha dito no começo de junho que "houve avanços" nas conversas para "monetizar os créditos, transformando-os em títulos" que assim poderiam, "por exemplo, servir de garantia para empréstimos bancários".

O dirigente da Anfavea entende que isso pode acontecer de forma rápida, pois "aparentemente não é muito complexo, bastando pequenos ajustes na legislação".

LABIRINTO TRIBUTÁRIO

Na prática, porém, não é bem assim. Há uma série enorme de obstáculos a enfrentar e superar antes de a indústria conseguir transformar estes tais créditos em algo minimamente, como quer a Anfavea, monetário.

A primeira questão é que os tais R\$ 25 bilhões são uma estimativa da indústria que não necessariamente será aceita pela Receita Federal e/ou secretarias de



Christian Castanho

Fazenda estaduais, como conta [Marcus Vinicius Gonçalves](#), sócio-líder para área Tax da KPMG e especialista na questão.

Ele diz que esses créditos nascem a partir de uma discrepância nas alíquotas de impostos e taxas, como ICMS. Apenas como um exemplo hipotético, colocado aqui somente como forma de facilitar o entendimento, pode-se dizer que a montadora paga 18% de ICMS no aço que será usado para a carroceria de um carro que ela vai produzir, cujo ICMS a ser cobrado do comprador é de 12%. Ou seja: a alíquota de um mesmo imposto é maior na entrada da montadora do que na saída do produto manufaturado.

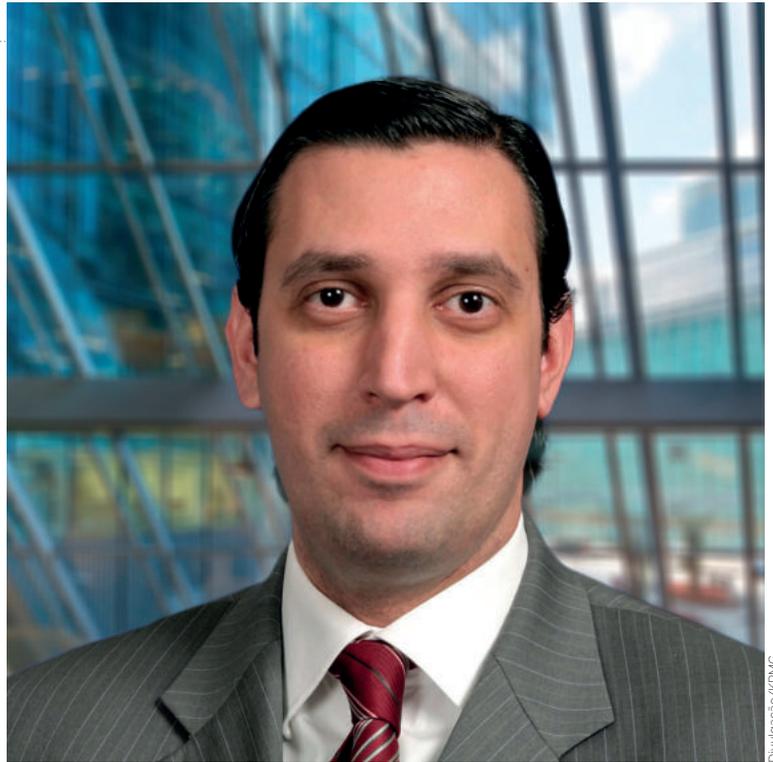
A diferença forma justamente os tais créditos tributários.

Exemplificando novamente, agora em valores: supondo que em um mês a montadora pagou 100 dinheiros por bobinas de aço e sobre esse valor incidiu 18% de ICMS, o valor de 18 dinheiros pago será sempre maior do que o ICMS referente ao carro vendido na concessionária. Se o preço do veículo o KM for 140 dinheiros o imposto, cuja alíquota é de 12%, será de 16,8. A diferença em cada mês, portanto, será de 1,2 dinheiros em crédito tributário a favor da montadora.

Pelos cálculos de Gonçalves a margem da fabricante necessária para que não fossem gerados os créditos teria de ser de 50%, o que tornaria inviável sua competição no mercado.

Seria justo, justíssimo, imaginar que o tal crédito mensal de 1,2 dinheiros ao mês acumulado ao longo de quinze meses, somando 18 dinheiros, pudesse ser usado para pagar os 18 dinheiros de ICMS devido daquele mês. Mas nós estamos no Brasil, não se esqueça, e o especialista da KPMG esclarece: "A legislação não permite".

No caso dos veículos produzidos para exportação a alíquota do imposto é zero, vez que não faz sentido exportar imposto. Mas não existe distinção na compra de matéria-prima do que vai para carro que será vendido no mercado interno e no externo, e, assim, no caso dos que serão



Divulgação/KPMG

embarcados a conta dos créditos tributários aumenta muito mais – mantendo o valor do exemplo, neste caso a conta dos créditos seria engordada pelos 18 dinheiros cheio.

Mas afinal para que serve, então, um crédito de imposto que não pode ser usado nem mesmo para pagar o próprio imposto? Para pouco, muito pouco: "Por algum tempo o governo do Estado de São Paulo permitiu o uso dos créditos na aquisição de ativos fixos para novos investimentos, como construção ou ampliação de fábricas", recorda Gonçalves – mas atualmente isso não é mais possível.

Em tese os créditos poderiam ser usados para pagar fornecedores por sua matéria-prima, mas, adivinhe? Ninguém

aceita os tais créditos como pagamento por não saber quando poderão ser resgatados, se é que poderão ser.

Para se ter uma ideia da baixíssima utilidade dos tais créditos um dos pleitos recentes da indústria, antes da pandemia, foi poder usá-los como garantia em processos judiciais relativos a questionamentos tributários quando é exigido o pagamento integral do valor em tese devido enquanto o processo corre, apenas para a empresa não precisar tirar dinheiro do caixa.

O ponto principal, porém, é mesmo que não há na legislação tributária brasileira um prazo fixado para devolução, pagamento, reembolso ou forma de utilização destes créditos tributários às empresas por parte do governo federal ou dos estaduais, diz Gonçalves: "É um processo que pode facilmente chegar a três, quatro anos".

Exatamente por isso nem mesmo a própria Justiça poderia ser uma aliada das montadoras nestes casos: se a lei não prevê devolução em um prazo determinado um questionamento judicial cobrando reembolso não teria sequer um argumento no qual se apoiar.

Resumidamente a coisa toda é mais ou menos como o comportamento do personagem Dudu, amigo do Popeye que sempre pendurava um hamburger na conta do marinho jurando a ele que 'te pago na terça!' – o pormenor é que nunca se sabia qual terça-feira seria aquela.

SÓ A REFORMA SALVA

Para o especialista da KPMG os créditos representam um "reconhecimento da ineficiência do sistema" atual e a única forma de sanar o problema definitivamente seria a adoção de uma alíquota única de imposto que seria válido em todo o País – justamente uma das propostas em estudo para a reforma tributária em Brasília, DF.

Gonçalves entende que "mesmo se no fim o valor a pagar for o mesmo só a simplificação do processo já representaria

um ganho". Isso porque, recorda, "requer um grande esforço calcular o valor destes créditos, que por diversas ocasiões pode precisar ser feito nota fiscal a nota fiscal e mesmo assim sujeito a possíveis questionamentos pelos órgãos estaduais e federais".

Para o especialista "se a empresa não destacar no mínimo dos mínimos um profissional de sua área tributária para dedicar-se exclusivamente a este processo ela não consegue sequer calcular o valor dos créditos".

É neste apiário tributário que a Anfavea pretende meter a mão e erguer um pote de mel, transformando pelo menos uma gorda parte dos tais R\$ 25 bilhões em algo monetizável, o que seria verdadeiro sonho de uma noite de verão. O próprio Moraes afirmou em maio que considerava ser "muito estranho" o governo não aceitar como garantia um crédito gerado pelo próprio governo – o que pode ser interpretado como um reconhecimento oficial de que o governo não costuma honrar seus compromissos.

Seja como for aparenta ser simplista demais a consideração de que "pequenos ajustes na legislação" que ocorreriam de forma rápida possam ser suficientes para liberar de forma efetiva e definitiva, ou ao menos temporária diante das necessidades geradas pela pandemia, os créditos acumulados.

Pode, sim, acontecer, e não há a menor dúvida de que seria um enorme alívio para as empresas, mas dependeria de muita boa vontade, para dizer o mínimo, vinda de Brasília, DF, que já negou a possibilidade de uso dos créditos como garantia pelo BNDES sem que o banco de fomento estatal sequer precisasse mexer em seus próprios recursos, pois este funcionaria apenas como um avalista das montadoras junto a bancos privados.

Se nem isso foi aceito no que diz respeito aos créditos por que transformá-los em títulos, que forçosamente em algum momento bateriam à porta do cofre dos governos, o seria? A conferir. ■

Se alugam menos, compram menos

Fiel da balança do mercado dos últimos anos, locadoras tendem a reduzir volume de compras de veículos 0 KM até dezembro



Divulgação/Unidas

Expediente utilizado por praticamente todas as montadoras de grande volume, no Brasil, nos últimos anos, para regular níveis de estoque, produção e participação de mercado, a modalidade de vendas diretas, em particular para locadoras, tende a se redesenhar

no cenário pós-pandemia do mercado brasileiro. E as projeções das montadoras para o segundo semestre já consideram uma representativa retração nas compras das locadoras.

Segundo Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, de março a abril 160



mil veículos foram devolvidos às locadoras por motoristas de aplicativos como reflexo da baixa circulação em cidades que adotaram o isolamento social, o que indica uma redução no apetite de compras dessas empresas.

Caso se confirme este seria o primeiro episódio de retração de um mercado que movimentou R\$ 10 bilhões com a venda de veículos seminovos – a conhecida desmobilização de frota – só no ano passado, considerando as três maiores empresas do segmento, Localiza, Unidas e Movida.

O valor é maior considerando a receita das locadoras pequenas e médias que também operam essa modalidade de negócio.

Segundo dados da Fenabrave 2019 terminou com as vendas diretas de auto-

móveis e comerciais leves representando 44,5% do total, dado que considera, afora a venda para pessoas jurídicas, aquelas realizadas para taxistas, PcD e produtores rurais. Em fevereiro, quando o mercado ainda não sentia os efeitos da pandemia, a fatia já era de 46%.

A Abla, Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, projeta para os próximos meses menos aquisições de veículos e aumento da idade da frota de suas associadas antes da desmobilização. Pelos cálculos a média subirá de 14,9 meses para até 20 meses, o que deverá provocar reflexos na periodicidade de compra de novos veículos via venda direta nas montadoras.

Até março o estoque total de Localiza, Unidas e Movida somadas era de 613 mil

veículos, enquanto as compras de novos veículos pelas três empresas no primeiro trimestre somaram 96,5 mil unidades.

Segundo Renato Franklin, presidente da Movida, a companhia tratou de reduzir os preços a partir de maio: "Quando falamos de preço entendemos que a estratégia foi de derrubar para manter o máximo possível de ocupação. Agora já está sendo possível puxar o preço um pouco para cima na locação. Quando olhamos para seminovos é a mesma coisa: fizemos o tanto que queríamos vender e selecionamos os carros que desejávamos vender com o preço que queríamos".

A Localiza, por sua vez, observa o cenário de incertezas à frente mas considera, ao contrário da concorrente, um movimento de reajuste de preços, de acordo com seu diretor financeiro, Maurício Teixeira: "Se o preço do carro novo subir o do seminovo também subirá. Mas sabemos dos desafios em cenário de desemprego e restrição ao crédito".

Luis Fernando Porto, presidente da Unidas, também sinalizou para reajuste nos seminovos para acompanhar o aumento promovido pelas montadoras. Para ele um estoque saudável está concentrado de 7% a 8% da frota total da companhia. No caso da Unidas, de acordo com balanço do primeiro trimestre, esteve acima de 10%.

No que se refere às compras a Movida já avisou que diminuirá o ritmo nos próximos meses: parte do planejamento de reorganização do negócio diante de incertezas e possibilidade de queda da demanda em duas das suas três fontes de receita, locação de veículos e venda de seminovos.

Franklin, da Movida, atesta que por ora as compras de veículos estão suspensas e deverão ocorrer em prazo maior ao praticado nos últimos meses porque "há frota para três meses de vendas". Segundo balanço de janeiro a março eram 119 mil veículos em sua frota.



Afora a suspensão da renovação de frota houve fechamento de quinze pontos da sua rede, sendo doze de aluguel de veículos e três de vendas de seminovos. Houve também, segundo o executivo, reforço do caixa e renegociação de contratos com fornecedores.

O conjunto de medidas, mais do que uma resposta ao cenário adverso provocado pela covid-19 na economia, trata de um processo denominado "redesenho do modelo de negócio" segundo o diretor financeiro Edmar Lopes Neto, da Movida: "Estamos diante de um novo cenário e temos de reescrever tudo o que foi feito até agora. Acreditamos muito no carro por assinatura, ainda que o motorista de aplicativo represente um negócio importante. Vai ser o maior negócio das locadoras no futuro, é um leasing melhorado com a oportunidade de explorar mais serviços".

Dentre os produtos que a empresa aposta para melhorar seu desempenho comercial durante a pandemia está a oferta de serviço baseado no modelo de pagamento por uso. Franklin disse que a oferta é uma forma de reter os motoristas na base de clientes – com o menor tráfego nas cidades, motoristas de aplicativos viram as receitas com corridas caírem, o que levou parte deles a devolver os veículos.

O modelo de pagamento por quilômetro rodado, assim, resolveria duas questões para a Movida. A primeira, a falta de espaço físico: "Se o motorista paga apenas pelo que usar, ele reconsidera devolver o veículo e o mantém em sua garagem, evitando que a empresa tenha também este custo", disse Franklin. A segunda, manteria alguma receita, ao contrário da entrega do veículo que, por outro lado, representaria maiores custos.

Na mesma toada vem a Localiza, que sinalizou à frente um período de prepara-

ção aos efeitos da pandemia. A primeira medida de um pacote de redução de custos é reestruturar a frota de modo a equilibrar as entradas e saídas dos ativos, mas sem fazer uso da redução de preço dos veículos, segundo Teixeira:

"Não temos a necessidade de vender os veículos seminovos a qualquer preço, e já vínhamos ajustando os valores de depreciação".

A frota total da empresa até março era composta por 325 mil veículos nas unidades de locação, gestão de frotas de empresas e nas unidades franqueadas. Esse volume é 31% maior do que o registrado no mesmo período no ano passado.

A venda de veículos, no período, foi de 40,8 mil unidades, 10,5% a mais do que de janeiro a março de 2019. A compra de veículos das montadoras aumentou 4,6%, somando 38,3 mil unidades.

Os números teriam sido maiores não fosse o fechamento das lojas ocorrido como medida de segurança contra a pandemia – a Localiza fechou seus pontos de vendas a partir de 23 de março.

Até maio das 528 lojas da rede 127 estavam fechadas, 355 funcionando normalmente e 46 de forma restrita. No caso das lojas de seminovos das 124 lojas da rede 46 estavam fechadas, 38 funcionando normalmente e quarenta de maneira restrita.

Quem também neste contexto projeta meses de retração é a Uber, um dos vértices do negócio lucrativo que envolve locadoras e montadoras.

A companhia anunciou no mês passado perda de US\$ 2,9 bilhões no primeiro trimestre ligada à baixa no transporte de passageiros pela pandemia de coronavírus.

Só nos Estados Unidos, matriz da companhia, deixaram a base de cadastro 3,7 mil motoristas. ■

A lei da desprevisibilidade

Setor automotivo se movimenta, ainda discretamente, para adiar os termos do Rota 2030 que ele mesmo tanto se esforçou para que fossem colocados em prática

Há não muito tempo, ou há bem pouco tempo historicamente falando, uma palavra de construção gramatical pouco interessante e foneticamente terrível foi martelada a todo custo e força de forma incessante pela esmagadora maioria dos executivos do setor automotivo brasileiro: previsibilidade. A tal da previsibilidade era o argumento central de defesa para a colocação em prática do Rota 2030, política setorial automotiva.

Definindo temas e prazos para as regulamentações veiculares nos então próximos quinze anos, a indústria elevaria sua competitividade e batalharia em pé de igualdade com outros mercados globais, inserindo-nos como real combatente e competidor mundial. Mostrariamos aos outros como somos sérios, planejados e tecnologicamente parelhos, produzindo veículos mais seguros e eficientes.

A aprovação do Rota 2030 e sua entrada em vigor, desnecessário lembrar, moveu montanhas e esforços por mais de dois anos, a ponto de ocupar praticamente todo o mandato de Antônio Megale à frente da Anfavea como pauta quase única. E de tanto se reunir e se reunir e se reunir e falar e argumentar e discutir com presidentes da República, ministros,

Ano 26 | Agosto 2018 | Edição 347

AUTODATA

From the Top
Antônio Megale,
da Anfavea

Reunião final sobre o Rota 2030

Principais questões:

- ✓ Incentivos para pesquisa e desenvolvimento *ok mas com limite de R\$ 1,5 bi*
- ✗ Refis para cadeia automotiva *não*
- ✗ Inspeção veicular *? *Saiu mas suspenderam*
- ✓ Novas metas de eficiência energética *ok*
- ✗ Renovação de frota *esquece!*
- ✗ Simplificação da estrutura tributária *não*
- ✗ Redução de impostos para híbridos e elétricos *ok! Fazenda topou*
- ✗ Atenção para não ferir regras da OMC *tudo certo*
- ✗ Atender particularidades das fabricantes de luxo *resolvido*
- ✗ Ex-tarifários: zero mas 2% vai para PoD

ESPECIAL ROTA: 15 PÁGINAS.

senadores, deputados, técnicos, engenheiros, advogados e tudo o mais, saiu o Rota 2030. Hoje é lei.

Para surpresa geral, porém, dada a pandemia da covid-19, ainda que, é preciso reconhecer, trate-se de fator novo, absolutamente inesperado e de efeito potencialmente devastador, uma das primeiras ações públicas de executivos do setor automotivo foi propor adiamento dos prazos estabelecidos para entrada em vigor das regulamentações do setor, abarcando não só aquelas do Rota 2030 como também as normas de emissão veiculares como Euro 6.

"Não temos caixa para fazer todo esse investimento necessário no mesmo prazo que prevíamos antes", alega Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea. Ele acrescenta que "não é só a montadora, é uma questão dos fornecedores também. É preciso considerar, também, se vamos ter consumidor para pagar pelas novas tecnologias em um momento de forte queda de mercado como este".

Para o dirigente a questão não é exclusivamente brasileira: "Na Europa também estão discutindo postergação de marcos regulatórios. No momento estamos conversando sobre este tema internamente, mas esse debate haverá. Não somos contra a regulação, somos a favor, defendemos isso. Como Anfavea vamos coordenar a forma de ação que for decidida pelas empresas".

E não é apenas nos corredores da Anfavea que a postergação tem defen-

sores. Em evento virtual promovido pela AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, Ricardo Abreu, consultor da Bright, afirmou que programas como Rota 2030, Proconve P8 e Renovabio "constituem a fundação para o cenário da mobilidade do futuro, baseada na sustentabilidade, mas o que está acontecendo agora com a covid-19 afetará os programas de forma que sejam re-escalonados. Não poderá ser perdido o que já ficou estabelecido e o pouco que sobrar para se investir, em meio a tanta demanda por caixa, deve ser empregado no redesenho dos programas".

Como modificação viável o consultor citou o direcionamento da matriz energética no qual a indústria pretende concentrar seus esforços de desenvolvimento no futuro: "Os principais nomes do setor precisam utilizar o tempo, agora, para se perguntar para onde devemos seguir: se será mirando os biocombustíveis ou a eletromobilidade. Tudo ainda é muito disperso".

Na mesma linha Marcos Clemente, do conselho diretor da AEA, propôs que sejam promovidas mudanças nos programas setoriais, uma vez que "o momento é propício para que melhorias sejam feitas", em sua consideração: "Nem tudo nos programas setoriais depende de investimento, algo que deverá ser restrito na indústria por razões que já conhecemos. Concordo que a busca por um foco em termos de matriz energética é algo que poderia ficar mais claro na

política setorial da indústria brasileira".

Moraes insiste que "tivemos queda bruta de receita desde março, alguns investimentos terão que ser forçosamente repensados e outros estão congelados. Nossa nova projeção de mercado para 2020 é 45% menor do que a original, de janeiro, e 40% abaixo do realizado em 2019. O que precisaremos discutir é a forma de implementar as regras. Vamos tratar deste tema em breve".

Mas nem todos concordam: na condição de anonimato alguns executivos

entendem que ir ao governo pedir postergação de prazos regulatórios neste momento com a alegação de que não há dinheiro para investir nestes seria vexatório. Outros defendem que mexer agora em normas regulatórias poderia representar porta aberta para que outros itens da política setorial fossem alterados, como exigências de nacionalização e afins.

MAIS CINCO

Enquanto isso mais cinco fornecedores foram habilitados ao Rota 2030: no início de maio foram admitidos Denso, Maxiforja, NTN e Sogefi. E no início de junho o ministério da Economia homologou a Harman, fornecedora de sistemas de infotenimento para o segmento OEM e também de sistemas de áudio sob a marca JBL.

Com isso chegaram a 63 o número de companhia inscritas oficialmente, que passam a desenvolver programas próprios ou em conjunto para pesquisa e desenvolvimento locais de tecnologias automotivas.

Cabe a lembrança que a política automotiva hoje em vigor requer, independente de habilitação ao programa, que é voluntária, obrigatoriedade de aceitação de compromissos de melhoria de eficiência energética e de cronograma de segurança veicular. Quem não alcançar o índice estabelecido de melhoria na eficiência energética pagará multa de acordo com a evolução que obteve: quanto mais distante seu resultado de melhoria ficar do índice mínimo exigido, maior será a multa.

Restará, assim, saber em quais itens a indústria proporá alterações – se no cronograma em si ou na forma em que serão aplicadas as punições. A temperatura desta água ainda está morna, pois os problemas mais urgentes relativos ao retorno de atividades pós-quarentena ainda estão na frente na fila. Mas esse caldeirão tende a ferver muito em breve. ■



Divulgação/Jeep

AUTO DATA

Empresarial

44

FORD

Nova geração de picapes Ranger agrada consumidor e amplia participação no mercado brasileiro

O PROTAGONISMO DA FORD RANGER

Com versão mais atualizada e contando com tradição e alto prestígio, picape média da Ford bate recorde histórico de crescimento no mercado nacional

A Ford Ranger fez sua estreia no Brasil em 1994. Nestes 26 anos ganhou prestígio entre os amantes de picapes médias por oferecer dois dos mais apreciados atributos deste segmento: robustez e conforto. É o tipo de carro que conta com fã clube, lança tendências e está sempre protagonizando alguma inovação no setor.

Nos últimos anos, no Brasil, o segmento de picapes médias se expandiu. As picapes ganharam musculatura com suas cabinas mais amplas, ensejando maior robustez e, sob o capô,

os motores foram agregando mais cavalos de potência.

A Ford tradicionalmente lê muito bem as preferências, tendências e demandas dos segmentos onde atua. Mas é no de picapes médias que a empresa se supera. Não por outra razão a Ford Ranger sempre esteve entre as mais vendidas do Brasil pois é a picape que, normalmente, reboca as novas tendências e grandes inovações deste competitivo segmento.

A safra 2020 de picapes médias oferece ao mercado brasileiro uma vasta opção de picapes ainda mais encorpadas, confortáveis, tecnológicas e, sobretudo, potentes. Mas neste mercado a tradição fala alto e a Ford Ranger se destaca por ser a única que harmoniza todos esses ingredientes com uma vantagem extra: é uma das mais econômicas.

O resultado natural foi observado nos emplacamentos de maio passado quando o mer-



Divulgação/Agência Brasil

Ranger: recorde de participação no mercado



cado automotivo começou a registrar leve recuperação depois de dois meses de queda em função da pandemia Covid-19. A Ford Ranger apresentou recorde de participação e assumiu a vice-liderança das picapes vendidas no mês passado. Foram 1,4 mil unidades comercializadas com uma participação histórica de 24,2% no segmento, registrando expansão de 4,3 pontos percentuais em comparação com abril deste ano.

No ranking geral dos veículos mais vendidos da indústria em maio, a Ford Ranger ocupou a 13ª posição. A principal força da Ranger está nas versões intermediárias XLS, que contam com um conjunto robusto de desempenho, equipamentos e preço difícil de ser batido pelas concorrentes. Tanto é que sua participação chegou a 42,8% em maio, um salto de mais de 11 pontos percentuais comparado ao mês anterior.

Nas versões de entrada XL, a Ranger também cresceu e ficou em segundo lugar na categoria, com 12,5% de participação. Nas versões topo de linha, XLT e Limited, ela teve o segundo

melhor resultado do ano, com 18%. “Desde o lançamento da nova linha, no ano passado, a Ranger vem crescendo e passou a ocupar um novo patamar no mercado. A versão Storm, lançada há pouco, também foi muito bem recebida e tem contribuído para esse desempenho favorável”, diz Fabrizia Borsari, gerente de Marketing de Picapes da Ford.

O segmento de picapes tem resistido melhor à queda nas vendas que os demais setores da indústria, graças principalmente à força do agronegócio brasileiro, que é um grande consumidor desses veículos. Isso levou as picapes a atingir uma participação recorde dentro da indústria, na casa de 10%, praticamente o dobro do registrado nos últimos quatro anos.

“Cada vez mais os consumidores estão reconhecendo os atributos da Ford Ranger. Além de tecnologia com propósito, capacidade off-road e o melhor nível de segurança da categoria, ela oferece o menor custo de posse e excelente valor de revenda. Por isso dizemos que a Ranger está três anos à frente das concorrentes”.

ÔNIBUS MARCOPOLO: PEÇAS COM GRAFENO.

Ao longo do segundo semestre deste ano a Marcopolo pretende iniciar testes com aplicação de grafeno em novos componentes de ônibus. O objetivo é reduzir o peso total do veículo e ampliar a resistência estrutural, como a possibilidade de utilização e introdução em veículos de motorização 100% elétrica ou híbrida.

Segundo a empresa foi firmada no ano passado parceria com a Universidade de Caxias do Sul para o desenvolvimento do material e a produção local em escala industrial e já foram iniciados estudos de caracterização, que permitirão determinar qual a quantidade ideal de grafeno na composição do material que se relaciona diretamente com a resistência mecânica desejada para cada subsistema do produto.

A Marcopolo já vem realizando também estudos e pesquisas com o grafeno também associado ao aço e a diferentes polímeros que poderão resultar em grande ganho no peso. O material é duzentas vezes mais resistente do que o aço.

CASE IH MANTÉM CRONOGRAMA DE LANÇAMENTOS

A Case IH segue com seu plano de lançamentos para 2020 mesmo com a pandemia da covid-19. E meados de maio, a empresa apresentou duas novidades para o mercado nacional: a linha de plantadeiras Fast Riser 6100, dobrável e o pulverizador Pa-

triot 350, mais alto do que o anterior, o que proporciona maior capacidade de pulverização. Segundo comunicado da Case IH, os lançamentos "reforçam o compromisso de seguir trazendo novidades para os produtores, mesmo durante a pandemia".

BYD: HOMOLOGAÇÃO PARA FRETAMENTO.

A BYD concluiu a homologação da carroceria do ônibus de fretamento BYD D9F e, a partir de agora, poderá colocá-lo no mercado. O veículo foi desenvolvido para operações rodoviárias de curtas e médias distâncias. A autonomia do D9F é de 400 quilômetros, e seu powertrain elétrico desenvolve até 402 cv de potência por meio de dois motores integrados às rodas do eixo traseiro. A carroceria é a Marcopolo Viaggio 1050.

O ônibus BYD D9F tem 12 m 90 de comprimento, capacidade para 44 passageiros, é equipado com sistema de ar-condicionado, dispositivo de poltrona móvel para total acessibilidade, sistemas de som e entretenimento e tomadas USB em todas as poltronas.

AUDI R8 RETORNA AO BRASIL



Divulgação/Audi

A Audi anunciou o retorno do esportivo R8 ao mercado brasileiro a partir do segundo semestre, pelo valor único de R\$ 1,2 milhão, negociado por meio de venda direta. Será possível personalizar até dez itens do carro antes dele entrar na linha de produção: cores externas, acabamento, capa do retrovisor, cor do logotipo das argolas, rodas, etc. Segundo a companhia há quase 1,6 milhão de combinações possíveis.

"O Audi R8 é um veículo mítico, o mais esportivo e arrojado de toda a nossa gama, e que carrega um grau de exclusividade muito forte", disse, em nota, Johannes Roscheck, CEO e presidente da Audi do Brasil. O catálogo da linha 2021 do Audi R8 já está disponível nas concessionárias.

GM REGISTRA LUCRO NO PRIMEIRO TRIMESTRE

A General Motors reportou lucro de US\$ 300 milhões no primeiro trimestre, quando seus resultados sofreram impacto da pandemia da covid-19 na China e na Coreia do Sul, na primeira metade do trimestre, e na América do Norte e na América do Sul, a partir de março. Sua receita caiu 6,2% no período, para US\$ 32,7 bilhões.

Segundo a companhia, em comunicado, o impacto da covid-19 nos negócios chegou a US\$ 1,4 bilhão. As vendas nos Estados Unidos caíram 7% no trimestre, embora o segmento de picapes tenha apresentado alta – o que significa resultados financeiros melhores. Na China a GM vê um início de recuperação das vendas em março, quando foi registrado declínio menor na comparação com março de 2019.

FFTECH ESTUDA PRODUÇÃO NACIONAL DE CÂMERAS AUTOMOTIVAS

A FFFTech iniciou a importação e a venda do Mobileye no Brasil, um sistema de câmera da Intel que monitora o percurso do veículo e alerta o motorista sobre diversas situações de trânsito. E já estuda a produção local a partir de 2021. O plano já está em andamento e, agora, a empresa aguarda que o mercado volte ao normal, depois da pandemia, para que o projeto volte a caminhar.

Para produzir a câmera aqui, a empresa precisa de um volume anual considerável, algo em torno de 10 mil unidades. O foco está no segmento de veículos

leves, no qual a empresa avançou no começo do ano. FCA, Ford e GM já procuraram a empresa para testar o equipamento. No caso da GM os estudos são para equipar todos os seus veículos no futuro, enquanto a Ford está testando o equipamento na Ranger. A FCA não decidiu ainda se avançará com o projeto, mas também tem interesse em iniciar os testes. Negócios também foram fechados com a Mercedes-Benz e a Volkswagen Caminhões e Ônibus no ano passado, que usaram o equipamento para equipar veículos especiais produzidos para frotistas.

VENDAS DO GRUPO TRATON CAEM 20% NO TRIMESTRE

As vendas do Grupo Traton, formado por MAN, Scania e Volkswagen Caminhões, caíram no primeiro trimestre deste ano. Até março, os volumes conjuntos somaram 46 mil unidades vendidas, resultado que representa vendas 20% menores do que aquelas registradas no primeiro trimestre de 2019.

Segundo a empresa, os efeitos da pandemia de coronavírus estão afetando fortemente a economia como um todo e

isso também vale para o grupo. As vendas menores refletiram em menor receita no período: a Traton registrou € 5,7 bilhões de faturamento, 11% a menos do que no janeiro a março do ano passado. A queda nas vendas unitárias das três marcas foi mais acentuada na Europa, com declínio de 30%, enquanto a América do Sul conseguiu registrar crescimento de 4% nas vendas unitárias devido a desempenho positivo do Brasil, informou o balanço.

TOYOTA SUPERA 15 MI DE HÍBRIDOS

A Toyota superou a marca de 15 milhões de veículos híbridos comercializados em todos os mercados nos quais está presente. As vendas nesse segmento começaram com o Prius, em 1997 e atualmente são 44 os modelos híbridos das marcas Toyota e Lexus.

Em 2019 a empresa liderou o segmento eletrificado no Brasil com 65% das vendas. A Toyota oferece aos clientes brasileiros três opções: o novo Corolla, primeiro híbrido flex do mundo e que foi desenvolvido e produzido no Brasil, o Prius e o RAV4, híbridos a gasolina -- mas quer eletrificar todo seu portfólio até 2025.

FIAT LANÇA VERSÃO AMBULÂNCIA DO FIORINO

A Fiat passou a oferecer no mercado brasileiro mais uma versão do utilitário Fiorino: a Ambulância Simples Remoção. O modelo, assim como a Ducato, que tem uma configuração ambulância, foi adaptado para transportar pacientes que não apresentam risco para remoções simples e eletivas. Na sua parte interna o Fiorino recebeu isolamento térmico e acústico, revestimentos laterais e teto em ABS para tornar a higienização mais fácil e piso em compensado naval, também revestido em ABS. Traz maca retrátil, banco do acompanhante com dois postos e suportes para cilindro de oxigênio e soro, além de armário, porta-pranchetas, porta-copos e iluminação em LED. Por fora sirene eletrônica.



Divulgação/FCA

MAIS QUATRO HABILITADAS AO ROTA 2030

Mais quatro empresas entraram na lista das habilitadas ao Rota 2030, a política industrial para o setor automotivo em vigor desde 2018. Com a integração de Maxiforja, Sogefi, Denso e NTN, subiu de 58 para 62 o número de habilitações ao programa federal. Suas inclusões foram feitas por meio de portaria assinada em março, com posterior publicação no DOU, Diário Oficial da União, em abril.

A relação das companhias habilitadas já foi atualizada na página do Ministério da Economia na internet. A Maxiforja produz componentes estruturais para veículos comerciais em fábrica instalada Canoas, RS, e a Sogefi é fabricante de filtros e molas para automóveis e veículos comerciais e mantém quatro fábricas no País: Gravataí, RS, Mateus Leme, MG, Jarinu e Mogi Mirim, SP.

FPT ADQUIRE POTENZA TECHNOLOGY

A FPT anunciou a aquisição de 100% da Potenza Technology, empresa especializada em design e desenvolvimento de sistemas de propulsão elétrica e híbrida. Sediada em Coventry, Reino Unido, a Potenza Technology desenvolve esses tipos de motores desde 1999.

MARELLI COFAP EXPANDE PARA PESADOS

A Marelli Cofap Aftermarket expandiu seu portfólio de amortecedores Cofap para veículos pesados com o lançamento de quatro códigos novos modelos para os caminhões Mercedes-Benz Actros e Axor e o MAN TGX. O

amortecedor L.12770, dedicado aos caminhões da Mercedes-Benz, é a novidade para os ônibus da própria montadora. A Marelli Cofap também lançou um novo código para o Ford Cargo 3031 e para o Ford Cargo 1317 e 1517.

PRODUÇÃO DE MOTOS RECUA 98%

As fábricas de motocicletas instaladas no Polo Industrial de Manaus, AM, produziram em abril 1 mil 479 unidades, volume 98,4% inferior ao registrado no mesmo mês de 2019. Segundo a Abraciclo, entidade que representa as empresas fabricantes de motocicletas, em abril do ano passado a produção somou 91,3 mil unidades. De acordo com o presidente Marcos Fermanian, em nota: "A produção ficou estagnada em abril, pois 70% das fábricas de motocicletas paralisaram suas atividades produtivas como medida de prevenção e segurança de seus colaboradores". O quadrimestre fechou em queda de 18,7%, somando 299 mil motocicletas produzidas.

FOTON EXPANDE REDE COM EX-FORD

A Foton aumentou o tamanho de sua rede nos últimos meses com a adesão de grupos que antes eram concessionários Ford Caminhões. Em entrevista ao canal MTED, Ricardo Mendonça de Barros, seu diretor comercial e de desenvolvimento de rede, disse que foram assinados quinze contratos que representam, na prática, trinta pontos de vendas adicionais à rede de 27 lojas, todos ex-Ford. A meta segundo o executivo, é fechar o ano com sessenta lojas.

PISTA DE TESTES ZF EM LIMEIRA COMPLETA 50 ANOS

A ZF celebrou os 50 anos da sua pista de testes localizada em Limeira, interior de SP, que ocupa uma área de 429 mil m² e permite o teste de veículos leves e pesados -- com limite de 10 toneladas por eixo. Só no ano passado a

companhia registrou mais de 10 mil horas de testes na pista que já foi usada por muitos veículos produzidos no País.

A pista permite diversos testes como frenagem, arrefecimento, ruídos, stop and go, aceleração,

retomada, consumo de combustível e até homologação de novos sistemas de freio. A unidade é usada por diversas montadoras que testam os veículos e suas tecnologias em condições extremas.

HYUNDAI LANÇA CRETA ACTION



Divulgação/Hyundai

A Hyundai lançou a versão Action de seu SUV Creta, uma nova opção de entrada com câmbio automático, a R\$ 80 mil. Segundo a companhia a nova versão reforça a relação custo-benefício do veículo no mercado nacional. A versão Action tem piloto automático, sensor de estacionamento traseiro, vidros elétricos, abertura das portas e dos vidros por meio da chave, ar-condicionado, controle de estabilidade e rádio blueAudio. O seu lançamento fez com que o preço da versão Attitude 1.6 MT, de entrada, fosse reduzido em R\$ 5 mil.

JOHN DEERE PRODUZIRÁ NOVA MOTONIVELADORA NO BRASIL

Nos próximos meses a John Deere iniciará a produção da sua linha de motoniveladoras em Indaiatuba, SP, encerrando a importação das duas versões dos Estados Unidos. A expectativa é a de que as vendas da máquina nacional comecem em novembro. A empresa não revelou o valor do investimento, mas deu pormenores das mudanças feitas na unidade do Interior paulista, como a instalação dos equipamentos da nova linha de montagem, mudanças na linha

de pintura, novos equipamentos para corte e dobra de chapas de aço, robôs de solda e novo centro de usinagem.

A decisão de nacionalizar estas máquinas foi tomada em 2018 e levou em consideração uma série de fatores, como a recuperação do mercado e as boas perspectivas para os anos seguintes. Mesmo com o mercado afetado pela pandemia da covid-19 a John Deere manteve seus planos.

BRIDGESTONE AMPLIA OFERTA FIRESTONE

A Bridgestone ampliou oferta de pneus Firestone para o segmento agrícola com a adição dos modelos Performer EVO. De acordo com a empresa o produto é para aplicações de média e alta potência e proporciona maior durabilidade e tração para máquinas agrícolas. Os novos pneus da linha têm garantia de oito anos para defeitos de fabricação.

SUMITOMO DOBRA PRODUÇÃO DUNLOP

A Sumitomo, controladora da Dunlop, finalizou aporte para dobrar a capacidade de produção de pneus para caminhões e ônibus em Fazenda Rio Grande, PR, e anunciou a conclusão do investimento de R\$ 153 milhões para duplicar a produção da unidade paranaense. A produção, neste ritmo, segundo a fabricante, já ocorre desde abril.

TRUCKVAN APRESENTA LINHA GRANELEIRA

A Truckvan ampliou seu portfólio com o lançamento da linha graneleira, depois de entrar no segmento de implementos pesados em 2019 e registrar o maior faturamento de sua história. A empresa oferecerá três versões: semirreboque, bitrem e rodotrem. Luiz Carlos Cunha Júnior, diretor comercial da Truckvan, acredita que o lançamento fortalecerá a empresa no fornecimento para o segmento agrícola: "Temos alguns diferenciais como o peso do nosso semirreboque, que é um dos mais leves do mercado".

MWM MODIFICA CANAL ON-LINE

No início de maio a MWM promoveu melhorias técnicas no seu canal de vendas on-line, a Loja MWM. A empresa informou que houve modificações nos mecanismos de buscas pró-produtos do site. Houve também a inserção de novas imagens e listas de informações sobre a oferta online. O canal, hoje, oferece 1,2 mil peças para vendas.

HONDA PRODUZ ÚLTIMO AUTOMÓVEL NA ARGENTINA

A Honda produziu a última unidade do HR-V na fábrica de Campana, Argentina, na sexta-feira, dia 22 de maio, segundo o site local argentino Autoblog, parceiro da AutoData. O último HR-V argentino saiu das linhas de produção pintado de branco, com listras azuis e o sol na lateral, fa-

zendo menção à bandeira do país.

A Honda foi a primeira montadora de automóveis a reabrir a fábrica na Argentina (após paralisação por causa da covid-19 e, poucos dias depois, encerrou sua produção local para focar na fabricação de motocicletas, decisão que foi tomada e di-

vulgada já no ano passado. A fábrica de Campana produziu automóveis de 2015 a 2020, começando pelo City, que também foi o primeiro a ter a produção paralisada e transferida para o Brasil. No Caso do HR-V o mercado local será abastecido com unidades importadas do México.

BMW ABRE LOJA NO INSTAGRAM E NO MERCADO LIVRE

De olho nos 530 mil seguidores a BMW inaugurou em seu perfil no Instagram uma loja virtual. De início estão disponíveis cinco modelos: 118i Sport GP, 218i Sport GP, 320i Sport X1, sDrive20i GP e X2 sDrive18i GP. Ao clicar no ícone de uma sacolinha no perfil, o seguidor tem a possibilidade de iniciar a negociação – que segue depois nos moldes tradicionais, com o contato de um vendedor de concessionária.

Durante o mês de maio, a empresa abriu também uma loja no Mercado Livre, uma das principais plataformas de comércio eletrônico da América Latina. Mas, diferentemente da General Motors que também fez iniciativa semelhante, só venderá, ao menos por enquanto, modelos seminovos e usados que fazem parte dos programas BMW Premium Selection e MINI Next.

MERCEDES-BENZ CRIA SHOWROOM VIRTUAL

A Mercedes-Benz deu mais um passo em direção às vendas digitais com a criação de um showroom virtual para seus caminhões, ônibus e vans, novos, e os seminovos da rede Select-Trucks. Em menos de um mês, em parceria com a startup MobiAuto, desenvolveu plataforma

que pode ser acessada por meio de computador, smartphone e tablet. A rede de concessionárias e a Assobens participam da iniciativa.

Roberto Leoncini, o vice-presidente de vendas e marketing para caminhões e ônibus, admitiu: não tem ideia de quantos

caminhões, ônibus ou vans serão negociados por meio da concessionária virtual: "Estamos seguindo a direção que, acreditamos, seja a certa. Não é uma ruptura: a venda online não substituirá a física, as duas modalidades coexistirão. E uma será complementar à outra".

GATES DOA US\$ 535 MIL PARA COMBATE À COVID-19

A Gates Corporation, por meio da Fundação Gates, doou mais de US\$ 535 mil para organizações sem fins lucrativos que estão à frente do atendimento e à assistência às vítimas da covid-19.

Foram beneficiadas ONGs, hospitais, bancos de alimentos e organizações.

No Brasil a Gates produz em Jacareí, SP, e indicou

como beneficiária a Santa Casa de Misericórdia local. A Gates do Brasil segue monitorando a evolução da pandemia com o objetivo de gerenciar, adaptar e colocar em uso protocolos de segurança para atender seus clientes e manter os níveis de empregos, protegendo seus funcionários, suas famílias e membros da comunidade em cada região.



Divulgação/VW

VW: BRANDSTÄTTER E DIESS

O Grupo Volkswagen nomeou Ralf Brandstätter (*foto*) CEO da marca Volkswagen, sucedendo a Herbert Diess, que permanece como CEO do Grupo VW – ele acumulava os dois cargos. As mudanças começarão a valer oficialmente a partir de 1º de julho. Alemão de Brunswick, 51 anos, engenheiro industrial, ingressou no Grupo VW em 1993. Passou pela área de powertrain, chefiou a Seat na Espanha e passou a integrar o board em 2015. Desde agosto de 2018 ocupava o cargo de COO da divisão de veículos de passageiros da Volkswagen.



Christian Castanho

AMG: SCHIEMER

A Mercedes-Benz nomeou Philipp Schiemer novo presidente da Mercedes-AMG, divisão de veículos de alto desempenho do Grupo Daimler. Ele sucederá a partir de 1º. de agosto a Tobias Moers, que deixou a empresa para ocupar cargo de CEO da Aston Martin. O anúncio representa uma reviravolta no destino do executivo na companhia: em fevereiro foi anunciado que Schiemer assumiria o cargo de chefe mundial de marketing, vendas e serviços da Daimler Buses, o que acabou não acontecendo. A Daimler não informou as razões que a levaram a mudar de decisão. De todo modo Schiemer segue como presidente da Mercedes-Benz do Brasil enquanto são resolvidos trâmites no Brasil e na Alemanha para seu retorno à Europa – aeroportos fechados pelas medidas sanitárias de isolamento provocaram alterações no cronograma inicial. Seu sucessor no País segue inalterado: Karl Deppen assumiria o posto em 1º. de maio, mas a pandemia também atrasou a sua chegada.



Divulgação/MBB

MERCEDES-BENZ: BURGER

A Mercedes-Benz nomeou Jens Oliver Burger diretor geral do Regional Center Daimler Latina, área responsável pelas exportações de caminhões e ônibus M-B, Freightliner e Mitsubishi para a América Latina. O executivo, que antes estava na Mitsubishi Fuso Truck and Bus, em Tóquio, assumiu em 1º de junho. Ingressou na Daimler em 1998 como estagiário, passando, depois, pela área de vendas e marketing de peças até chegar, em 2015, à Daimler Trucks Asia.



Divulgação/Kia

KIA: BORGHETI

A Kia Motors contratou o engenheiro mecânico Anselmo Borgheti para ocupar sua diretoria comercial de vendas, marketing e planejamento de rede. O executivo exerceu a mesma função na Hyundai Cooa nos últimos seis anos e tem passagem, também, de dezesseis anos, na Toyota – dos quais dois foram na matriz, em Nagoya, Japão.



Divulgação/Nissan

NISSAN: COUSSEAU

A Nissan anunciou Airton Cousseau como seu vice-chairman para a América Latina. O executivo será responsável por liderar a estratégia da Nissan em 38 países da região, incluindo ações de marketing e vendas. Antes vice-presidente sênior de marketing e vendas da Nissan América do Norte.

Especial reunião ministerial em Brasília, DF, 22 de abril de 2020, que serviria para debater o programa Pró-Brasil, de recuperação econômica para o período pós-pandemia.

“O foco aqui não é na solução do problema. O foco hoje, de maneira geral, é [encontrar] quem é o culpado.”

Walter Braga Netto, chefe da Casa Civil

“Não pode um ministro, pra querer ter um papel preponderante esse ano, destruir a candidatura do presidente, que vai ser reeleito se nós seguirmos o plano das reformas estruturantes originais”

“Vamos fazer todo o discurso da desigualdade, [de que] vamos gastar mais, precisamos eleger o presidente. Mas o presidente tem que pensar daqui a três anos. Não é daqui a um ano não.”

“Não vai ter molezinha pra empresa aérea, pra nada disso. É dinheiro que nós vamos botar usando a melhor tecnologia financeira lá de fora. Nós vamos botar dinheiro, e vai dar certo e nós vamos ganhar dinheiro. Nós vamos ganhar dinheiro usando recursos públicos pra salvar grandes companhias.”

Paulo Guedes, ministro da Economia

“Se pudesse colocar em algum momento desse plano alguma referência importante também à segurança pública e a controle da corrupção... foram dois temas centrais nas últimas eleições.”

Sérgio Moro, então ministro da Justiça

“Qual é o grande ponto que a gente tem que evitar? O cara que tá quebrado, já estava quebrado antes e quer a nossa molezinha. Claramente tem que ajudar e eu concordo, tanto que nós emprestamos R\$ 43 bilhões pro segmento imobiliário. 1,5 milhão de pessoas deixaram de ser demitidas. Agora, não é pra todo mundo não! Aquela empresa que já estava quebrada antes, por que que a gente vai dar molezinha?”

Pedro Guimarães, presidente da Caixa Econômica Federal

“Aí vem um garoto aqui, ó, com todo o respeito, o do BNDES, tá? [Gustavo Montezano, presidente do banco] Eu o conheci ele usava calção. Pô, ele veio dos Estados Unidos pra cá, podia tá muito bem lá. Veio pra cá pra tentar mudar o Brasil a convite do Paulo Guedes, que é amigo dos pais dele. Por coincidência, não é, Paulo Guedes? Acho que não.”

Jair Bolsonaro, presidente da República



**JUNTOS.
EM TEMPOS DESAFIADORES.
EM TODOS OS TEMPOS.
PARA O MUNDO NÃO PARAR.**



Respeite os limites de velocidade



SCANIA

FIAT ARGO TREKKING

NOVO FIAT ARGO TREKKING
COM CÂMBIO AUTOMÁTICO.

Leo Burnett TM



HILL HOLDER / ESC + TC
CONTROLE NAS RAMPAS E
ESTABILIDADE NAS CURVAS



A MAIOR ALTURA DO
SOLO DA CATEGORIA /
PNEUS DE USO MISTO



CENTRAL MULTIMÍDIA UCONNECT™ /
CONEXÃO COM WAZE POR APPLE
CARPLAY E ANDROID AUTO



No trânsito, dê sentido à vida.



SAC: 0800 707 1000 / 0800 282 1001

Imagem meramente ilustrativa, com alguns itens opcionais. 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.

FIAT