Ano 28 | Julho 2020 | Edição 368

AUTODATA

From the Top
Vilmar Fistarol, da CNH Industrial

EXCLUSIVO
Pesquisa global KMPG: o que há de novo à frente.

RECONHECIMENTO 1
O Ranking AutoData de Qualidade e Parceria 2020

RECONHECIMENTO 2
Os laureados de 2019 por Toyota, Caoa e AGCO

ANIVERSÁRIO
Os vinte anos da Arara Azul da General Motors

LANÇAMENTO

PELA STRADA AFORA EU VOU BEM SOZINHA

NOVO CHEVROLET TRACKER. O SUV QUE VAI DAR UM RESTART NA CATEGORIA.

3 ANOS DE GARANTIA

O mundo dos SUVs não para de evoluir. E o novo Chevrolet Tracker chegou para virar o jogo: ele vem com 6 airbags, MyLink de 8", Wi-Fi nativo* e o motor turbo mais econômico da categoria em todas as versões. Tudo de série. Conheça!

FIND NEW ROADS™

chevrolet.com.br/suvs/novo-tracker

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

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 nativo é um serviço prestado pela Claro S.A. Degustação gratuita do serviço de Wi-Fi não disponível na versão direcionada ao público PcD.

WMcCANN | CHEVROLET

EXCLUSIVO
ESTUDO GLOBAL 18

Pesquisa global KPMG aponta aumento da localização, sustentabilidade e declaração de origem da matéria-prima como novos caminhos para o setor

LANÇAMENTO
FIAT 26

A Strada é líder nos clientes que a utilizam para o trabalho. Com nova geração quer entrar também no cesto dos clientes que usariam para lazer.

LANÇAMENTO
VOLKSWAGEN 32

Finalmente são divulgados os preços e a estratégia de mercado adotada para o Nivus, que ganhou lote extra no sistema pré-venda

LANÇAMENTO
CAOA CHERY 36

Produzido em Jacareí, no Vale do Paraíba, SP, novo Arizzo 6 amplia oferta de sedãs da marca, antes isolada com o Arizzo 5

FORNECEDORES
RECONHECIMENTO AUTODATA 38

Ranking AutoData de Qualidade e Parceria chega à sua sétima edição avaliando os fornecedores mais reconhecidos pelas montadoras nos últimos 36 meses

EVENTO
SEMINÁRIO AUTODATA 40

Por conta da covid-19 neste ano o tradicional evento de revisão das perspectivas foi realizado de forma virtual, com transmissão ao vivo

ANIVERSÁRIO
GM GRAVATAÍ 44

Fábrica da General Motors em Gravataí, RS, berço da Arara Azul, chega aos 20 anos com números e títulos impressionantes

NEGÓCIOS
SERVIÇOS 46

Pandemia acelera novas modalidades para seguros automotivos, como cobrança por quilometragem, pay-per-use e vistoria virtual

FORNECEDORES
RECONHECIMENTO 50

Revelamos a lista completa dos vencedores das premiações de melhor fornecedor de 2019 oferecidos no último mês por Toyota, Caoa e AGCO

AUTODATA Empresarial

56 AXALTA
Flexível e pronta para atender todas as demandas de seus clientes, empresa é premiada pelas exigentes fabricantes japonesas e coreanas.

58 BECOMEX
Consultoria inova com estratégia colaborativa para setor automotivo superar mais rapidamente a crise causada pela pandemia.

60 FORD
Na CES, em Las Vegas, e agora, na Campus Party virtual, montadora demonstra que se tornou provedora de soluções para a mobilidade do futuro

62 PPG
Com nova geração de tintas que entrega mais eficiência, fabricante é reconhecida pela Toyota do Brasil como fornecedora que agrega valor ao produto final

64 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS
As movimentações e novidades das empresas que atuam no setor automotivo nacional

67 AGÊNCIA AUTODATA GENTE

6
LENTES
Os bastidores do setor automotivo. E as cutucadas nos vespeiros que ninguém cutuca.

10
FROM THE TOP
Vilmar Fistarol, presidente da CNH Industrial para a América Latina, oferece sua visão e experiência

68
FIM DE PAPO
As manchetes mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidas a dedo pela nossa redação

Surpreender é o atalho

Por Marcos Rozen, editor

Julho já é o quinto mês em que vivemos diretamente as consequências da covid-19. E aparentemente as coisas começam, mesmo que muito lentamente e de uma forma diferente à que estávamos acostumados, a retomar seu funcionamento, sua atividade.

No setor automotivo em particular desponta uma interessante estratégia que aparentemente está sendo o caminho escolhido pelas montadoras: para trazer o cliente de volta à loja é preciso um argumento forte, e nada é mais forte do que novidades – belas novidades. Só no mês passado foram três: Fiat Strada, VW Nivus e Caoa Chery Arrizo 6.

A tática está dando resultado e desponta como um bom atalho para pelo menos diminuir os prejuízos diante da aparente ciência que deste governo muito pouco ou nada se pode esperar em termos de entendimento, conhecimento de causa e medidas rápidas e eficientes.

O tempo ao tempo também aparece claramente na entrevista From the Top com Vilmar Fistarol, presidente da CNH Industrial, que reconheceu que, ainda bem, nas palavras dele, o cenário imaginado para este segundo semestre pode não ser tão negativo quanto se imaginou em março, abril.

Naturalmente que muita coisa deverá mudar, o que não é má notícia, e neste ponto trazemos com exclusividade a nova edição da pesquisa global da KPMG, que ouviu mais de 1 mil executivos de todo o mundo.

Esperamos, assim, também surpreender você, leitor, no momento em que igualmente retomamos a referência para o volume de páginas de nossas edições. Boa leitura e fique bem, fique seguro.

autodata.com.br AutoDataEditora autodata-editora @autodataeditora

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 **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto Divulgação/FCA **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 5189 8900: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Giadas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 5189 8900 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **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

DOIS REQUERIMENTOS

O que fazer se vier a desglobalização?, ouvi outro dia de jovem colega jornalista. Esta é, sim, uma discussão instigante a envolver pessoas ligadas ao setor da produção e venda e manutenção de veículos. Mas há outra pergunta, que me martela a mente: conseguiremos nos manter apesar de nossa reconhecida e indomável falta de competitividade? Em tempos de pandemia, que favorecem leituras e trocas de ideias, que permitem a reflexão, talvez fosse hora de consultar os santos e verificar se a estrutura de política econômica do País ampara a existência da indústria de veículos como a conhecemos. Acredito que sucessivas décadas na condição de país do futuro desafiaram outros deuses, que ignoram a língua portuguesa, nossos usos e nossos costumes, a alterar uma dinâmica que considerávamos perene: a do país do futuro com um mercado apetitoso e de custos baixos, a começar pelos salários. Há décadas ignoramos pelo menos duas indicações claras das empresas que têm tido o hábito de investir aqui: simplificação e realismo tributário e infraestrutura decente.

StockFreedom

Por Vicente Alessi, filho

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

DOIS REQUERIMENTOS 2

Sucessivos governos não demonstram nenhum interesse especial em desmontar sistemas que parecem herdados do Império. Ou da Primeira República. Parece que se dão melhor no reino da penumbra, no meio-escuro. Mesmo assim há quem ouse sonhar com veículos autônomos como se estivesse na Bélgica, digamos, e que nossa parcela Índia não existisse, ficasse nas franjas da República. Mas nossa parcela Índia é exatamente aquela que permite, por exemplo, a barafunda tributária e o caos tomar posse, pouco a pouco, da infraestrutura – e que, no nosso meio, a palavra competitividade tenha o sentido de um palavrão. Se é que o mundo mudou – não tanto quanto muitos acreditam mas só um pouco – é preciso ir mais fundo no estudo das consequências que nos legam os novos tempos e definir o que o País quer. Isso é papel das lideranças.

DIAL* DA RÁDIO-PEÃO

Era uma vez... e eis que chega o novo executivo chefe da empresa. Sua fama o precedia, já informava a rádio-peão: passagem discreta por duas empresas de segmentos afins, das quais saíra sem muitas explicações, e a vontade incontida de ser o primeiro CEO gerado pela área de recursos humanos. "Recursos humanos nada: nós somos Gente e Gestão", anunciou, pimpão, na primeira reunião que armou com os funcionários. No seu primeiro perguntas-e-respostas insistiu representar "a nova empresa" e ser a sua "transparência". A rádio-peão reagiu como todas as rádios-peão sabem reagir: duvidou e fez pouco. Este é o seu papel, o desse ente incorpóreo que as administrações geralmente não conseguem entender nem lidar muito menos domar.

DIAL DA RÁDIO-PEÃO 2

A rádio-peão fez muxôxo para o recém-chegado executivo: o baixo clero achou esquisitíssimo o seu linguajar de auto-ajuda para entusiasmar a galera, nunca vira um colarinho branco gritar uau e bradar é-faca-na-caveira com energia digna do Bope. Por óbvio, sabem alguns, não se deve menosprezar a inteligência do baixo clero com lugares-comuns primários e com promessas de céu azul de brigadeiros e de mar verde de almirantes: "Co'a faca na caveira faremos desta a maior e mais importante empresa do setor". Todo aquele entusiasmo era gabola e todo o lugar comum miliciano, de faca e caveira, descaradamente irrelevante. Inócuo. E não adianta brandir o livrinho que explicita a política de compliance da companhia, pois a galera despreza políticas que não são aplicadas e cabíveis a todos.

DIAL DA RÁDIO-PEÃO 3

Pois havia quem desconfiasse de tanta animação e o rolar dos meses mostrou o foco da nova administração: preparar a empresa para venda ou incorporação. E o dial da rádio-peão manteve sua audiência campeã pois venda ou incorporação tem outro sinônimo, até jornalistas sabem: demissões. Primeiro poucas por semana, poucos notavam, depois um pouco mais, e a cada dia uma surpresa até que ganhou o porte da rotina. Quem mexe com recursos humanos deveria saber que sua onda pode, com facilidade, transformar-se em tsumani mas o otimismo, como em um palanque suicida, falou mais alto: Gente e Gestão tomou a ofensiva e todas as providências até para participar de concurso de láurea final que muitas empresas perseguem, que é ser reconhecida como um bom local para se trabalhar – diante das circunstâncias algo como o último baile na ilha Fiscal ou no salão de festas do Titanic. Alguém teve o bom senso de sugerir abandonar o projeto. A credibilidade da nova administração junto aos funcionários passou definitivamente para a coluna dos déficits.

DIAL DA RÁDIO-PEÃO 4

Esta história, real, ainda não terminou. Não é pior do que muitas outras, muito menos melhor. Implica fazer conscientemente um serviço sujo com pessoas a quem se cobra e se reclama empenho e lealdade, sangue, suor e lágrimas. Implica mentir, iludir pessoas todos os dias e muitas vezes, e implica, também, a possibilidade de ser apanhado co'as calças na mão, de construir má fama profissional, de passar vergonha na frente dos outros. Ao longo do tempo o mundo corporativo e os iguais até podem ignorar isso tudo, dar-lhe valor marginal. Mas a rádio-peão! ah, essa não esquece, contem com isso.

* Botão que aciona a sintonia

Caminhões
Ônibus
Constellation 24.260 Robust
Com condições imperdíveis
Sem entrada
1ª parcela
só daqui a 6 meses
60x com taxa de
0,99% a.m.

Imagens meramente ilustrativas.

Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

www.vwco.com.br. Oferta válida de 1/7/2020 a 31/7/2020 ou enquanto durarem os estoques nas Concessionárias Volkswagen Caminhões, custo de frete incluso. Esta oferta é válida somente para a aquisição dos caminhões Constellation 24.260 zero-quilômetro. Na aquisição do veículo zero-quilômetro Constellation 24.260, 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 0,99% a.m. e 12,55% a.a. para financiamento em até 60 meses. Sujeito à aprovação de crédito. 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 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. SAC: 0800 770 1926. Acesso às pessoas com deficiência auditiva ou de fala: 0800 770 1935. Ouvidoria: 0800 701 2834.

Entrevista a Leandro Alves e Márcio Stéfani

Ensinamentos a aplicar

Vilmar Fistarol é o presidente da CNH Industrial para a América Latina, o que significa que responde, na região, por companhia detentora de seis marcas: Case Construction Equipment, Case IH, FPT Industrial, Iveco, New Holland Agriculture e New Holland Construction. Ou seja: ele é o responsável por gerir operações que produzem de motores diesel até veículos militares, passando por caminhões e máquinas agrícolas e rodoviárias.

Ele é, também, integrante do board mundial da CNH Industrial.

Iniciou carreira no grupo em 1991, na Fiat Automóveis, na área de compras. Foi diretor de compras Fiat em várias regiões do mundo e chegou a CEO global da Fiat Group Purchasing, além de director presidente da Teksid para Nafta e Mercosul, vice-presidente de recursos humanos da Fiat América Latina e vice-presidente executivo da Fiat Argentina. Também foi presidente da SAE Brasil no mandato 2007-2008.

Nesta entrevista concedida com exclusividade, cada um de sua casa, tanto o entrevistado quanto os entrevistadores, reunidos em ambiente virtual, o executivo falou do momento atual, com um cenário aparentemente mais claro com relação à pandemia, Euro 6, plano de spin off e muito mais. Confira.

Como definir o atual momento diante das consequências da pandemia da covid-19 para os negócios? Pode-se dizer que o pior já passou?

A complexidade é muito grande, pois somos o maior conglomerado de bens de capital da América Latina. Atuamos em vários segmentos: motores diesel, caminhões, máquinas agrícolas e rodoviárias, veículos de defesa etc., e em diversos países. Evidentemente estamos trabalhando com o máximo de cautela, e isso vem desde o início de março, tanto no nível global quanto local. Três meses atrás o pânico era geral, sem sabermos quando poderíamos retornar. Trabalhamos em pilares: proteção das pessoas, dos clientes, concessionários e fornecedores e continuidade dos negócios. Nesse meio tempo estudamos os vários cenários possíveis, foi um grande exercício. Erramos em quase todos, e ainda bem, porque estávamos assustados, fomos conservadores, pessimistas: era muito difícil prever qualquer coisa no meio daquele quadro. Ainda hoje é precipitado fazer previsões, mas agora vemos um cenário que se recupera a cada dia, alguns setores foram menos impactados do que esperávamos. Quero crer que o cenário será menos crítico do que parecia, ainda que, insisto, continue a ser difícil projetar qualquer coisa.

O agronegócio foi fundamental para esse menor impacto?

O agronegócio mostrou a força que tem, e todos os fatores geopolíticos e macroeconômicos que o envolvem têm sido determinantes. O câmbio gera preocupações de custo, mas por outro lado exerce papel importante nas exportações. A tendência é de certa estabilidade.

Divulgação/CNH Industrial

> "Trabalhamos com vários cenários possíveis e erramos em quase todos. Ainda bem, porque estávamos assustados, fomos conservadores, pessimistas."

E no caso dos caminhões?

A queda no PIB tem impacto sobre os veículos comerciais. Alguns bancos passaram agora a falar em PIB 4,5% negativo este ano, e, sinceramente, se ficar nesse nível será bastante positivo levando em conta que se chegou a falar em menos 10, menos 12, ou até pior para alguns segmentos particularmente. Ainda acredito mais em algo de menos 5 a menos 6, o que também ainda seria positivo olhando para a frente, mas dependerá de como as coisas andarão daqui adiante, especialmente no último trimestre e no ano que vem. Esse é o fator mais importante: a velocidade com que as coisas andarão. Acredito que será positivo, mas dependerá de uma série de fatores como a cadeia de fornecedores, não só no Brasil como no resto do mundo.

A cadeia não está conseguindo acompanhar a retomada no mesmo ritmo das fabricantes de veículos?

Já vivemos algumas consequências, diretas e indiretas, pois uma parte da tecnologia dos nossos produtos é importada. Há dificuldades na retomada da produção mas a principal, e seriíssima, é de logística e distribuição. Está muito complicado. Hoje não falamos mais se vamos usar, ou não, frete aéreo: a questão é se vamos conseguir encaixar a carga no frete aéreo. Não há voos disponíveis. As companhias estão usando voos de passageiros para completar a falta de viajantes com carga, mas há menos voos e neste cenário o espaço é limitado.

Isso não leva a um aumento de custo, abrindo maiores oportunidades à localização de componentes?

Localizar componentes não é rápido. Não é como copiar o que tem na prateleira e pronto, começa a produção amanhã. Há um prazo de desenvolvimento, um investimento inicial... é coisa para um, dois anos no mínimo. Um ano seria muito rápido. Quando falamos de importação é sobre tecnologia embarcada, e infelizmente o Brasil não está preparado para localizar esse tipo de tecnologia. Temos que trazer o fornecedor, e ele tem que estar preparado. Pode ser que quando você estiver pronto para isso o câmbio dê um refresco, o que desestimula a iniciativa e volta-se à estaca zero. É difícil ter equilíbrio, é preciso dar tempo ao tempo. Temos uma equipe dedicada apenas a pensar em custos e oportunidades, inclusive localização, avaliamos isso o tempo inteiro. Mas, de toda forma, é certo que no geral a corrida por nacionalização será maior do que temos visto nos últimos anos.

E o que indica o segmento de máquinas de construção?

A construção está relativamente bem, mas às custas de preços desastrosos, o que é piorado pela valorização cambial. Isso é insustentável. É complicado falar de preços nesse momento, mas os investimentos têm que ser pagos, não há o que fazer. A indústria da construção vive uma boa expectativa com o novo marco do saneamento, e o que daria um grande empurrão seriam as obras de infraestrutura. É importante lembrar que a atividade agrícola também puxa o segmento de construção, além dos caminhões, para distribuição.

O senhor ficou satisfeito com o novo Plano Safra?

Em geral os programas oficiais de financiamento não oferecem o valor su-

A Usiminas é líder no mercado brasileiro de aços planos e oferece soluções integradas, customizadas e completas, alinhadas às necessidades de cada cliente. Os modernos aços de alta resistência, com características sob medida, representam uma empresa em constante movimento, sempre focada na inovação. Afinal, quando o assunto é elevar o patamar tecnológico da indústria brasileira, a Usiminas está pronta para os desafios do mercado.

Use o leitor de QR Code do seu smartphone e descubra como os nossos aços podem ser aplicados no setor automotivo.

usiminas.com

facebook.com/Usiminas
twitter.com/Usiminas
linkedin.com/company/usiminas
usiminas.oficial

USIMINAS

Aço em dia com o futuro

ficiente. Nos últimos anos sempre foi assim: começa em junho de um ano e se chega até abril do ano seguinte já é muito bom, nunca se completa o ciclo inteiro de doze meses. No ano passado foi bastante complicado, o mercado parou por sessenta dias. E é algo que não se recupera mais: se o produtor não comprou a máquina que queria não compra depois. Nosso maior problema é a volatilidade.

Diversos líderes da indústria estão sugerindo criação de programas de incentivo à comercialização de veículos como forma de enfrentar os efeitos econômicos da pandemia. O senhor concorda?

Não falo em nome do setor automotivo inteiro, mas precisamos, por exemplo, resolver a questão do Reintegra. Pode parecer baixo em alíquota, mas em valor absoluto, para quem exporta, é uma fonte de resultado que dói perder. É um aspecto importante. Outro ponto fundamental é a questão das pendências tributárias, e a reforma seria uma saída. Mas até lá as montadoras continuarão vivendo uma situação dramática. Nós temos um crédito enorme a receber, e também há casos em que a venda foi realizada via créditos que nunca foram

> “Hoje não falamos mais se vamos usar, ou não, frete aéreo: a questão é se vamos conseguir encaixar a carga no frete aéreo.”

> "Adiamento [da entrada em vigor do Euro 6] por um ano não resolverá a vida de ninguém."

pagos pelos respectivos governos estaduais. Isso é custo na veia, é insustentável. Lidar com isso e com as estruturas de pessoal e de sistema necessárias é uma loucura, não pode continuar.

A CNH Industrial, no ano passado, revelou uma estratégia global de promover spin-offs de diversas empresas que formam o conglomerado. Isso foi suspenso?

Continua como previsto, a intenção continua a mesma, estamos trilhando o caminho mas até lá há muito trabalho a ser feito. Estamos agora na fase de ajustes. Isso irá em frente, e tem que ir, mas seria uma loucura completa apresentar agora uma proposta de spin-off. Será adiado por algum tempo, pode ser que ocorra em 2021, há uma grande possibilidade mas dependendo do mercado.

De toda forma isso ocorrerá também na América Latina? Como ficará a estrutura?

Haverá as áreas On-Highway e Off-Highway, cada uma com um executivo responsável. Os nomes ainda serão definidos. O lado On ficará com veículos e FPT e o Off com os demais, seguindo a estratégia global. Isso acontecerá inclusive na região da América Latina. Temos bastante sinergia nas diversas áreas e estamos trabalhando agora para determinar como atuarão em conjunto.

O uso do gás para veículos comerciais é uma boa ideia?

A FPT tem um portfólio riquíssimo, com amplos centros de desenvolvimento, nos quais trabalhamos com todas as matrizes energéticas que se pode imaginar. Mas há a questão da construção da infraestrutura necessária. Temos os produtos e a tecnologia, e a combinação de várias delas também pode ser positiva dependendo da necessidade e da aplicação.

Há um claro movimento na indústria automotiva para encaminhar aos órgãos competentes pedido de adiamento de marcos regulatórios, como o Euro 6 para os veículos comerciais. O senhor concorda com isso?

Apoiamos tudo o que se refere a não só reduzir como a zerar as emissões. Somos uma empresa sustentável e temos esse reconhecimento. Somos responsáveis. Mas o momento é o pior possível: estamos tentando manter os empregos, o mercado, o caixa, e precisamos fazer esse investimento em tecnologia ao mesmo tempo, pois é parte da legislação vigente. Entendo que o mais inteligente seria associar essa nova fase da regra de emissões a uma reciclagem dos veículos. A frota antiga gera muito dano, não só em emissões quanto em segurança. O investimento necessário para atender a Euro 6 é bilionário, na faixa de R$ 12 bilhões, e isso não para lançar os produtos amanhã, pois há todas as etapas de desenvolvimento a cumprir. Precisaríamos juntar as duas coisas, talvez jogar um pouco para a frente... não estamos falando em prazos absurdos, mas adiamento por um ano não resolverá a vida de ninguém: diante dos processos de desenvolvimento e de validação o investimento teria que continuar. Não podemos esquecer também dos volumes: fazer esse investimento agora significa pegar o consumidor em uma curva de ascensão do mercado e fazê-lo pagar por ela. Isso terá um custo, não é grátis. Todo mundo lembra do impacto do Euro 5, até hoje pagamos a conta. Não podemos subestimar isso.

Há décadas se fala em renovação de fro-

"Localizar componentes não é rápido. Há um prazo de desenvolvimento, investimento inicial... é coisa para um, dois anos, no mínimo."

"Seria uma loucura completa apresentar agora uma proposta de spin-off."

ta para caminhões e nunca aconteceu. Qual a possibilidade de um programa como este entrar em vigor no curto prazo, digamos, até 2022?

Há uma conta para pagar, mas é preciso vontade política para realizar. Se conseguirmos chegar ao ponto de fazer um teste-piloto, em um Estado, por exemplo, seria fundamental. É preciso controles, o sistema tem que ser seguro. Se houver vontade política acontecerá. No mundo há exemplos, não que precisemos copiá-los, podemos criar o nosso.

Esse programa poderia ser feito pela própria indústria, sem a participação do governo?

Pode até ser, depende de quanto caixa há à disposição. Eu sei quanto foi a conta que pagamos pelo Euro 5: não há retorno de investimento, nunca. Quando se lança algo é preciso existir o incentivo do retorno do investimento. Nas tecnologias que rompem barreiras o governo tem que ser um patrocinador. A indústria tem suas diferenças, segmentos, importação etc., é difícil conciliar.

O senhor já viveu situação profissional como esta que estamos atravessando agora?

Está sendo um aprendizado importante, tanto como cidadãos como executivos. Muitas coisas vieram para ficar, como o home office. O novo normal será bem diferente do que vivemos até agora, as pessoas demonstraram quão produtivas podem ser sem o estresse de deslocamentos, trânsito etc. Sofreremos uma transformação. Estamos distantes mas mais próximos do que nunca. Trabalhamos agora com foco no essencial e quando fazemos isso prestamos mais atenção no comportamento do consumidor. Os valores de ontem não necessariamente seguirão hoje. Quando tudo isso começar a passar não podemos esquecer o que aconteceu. Devemos aplicar os ensinamentos, a solidariedade. Agindo assim teremos um futuro muito melhor. ■

YPF
MELHOR FORNECEDOR TOYOTA 2019

A YPF RECEBEU O PRÊMIO TOYOTA FORNECEDORES 2019. ISSO ATESTA QUE QUANDO O ASSUNTO É OFERECER SOLUÇÕES QUE AGREGAM VALOR, SEMPRE SAÍMOS NA FRENTE.

No Brasil desde 1998, a YPF desenvolve a máxima tecnologia, gerando energia que une, evolui e se transforma. Para atender você, oferecemos uma ampla linha de lubrificantes automotivos que garantem proteção específica para o seu motor.

YPF

www.ypf.com.br

Por Leandro Alves

BYE-BYE GLOBALIZAÇÃO

Pesquisa global KPMG aponta que aumento da localização é nova forma de diminuir riscos e atender necessidades específicas de mercados regionais

Divulgação/KPMG

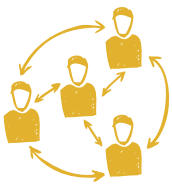
Não à toa o título do recente estudo global da consultoria KPMG está, em tradução livre, dizendo adeus a um mercado orientado globalmente. A recomendação, extraída de opiniões de 1,1 mil executivos do setor automotivo de trinta países, é reconhecer o potencial de estratégias regionais fortalecendo posições em produção e também em inteligência de mercado.

A pandemia realçou a percepção de que a China não continuará concentrando a produção de grande parte dos itens utilizados nos veículos. E que uma única estratégia de produto e de mercado não convém à diversidade dos consumidores nos quatro cantos do planeta.

AutoData obteve acesso com exclusividade no Brasil ao conteúdo completo do estudo, que revela as possibilidades que estão se abrindo para iniciativas locais de cada região produtiva do mundo a partir dos sinais que são transmitidos pelos principais líderes das empresas automotivas.

A demografia da pesquisa

1,1 mil executivos de trinta países.



2 mil consumidores de trinta países.

Novidade: integração dos fabricantes de caminhões no portfólio automotivo.

Mais de 50% dos executivos são CEOs e C-Level.

Em 2020 a KPMG registrou recorde de participação dos executivos da cadeia automotiva, incluindo pela primeira vez o pessoal do segmento de caminhões.

Algumas megatendências apresentadas no estudo demonstram que as posições da indústria automotiva global, antes direcionadas à concentração da produção onde estava a oferta de mão-de-obra e custos tentadores, aliada a um mercado com potencial gigantesco, começam a recuar em um momento pré-pandemia capturado pela pesquisa. O que vem a seguir é uma tendência de regionalização que pode envolver todos os níveis da cadeia de produção e iniciativas das montadoras para conhecer e interagir com a dinâmica específica de cada mercado.

O ponto central dessa tendência está relacionado com o entendimento de que uma melhor distribuição das linhas produtivas no tabuleiro global será uma maneira de diminuir os riscos, mantendo os custos competitivos. Principalmente diante de ameaças inesperadas como uma pandemia capaz de interromper o fluxo de produção em todos os continentes ao mesmo tempo.

Como observou Ricardo Bacellar, líder da KPMG para o setor automotivo no Brasil, "com a covid-19 experimentamos o lado nocivo da concentração da produção. O fornecedor pega um resfriado lá e todo mundo fica gripado. Foi mais ou menos isso que aconteceu".

Antes mesmo do efeito devastador da pandemia a KPMG capturou que os executivos deixaram de olhar de uma forma horizontal para todas as suas operações globais. Em resumo, estratégias globalizadas estão sendo rediscutidas no headquarter das empresas. E uma lista de pontos fortes para considerar a localização vão surgindo nas respostas dos líderes da indústria:

1) as fontes de matéria-prima passarão a ser um fator decisivo na definição de investimentos em tecnologias de propulsão;

2) a diversidade do consumidor;

3) as políticas industriais de cada país; e

4) os critérios de melhores práticas ambientais, sociais e de governança – do inglês ESG.

Esses e muitos outros movimentos de mercado, como o acesso da população a bens de consumo de alto valor agregado e preferências na utilização de plataformas digitalizadas em diferentes lugares do planeta, estão sendo apontados na pesquisa como pontos de reflexão para uma grande mudança de rota.

E agora a pandemia veio com potencial de acelerar a descentralização do jogo automotivo global. O resultado da pesquisa KPMG identifica o início desse movimento.

Os executivos apontaram que até 2030 menos de 5% da produção global ocorrerão na Europa Ocidental. Essa resposta representa um aumento de 9% com relação à pesquisa anterior e sinaliza a tendência dos executivos buscarem condições mais atrativas de custos, impostos e incentivos no eixo Leste daquele continente.

De 2010 a 2019 a participação da Europa Ocidental na produção global de automóveis e comerciais leves caiu de 18% para 15%.

> "Em vez de simplesmente uma mudança regional global na indústria automotiva esperamos testemunhar uma variedade de mudanças mais localizadas para diferentes tecnologias, mercados e aplicações, auxiliadas por um grau de desglobalização ainda indeterminado após a covid-19"
>
> Trecho do estudo global da KPMG 2020

As análises da KPMG sugerem que uma deglobalização das estratégias das empresas não significa necessariamente abandonar os planos de investimentos em mercados asiáticos, sobretudo na China, o maior e ainda principal foco de crescimento na região.

O que vem ocorrendo neste momento são estudos de "quantos ovos os executivos colocarão em cada cesta regional distribuída no globo". Essa analogia feita por Bacellar leva em conta uma série de elementos bastante complexos, como legislação, políticas industriais, parque industrial instalado, vocação da região e perfil do consumidor. Nesse contexto, mesmo que a América do Sul não tenha sido apontada na pesquisa como uma região em que essa transformação possa ocorrer, é por aqui que a indústria tem grandes oportunidades. Para o bem e para o mal.

Bacellar lembrou do caso da Ford e sua fábrica de São Bernardo do Campo, SP, que acaba de ser vendida. É o exemplo de como os líderes globais de uma montadora estão distribuindo os ovos nas tais cestas: "Acabou aquela história da matriz aceitar perdas e socorrer algumas operações regionais".

Aqueles que não apresentarem resultados correm o risco de ter os investimentos deslocados para outras operações: "Provavelmente foi isso que aconteceu com a fábrica da Ford. Outro movimento surpreendente da montadora foi eliminar globalmente a produção de sedãs. O que isso quer dizer? O dinheiro colocado nesses produtos e nessa fábrica foi deslocado para outra ação, provavelmente na China, onde a Ford tem grandes planos de crescimento".

Ou seja: a regionalização também tem o seu lado perverso e não seria surpresa, em um futuro próximo, que outras fábricas e até operações inteiras deixassem a América do Sul. Mas esse destino está reservado apenas para aqueles que não demostrarem a capacidade de fazer dinheiro por aqui.

Os números de produção sustentam a hipótese de que a América do Sul, principalmente o Brasil, podem ter um papel importante nessa tendência de regionalização automotiva. Segundo a Oica, a organização internacional das montadoras, dentre os fabricantes com volumes anuais superiores a 2 milhões de unidades apenas o Brasil registrou crescimento da produção: 2,2% em 2019 ante 2018.

Mesmo que o impacto da pandemia tenha impedido a continuidade da recuperação de produção e vendas o potencial do mercado, a vocação em combustíveis de baixa emissão e as características do consumidor altamente conectado na economia digital são atraentes demais. Mas a pergunta que sempre fica no ar há décadas é: os setores industriais do País e a indústria automotiva, em particular, poderão induzir uma transformação capaz de gerar um ambiente de protagonismo por aqui? ■

DENSO:
O FUTURO NAS SUAS MÃOS.
Tecnologia que inova a mobilidade
da América do Sul há 40 anos.
DENSO
Crafting the Core
/densobrasil
denso.com.br

Por Leandro Alves

Freepix

O ESG BATE À PORTA

Pesquisa global indica que sustentabilidade e declaração de origem das matérias-primas serão decisivos nas estratégias das montadoras

Seria tarefa impossível ocupar essas páginas com o conteúdo completo da pesquisa global da KPMG, por sua grande extensão e pormenores. Por isso, além da reportagem sobre regionalização (veja na pág 18) selecionamos algumas indicações apontadas como aquelas que terão impacto no rearranjo global das operações automotivas e que fazem parte do perfil geoeconômico, industrial e de tecnologias encontrado na América do Sul.

Para 98% dos executivos a sustentabilidade vai direcionar os negócios automotivos nos próximos anos. O que está batendo à porta das salas dos presidentes é o ESG, sigla em inglês para critérios ambientais, sociais e de governança.

São esses indicadores que estão neste momento definindo quando e onde o mercado financeiro alocará seus recursos. Grandes empresas precisam demonstrar bons índices ESG para obter acesso a linhas de crédito que alimentam a indústria.

Mais do que uma questão de sobrevivência para o fluxo de caixa global a avaliação desses critérios pelos agentes financeiros refletem no valor das ações e na remuneração dos executivos. De acordo

com Ricardo Bacellar, líder da KPMG para o setor automotivo no Brasil, "hoje o ESG está muito presente no desenvolvimento de negócios das grandes empesas. Virou moeda forte no mundo dos negócios".

Portanto é uma questão de tempo para o ESG chegar às empresas automotivas no Brasil, principalmente as 100% nacionais. Isso já ocorre aqui em setores como o alimentício, que capta investimentos na bolsa de valores com seus relatórios de avaliação do desempenho ambiental, social e de governança, ASG, em português.

No caso das montadoras o que aparenta ser um processso decisório que virá de cima para baixo, conhecido como top--down, ainda tem um obstáculo e tanto a superar: o consumidor.

A pesquisa da KPMG identificou que em contrapartida à opinião dos líderes do setor está a posição das pessoas, ainda pouco assertivas com relação à importância da sustentabilidade na decisão de compra. Enquanto 98% dos executivos acreditam que a sustentabilidade é um fator de diferenciação para os negócios 17% dos consumidores não reconhecem esse valor. Mas 42% dos executivos e seus clientes concordam que a sustentabilidade será um atributo inerente ao produto, muito mais do que um acessório.

Para ganhar o protagonismo na avaliação da clientela a sustentabilidade precisa fazer sentido na ponta do lápis e essa equação matemática ainda não está pronta. É justamente aí que reside a grande oportunidade para as montadoras, na avaliação da KPMG.

Novamente tomando emprestado o exemplo da indústria de alimentos não seria natural, assim como acontece com os rótulos dos produtos oferecidos nos supermercados, os clientes da indústria automotiva basearem suas decisões conhecendo os materiais utilizados, as matérias-prima e de onde vieram? E a reutilização ou reciclagem das peças, dos veículos inteiros?

Diante dessas e de muitas outras questões a KPMG reconhece que chegou o momento de a indústria automotiva aplicar critérios e políticas de atuação que levem em conta o conceito Berço ao Túmulo, que acompanha todas as etapas de concepção e vida útil de um produto.

O estudo da consultoria sugere que, independente do tamanho das dificuldades que chegaram com o coronavírus, a indústria automotiva tem uma janela de oportunidades nos próximos anos que pode mudar a trajetória dos negócios. E a sustentabilidade é o pilar dessa construção.

MATÉRIA-PRIMA DEFINE PROPULSÃO

Mesmo que a China continue a impulsionar a utilização de veículos elétricos e essa opção venha a ser aplicada em muitas outras regiões, os recursos disponíveis localmente vão determinar o direcionamento das estratégias das montadoras daqui por diante. 73% dos executivos concordam que a oferta regional de matéria-prima vai definir o caminho dos propulsores que serão fabricados nos próximos anos.

O estudo global da KPMG concentra seus questionamentos nos recursos naturais utilizados nas baterias dos carros elétricos porque, ao contrário do aço, por exemplo, estes insumos essenciais ainda não possuem uma cadeia global totalmente estabelecida.

Mas a leitura que se faz para o íon-lítio coloca a China em vantagem com relação à produção de veícuos elétricos na Europa, e segundo o estudo também se aplica a outras alternativas de baixa emissão. E até tecnologias ainda mais eficientes para tornar viável a continuidade da utilização de combustíveis fósseis na matriz energética de uma determinada região.

Para Bacellar "quando a FCA fez o anúncio do investimento na produção de nova geração de motores em Betim, e que um deles seria 100% a etanol, muitas pessoas não compreenderam a estratégia", Não à toa o anúncio foi feito no ano passado por Mike Manley em sua primeira visita ao País como CEO da FCA, quando enfatizou a intenção de transformar

a fábrica de Betim em um dos principais fornecedores globais da nova geração de motores.

A leitura das oportunidades que estão se abrindo com o que pode ser interpretado como uma maior relevância das vocações regionais nas estratégias dos fabricantes de veículos incluem outros componentes tão importantes quanto a oferta de recursos naturais. As políticas industriais são instrumento relevante na construção dessa desglobalização.

Segundo a pesquisa houve um aumento no apontamento dos executivos que estão de acordo com uma agenda impulsionada por agentes reguladores de mercado e políticas específicas para o setor. No ano passado 77% concordavam que a agenda tecnológica futura dos fabricantes de veículos se tornará ainda mais impulsionada por essas forças do que no passado. Em 2020 o número cresceu para 83%.

Dentre as inúmeras oportunidades o velho conhecido etanol desponta com potencial para exportação da tecnologia "para a Índia, país produtor de cana, só para ficar em um exemplo daquilo que vários setores da indústria nacional poderiam realizar", acrescenta Bacellar: "Nós temos uma condição diferenciada no mundo. Nenhum lugar no planeta tem a diversidade encontrada aqui".

A conclusão é que se pode sonhar mais alto por aqui desde que as coisas sejam encaminhadas corretamente, o que sempre é uma incógnita. Mas não seria maluquice imaginar que políticas setoriais robustas e estratégias industriais vinculadas à vocação do mercado possam fazer a diferença em uma região que possui tantos recursos como os biocombustíveis, 70% das reservas de íon-lítio, uma cadeia automotiva estabelecida e mercados com potencial para continuar a crescer. ■

Divulgação/CDN

NEO RODAS

QUALIDADE E CONFIABILIDADE RECONHECIDAS PELO MERCADO.

ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686

A NEO RODAS agradece pelos importantes prêmios recebidos:
General Motors "Supplier Quality Excellence Award"
e CAOA Montadora "Melhor Fornecedor do Ano".

Resultado de muito trabalho, dedicação e profissionalismo.
Nosso muito obrigado aos nossos clientes e colaboradores.

Projetado por Skadyfernix - Freepik.com

NEO RODAS

www.neorodas.com.br

Por André Barros e Marcos Rozen

PELA STRADA AFORA EU VOU BEM SOZINHA

Divulgação/FCA

A picape leve da Fiat é líder absoluta no segmento de clientes que a utilizam para o trabalho. Com nova geração quer entrar no cesto dos que procuram esse tipo de veículo também para o lazer.

Após atraso forçoso de três meses devido à pandemia da covid-19 chegou finalmente às concessionárias a nova geração da Fiat Strada – novíssima, por sinal. É a primeira reformulação profunda, incluindo nova plataforma, que a picape leve da Fiat recebe desde seu lançamento, em 1998.

E ao montar o portfólio de oferta da nova Strada a Fiat foi direta em um alvo específico: os clientes que usam o comercial leve para lazer. A razão é simples.

O modelo já é líder absoluto e disparado para os clientes que o usam para o trabalho. O que a FCA pretende, assim, é manter esse quadro agregando ainda mais compradores – em suma aqueles que gostariam de ter uma Toro mas não têm bolso fundo o suficiente para colocá-la em suas garagens, uma vez que seu preço de tabela já abre perto dos R$ 100 mil.

Herlander Zola, diretor da marca Fiat na FCA, projeta que a maior parte do aumento de 20% nas vendas colocado como meta pela empresa virá exatamente destes consumidores:

"Acreditamos que a participação do público de lazer subirá de 5% do total de vendas da Strada para 25%, especialmente nas versões Volcano e Freedom cabine dupla", calculou em apresentação ao vivo transmitida pela internet. "Agregamos conteúdo adequado a quem faz este tipo de uso da picape".

Volcano e Freedom são, respectivamente, as versões topo de linha e a imediatamente abaixo da nova geração da Strada. Certamente não por coincidência as versões seguem, agora, a mesma nomenclatura adotada na Toro.

E Peter Fassbender, o chefe de design da FCA para a América Latina, não esconde que a Toro foi usada como inspiração no desenho da nova Strada, ainda que garanta que mesmo assim a nova picape tem "identidade e personalidade próprias".

Uma das maiores novidades da Strada – e um dos principais argumentos para alcançar o cliente que deseja a Toro mas eventualmente se contentaria com a Strada – é a carroceria com cabine dupla quatro portas. Até então, na geração anterior, eram apenas três.

O catálogo foi recheado de itens de segurança e, especialmente, conforto e entretenimento, como a nova geração da central multimídia Uconnect, desenvolvimento com selo da engenharia local. Manuseio mais intuitivo e pareamento com smartphones sem necessidade de fio foram algumas das premissas usadas pela equipe durante sua concepção.

Desenvolvida pela equipe de engenharia do Brasil, oferece tela sensível ao toque de 7 polegadas, conexão wi-fi com Apple CarPlay e Android Auto e compatibilidade com diversos aplicativos, como Waze e WhatsApp. Assim como o sistema da Volkswagen, o VW Play, que estreou no Nivus, deverá não só equipar outros modelos da gama como também ter sua parte de software exportada para outros mercados FCA ao redor do mundo. O hardware, porém, ainda é importado.

TRÊS PARA CINCO

O leque de ofertas da nova Strada abrange nada menos do que três versões e cinco opções de catálogo.

Abre-se com Endurance cabine simples que, por ser na realidade uma cabine estendida, foi batizada pela Fiat como cabine Plus, por R$ 63,6 mil, e dupla, por R$ R$ 75 mil. A seguir Freedom cabine Plus, R$ 69,5 mil, e dupla, R$ 78 mil, e a

Alguns dos principais fornecedores da nova Fiat Strada

A
Adler
Aethra
Aludyne
Autometal

C
Chris Cintos
CMP
Continental
Cooper

D
Denso

F
Flasch Cover
Formtap Interni

G
Gestamp
Gibert do Brasil

H
HBA

I
Iber Oleff
Inbrasp
Iochpe Maxion

K
Kostal

M
Magna
Mangels

N
Neo rodas
Nidec
(antiga Omron)

P
Pirelli
Plascar
Proma

S
Seoyon
Sila
Sumidenso

T
Tiberina

W
Weidplas

Volcano, só cabine dupla, por R$ 80 mil.

Há pacotes de opcionais em todas as versões, sobretudo da central multimídia – que não é de série em nenhuma. Zola justifica: "Para a versão de entrada da nova Strada, a Endurance cabine Plus, o preço não mudou ante a versão mais vendida da Strada da geração anterior, a Hard Working".

Aliás, mantendo uma tradição Fiat iniciada lá no 147, em 1980, essa versão da geração antiga seguirá em oferta para atender essencialmente frotistas, que não se importam com visual ou modernidade mas, apenas, com preço.

Falando em preço chama a atenção o novo valor de tabela da Hard Working, R$ 61,6 mil, ou apenas R$ 2 mil abaixo da primeira na escada da nova geração. Ocorre que os compradores são pequenos comerciantes, agricultores e empresários, que adquirem o veículo com descontos especiais de venda direta e, portanto, abaixo da tabela.

NÃO SOBROU NADA

A segunda geração da Strada herdou nada além do nome da primeira, lançada há mais de vinte anos. Na fábrica de Betim, MG, foi incorporada uma nova plataforma, a MPP, exclusiva da picape, que traz em sua base 90% de aços de alta e ultra resistência, proporcionando mais resistência e durabilidade estrutural.

São novas as suspensões traseira e dianteira, com molas, amortecedores, geometria, travessas de suspensão, barra estabilizadora na dianteira e eixo traseiro inéditos.

O conjunto dá à nova geração da Strada 214 mm de altura com relação ao solo e caçamba maior, de 1 m 509 mm de uma torre a outra, que proporciona volume de 855 litros na cabine dupla e 1 mil 354 litros na Plus. Segundo a Fiat a capacidade de carga varia de 650 kg na cabine dupla a 720 kg na Plus. São 2 m 737 mm de entreeixos e 4 m 480 mm de comprimento.

Nas versões Endurance a nova Strada é equipada com motor 1.4 Fire de até 88 cv, enquanto o 1.3 Firefly de até 109 cv equipa Freedom e Volcano – com nota A na etiquetagem veicular do Inmetro.

A transmissão é sempre manual de cinco marchas, o que fatalmente será o calcanhar de aquiles para alcançar aquele cliente que sonhava com a Toro. Mas a Fiat diz que em mais alguns meses esta opção estará disponível.

Mas a Mopar, marca de acessórios da FCA, oferece uma ampla variedade de acessórios para equipar e personalizar a picape. São mais de cinquenta, como divisor de caçamba, santantonio alongado, suporte para bicicleta, estribos laterais e até plotagem especial.

A nova Strada está disponível em três cores sólidas, branca, preta e vermelha, duas metálicas, cinza e prata, e uma perolizada, branca, esta apenas nas versões com o motor Firefly.

30 MIL EM 20

De janeiro a maio, com pandemia e tudo, foram comercializadas 19 mil unidades da Strada, volume que coloca a picape como a mais vendida do Brasil. Com esse volume o modelo da Fiat humilhou a concorrência: não só foi o comercial leve mais vendido no País no geral, à frente de todos os demais, incluindo utilitários, picapes grandes, vans e afins, como vendeu muito mais do que os dois concorrentes diretos juntos, 13,2 mil – 11 mil de VW Saveiro e o restinho de Chevrolet Montana.

É fato que essa faixa perdeu força e

participantes ao longo dos anos, como Ford Courier e Peugeot Hoggar, com clientes justamente subindo um degrau rumo a Toro e a Renault Oroch.

A Toro, aliás, é o segundo comercial leve mais vendido no geral até maio, com 16,7 mil unidades. A Oroch foi a décima-terceira, com 2 mil.

A encrenca para a Strada é que seu consumidor é, por assim dizer, um tanto mal acostumado: praticamente 100% de suas vendas até maio ocorreram por modalidade direta, ou seja, para CNPJs e não para CPFs. Caberá à rede reaprender a vender Strada para pessoa física, ainda que a Toro trilhe caminho semelhante: das suas quase 17 mil unidades vendidas nos primeiros meses deste ano 13 mil foram por via direta.

Uma queda na participação da modalidade direta para a nova Strada, portanto, representará vitória dupla para a FCA: mostrará que a estratégia de alcançar pessoa física além da jurídica para o modelo deu certo, cobrindo, de certa forma, a falta que faz um SUV pequeno para a Fiat, ainda que as vendas do Jeep Renegade terminem levando o resultado para o mesmo caixa, e aumentará a margem de lucro da picape.

À exceção da falta do câmbio automático os demais predicados parecem estar bem resolvidos para isso. A ponto de Zola calcular para este ano vender mais 30 mil Strada, ou seja, quase 50 mil ao todo. Em 2019 o resultado foi 76 mil, mas em tempos de pandemia já seria um belíssimo resultado, feito um saboroso cesto de doces pronto a ser repartido com uma simpática vovozinha. ■

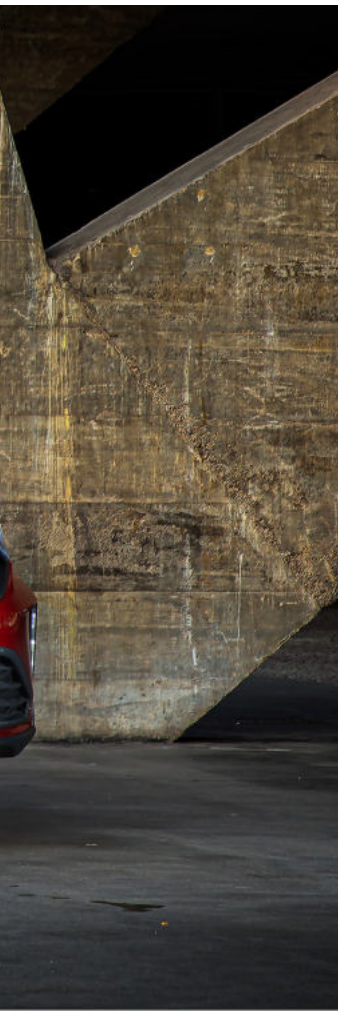
Por André Barros e Marcos Rozen

Os primeiros sete minutos de Nivus

VW finalmente divulga preços e estratégia de mercado para o Nivus, que ganhou lote extra no sistema pré-venda

7 minutos. Esse foi o tempo necessário, segundo jura a Volkswagen do Brasil, para se esgotarem as 1,2 mil unidades disponíveis do Nivus em sistema de pré-venda – o que dá uma absolutamente impressionante média de 171 carros vendidos por minuto.

Para Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen para a América Latina, "essa é uma conquista ainda mais incrível por se tratar de um lançamento que ocorre nesse cenário de incertezas, feito totalmente por meios digitais, e sem que ninguém, clientes ou jornalistas, dirigisse o carro antes. É uma prova de que acertamos no produto, na estratégia e no público". A isso se soma, ainda que o executivo não tenha citado, a necessidade de pagar R$ 5 mil adiantado.



Divulgação/VW

Realizada por intermédio de site próprio e dedicado a pré-venda oferecia benefícios: um ano de seguro grátis independente do perfil, um ano de mensalidade do tag Sem Parar e um ano do aplicativo de audiobook 12 Minutos, além de financiamento com carência de doze meses em 36 vezes, sendo a última parcela de 30% do valor total.

De qualquer forma a Volkswagen estendeu a oferta para mais 1 mil unidades, mas desta vez na própria rede de concessionárias, sendo que aí cada loja cobra o valor que bem quiser para a pré-reserva.

Apesar de lançar o carro de forma virtual no fim de maio a VW levou mais um mês para divulgar preços e planejamento comercial do modelo. E o que mais chamou a atenção foi uma mudança significativa na política de opcionais.

São apenas duas versões, a Comfortline por R$ 85,9 mil, e Highline, por R$ 98,3 mil.

Para a Comfortline há um único pacote de opcionais a R$ 3,5 mil, que incluiu o VW Play & Tech, composto por infotainment, ACC, frenagem de emergência e volante multifuncional em couro com borboletas para troca de marcha.

E para a Highline simplesmente não há opcionais. A única exceção coube às 1,2 mil unidades de pré-venda, as que duraram 7 minutos, com o batizado pacote Launch Edition por R$ 1,7 mil: teto e retrovisor pintados na cor preta e logotipo e rodas escurecidos. Di Si disse que "a única escolha do consumidor será a cor" – uma variedade imensa de uma unidade, como diria Planet Hemp: branco, preto, prata, vermelho e dois cinza.

De série desde a Comfortline há direção elétrica, airbags frontais, laterais e de cortina, auxílio de saída em rampa, controle de estabilidade e de tração, faróis de LED com DRL integrado, lanternas traseiras de LED, câmara de ré, volante multifuncional, sensor de estacionamento traseiro, freios a disco nas quatro rodas e saída do ar-condicionado para banco traseiro com USB integrado.

São 4 mil 266 mm de comprimento, 2 mil 566 mm de entre-eixos, 1 mil 757 mm de largura e 1 mil 493 mm de altura. No porta-malas 415 litros de capacidade. Para motor e câmbio igualmente somente uma opção: 1.0 turbo com injeção direta, o TSI, e automático de seis marchas.

Nem versão PcD existirá. Para atender esse público a VW diz que oferecerá a versão Comfortline com desconto de R$ 10 mil mais o de 7% de IPI, o que dará R$ 72 mil 346.

O vice-presidente de vendas e marketing Gustavo Schmidt não quis informar a projeção de vendas para o modelo – disse que "geralmente não divulgamos e menos ainda agora diante de um quadro de incertezas". Só revelou a expectativa VW de ver o Nivus na lista dos mais vendidos do mercado brasileiro: "O carro tem como público-alvo o consumidor de 30 a 35 anos que quer, sim, comprar carro. Hoje ele representa 31% das vendas da indústria".

Para Di Si o Nivus representa um passo à frente: "A Volkswagen demorou para entrar nos SUVs no Brasil, é verdade. Mas com o Nivus antecipamos o mercado e saímos na frente da concorrência. Não só

no modelo mas com tudo que chega com ele, como o VW Play, as vendas digitais e o próprio lançamento, totalmente digital".

BELEZA NA TORMENTA

O CEO fez, depois, avaliação a respeito do futuro de curto prazo do mercado brasileiro. Ele não acredita em recuperação em V, a exemplo do que a indústria experimenta na China e nos Estados Unidos, e por isso, propõe que ferramentas para tornar flexíveis as regras para a mão de obra devem perdurar.

"Todas as medidas para flexibilização que o governo oferece e aquelas que discutimos com os sindicatos dos metalúrgicos serão necessárias. Precisaremos delas nos próximos meses e até no ano que vem."

E então Di Si se pôs a fazer cálculos. Neles a queda nas vendas de junho comparadas com o mesmo mês de 2019 seriam na faixa de 37%: ainda que relevante, estatisticamente é a metade da baixa no comparativo anual de maio, 75%: "No acumulado do ano a queda será perto de 38%, o mesmo índice registrado em maio".

Ou seja: ele acredita que apesar da queda ser bruta e inesperada ao menos há sinais de estar controlada. A projeção de vendas para a Anfavea, no ano, indica recuo de 40% com relação a 2019.

Ele destacou que a VW cai em ritmo inferior ao mercado, 31% na comparação mensal e 34% na anual: "Estamos ganhando participação e seguimos com o objetivo de seguir crescendo de forma rentável".

A fábrica de São José dos Pinhais, PR, de onde saem T-Cross e Fox, opera em dois turnos, e as paulistas de São Bernardo do Campo e Taubaté em um. A produção de motores em São Carlos, SP, tem algumas linhas operando em um e outras em dois turnos: "Estamos atendendo à demanda atual. Caso o mercado retorne a níveis mais acima estaremos prontos".

Ele revelou ainda que com pandemia e tudo o lançamento do Nivus foi antecipado em cerca de oito semanas com relação ao cronograma original. O segredo foi o uso de protótipos virtuais e outras ferramentas digitais, que deixaram o 'suv-cupê urbano' pronto para ir às lojas em junho ante o inicialmente previsto agosto. ■

AXALTA

Premiada pelas montadoras mais exigentes do mercado!

Axalta Brasil recebe o segundo lugar no **Ranking de Qualidade e Parceria da AutoData em 2020** que reúne, em único reconhecimento, as empresas que mais se destacaram como fornecedores OEM do setor automotivo nos últimos trinta e seis meses.
Axalta assume a liderança como a melhor na categoria de Tintas no ranking.

Sua Paixão.

Nossos revestimentos.

/AxaltaBrasil • www.axalta.com.br

Por Marcos Rozen

Caoa Chery sobe um dígito

Produzido em Jacareí, no Vale do Paraíba, SP, novo Arizzo 6 amplia oferta de sedãs da marca, antes isolada com o Arizzo 5

Cerca de um mês após reiniciar atividades produtivas na unidade de Jacareí, no Vale do Paraíba, em São Paulo, a Caoa Chery apresentou ao vivo, pela internet, direto da fábrica, o sedã médio Arrizo 6. O modelo chega às concessionárias ao longo da primeira quinzena de julho.

De acordo com Márcio Alfonso, CEO da Caoa Chery, o segmento é importante porque, no Brasil, constitui mercado com público cativo: "Ainda que a fatia de mercado dos sedãs médios seja menor do que as de hatches e SUVs, uma marca que quer oferecer um portfólio completo não pode ficar de fora deste segmento no País".

O Arrizo 6 concorrerá diretamente com Corolla, Civic e Jetta, sendo o Volkswagen um dos alvos preferenciais. Como atributos oferece motor turbo 1,5 litro flex de até 150 cv e câmbio automático CVT com nove marchas simuladas.

O porta-malas é generoso, com 570 litros, pelos cálculos da fabricante o maior do segmento.

Oferecido em versão única denominada GSX traz de série teto solar, bancos em couro, rodas aro 17, partida por botão, sistema de acionamento do ar-condicionado à distância, kit multimídia de 9 polegadas, sensor de estacionamento traseiro e crepuscular, direção elétrica, piloto automático, sistema auxiliar para saída em aclives, câmara 360 graus, freio de estacionamento elétrico, airbags de cortina, laterais e frontais e controle de estabilidade e de tração.

O design é inegavelmente moderno, o que, além de visualmente interessante, foi fundamental para obtenção de baixo índice de penetração aerodinâmica, Cx, de 0,28.

Segundo Alfonso o desenvolvimento local do Arizzo 6 consumiu nove meses. O modelo utiliza plataforma MX1, compartilhada com o Arizzo 5. Ele não informou índice de conteúdo nacional do Arrizo 6, mas disse que o lançamento "integra planejamento de aumento gradual de partes e peças produzidas por fornecedores locais" e assegurou que "a nacionalização é uma necessidade".

O preço sugerido é de R$ 108 mil 750, mas haverá redução promocional para R$ 98,4 mil "por pouco tempo".

ANÁPOLIS TAMBÉM RETORNA

A volta ao trabalho em Jacareí ocorre de forma gradual: começou com pouco mais de um terço do quadro, cerca de 210 trabalhadores, produzindo cerca de vinte Arrizo 6 por dia. No começo de julho outro terço retornou de lay-off de três meses e os demais, segundo a programação, o farão no início de agosto.

Em 22 de junho retornaram à atividade também as linhas de produção da fábrica da Caoa em Anápolis, GO, onde além de Caoa Chery são produzidos modelos Hyundai.

Falando em Hyundai o Grupo Caoa celebrou em meados de junho marco de 1 milhão de unidades da marca vendidas em suas concessionárias, tanto nacionais de Anápolis quanto importados – a Hyundai passou a ser representada pela Caoa em 1999 após tentativas frustradas com Garavelo e Regino, e sua estratégia agressiva de propaganda foi fundamental para o estabelecimento e sucesso da fabricante por aqui.

Hoje o Grupo Caoa é o maior distribuidor Hyundai no Brasil e o único a comercializar a linha completa da marca, incluindo os modelos fabricados em Piracicaba, SP – linha HB20 e Creta, que se juntam aos nacionais de Anápolis, New Tucson e ix35, e Azera e Santa Fe, importados. ■

Embarques começam

A Caoa Chery deu, no início do mês passado, seu primeiro passo para fora do Brasil: uma dezena de Tiggo 2 foi enviada para o Paraguai, abrindo o projeto de exportação para o Mercosul idealizado ainda em 2018, quando a empresa estabeleceu a meta de tornar o Brasil centro de fornecimento de veículos para a região.

Produzido em Jacareí, SP, o SUV Tiggo 2 foi o primeiro modelo Chery fabricado após o acordo 50%-50% com o Grupo Caoa.

Ainda este ano outros países do Mercosul, e também da América Latina, deverão receber modelos produzidos tanto em Jacareí quanto Anápolis.

Segundo o CEO Márcio Alfonso "o objetivo é ampliar nossa presença em outros países ainda em 2020 e criar, assim, um perfil exportador para nossa marca".

Divulgação/Caoa Chery

Por Redação AutoData

Denso assume a ponta

Ranking AutoData de Qualidade e Parceria chega à sua sétima edição avaliando os fornecedores mais reconhecidos pelas montadoras nos últimos 36 meses

A sétima edição do Ranking AutoData de Qualidade e Parceria foi revelado em meados de junho. O estudo reúne, em único reconhecimento, as empresas que mais se destacaram como fornecedores OEM do setor automotivo, laureadas pelas próprias fabricantes de veículos em seus reconhecimentos particulares, nos últimos trinta e seis meses.

Nesta edição AutoData pontuou as premiações de fornecedores realizadas de julho de 2017 a junho de 2020. E a Denso, vice-campeã em 2019, assumiu a liderança da lista.

Pela ordem, além da Denso, Axalta, Basf e Michelin registraram a maior pontuação do período, representando da primeira à quarta colocações. E com isso já estão automaticamente classificadas para concorrer ao tradicional Prêmio AutoData Melhores do Setor Automotivo, edição 2020, na categoria Qualidade e Parceria.

O estudo também destaca os melhores colocados do ranking AutoData nos principais segmentos de fornecimento da indústria. Em Sistemistas venceu a própria Denso, a líder no geral, em Autopeças a Maxion Wheels, quinta colocada no ranking geral, em Tintas a Axalta, segunda colocada colocado no ranking geral, em Matérias Primas a Basf, terceira no geral, em Powertrain a Aisin, oitava no geral, em Eletrônicos o Grupo Continental, nona colocada do ranking geral, e em pneus a

Os destaques por segmento

Segmento	Empresa	Posição no ranking geral
Sistemistas	Denso	1º.
Autopeças	Maxion Wheels	5º.
Tintas automotivas	Axalta	2º.
Matérias-primas	Basf	3º.
Powertrain	Aisin	8º.
Eletrônicos	Grupo Continental	9º.
Pneus	Michelin	4º.

Michelin, quarta colocada no ranking geral.

Este ano o ranking considerou os reconhecimentos aos fornecedores promovidos por Caoa, CNH Industrial, DAF, FCA, Ford, General Motors, Honda Automóveis, Hyundai, Mercedes-Benz, Moto Honda, Toyota e Volkswagen Caminhões e Ônibus. Ao todo 291 fornecedores foram citados e/ou premiados nos últimos três anos.

Assim como nos anos anteriores os dez primeiros colocados do ranking geral receberão placas comemorativas, bem como o melhor de cada categoria. A única diferença é que as placas, este ano, serão entregues uma a uma tão logo as exigências de isolamento social decorrentes da pandemia da covid-19 sejam relaxadas.

O cálculo para elaboração do ranking atribui notas aos diversos patamares de prêmios ofertados ao longo do período estudado. A pontuação segue uma lógica de importância inspirada no campeonato mundial de Fórmula 1: as vitórias de caráter global rendem 16 pontos, as de empresa do ano 8 pontos, conquistas em categorias 4 pontos cada e, por fim, certificados e menções 2 pontos cada. O total de pontuação obtido em cada categoria, considerando-se a análise da que oferece o maior número de pontos para o menor, é utilizado como critério de desempate.

O período avaliado, de três anos, é o ideal para averiguar a regularidade das empresas nos reconhecimentos das fabricantes de veículos.

Ranking AutoData de Qualidade e Parceria 2020

Posição	Empresa	Pontos
1º.	Denso	42
2º.	Axalta	40
3º.	Basf	38
4º.	Michelin	32
5º.	Maxion Wheels	32
6º.	NGK	28
7º.	G-KT do Brasil	28
8º.	Aisin	28
9º.	Continental Group	28
10º.	Johnson Controls	28
11º.	Casco	24
12º.	Mahle	24
13º.	Tenneco	22
14º.	Panasonic	22
15º.	Yazaki	22
16º.	ZF	22
17º.	Dana	20
18º.	Dow	20
19º.	Litens	20
20º.	Usiminas	20
21º.	Sumidenso	18
22º.	Zanettini Barossi	16
23º.	Cosan Lubrificantes	16
24º.	Honda Lock	16
25º.	Ioschpe Maxion	16
26º.	Lear	16
27º.	Adient	16
28º.	Moura	16
29º.	Pionner	16
30º.	SKF	16

Por Redação AutoData

Megatendências on-line

Diante da pandemia da covid-19 este ano o tradicional evento Revisão das Perspectivas de AutoData foi realizado de forma virtual, com transmissão ao vivo

A pandemia da covid-19 e seu necessário processo de distanciamento social trouxe mudanças para o tradicional Seminário AutoData Megatendências do Setor Automotivo – a Revisão das Perspectivas. Pela primeira vez em sua história o evento foi realizado de forma on-line, com transmissões ao vivo realizadas de 29 de junho a 3 de julho.

Alguns dos mais representativos líderes da indústria automotiva participaram, como Antonio Filosa, presidente da FCA América Latina, Besaliel Botelho, presidente da Bosch, Carlos Zarlenga, presidente da GM América do Sul, Christopher Podgorski, presidente da Scania Latin America, Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, José Eduardo Luzzi, presidente da MWM, Luís Pasquotto, presidente da Cummins, Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, Marco Rangel, presidente da FPT, Pablo Di Si, presidente da Volkswagen América Latina, Raul Germany, presidente da Dana, Roberto Cortes, CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus e muitos outros.

Confira a seguir algumas das principais declarações dos executivos que participaram do evento durante seus cinco dias. ■

"É melhor para o governo colocar em prática alguma medida de estímulo ao consumo agora do que ter que pagar seguro-desemprego no futuro."

Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea

"Calculo que todo o sistema gastará R$ 50 bilhões, R$ 60 bilhões [para se recuperar dos efeitos da pandemia]. Sem receita e com custo fixo, é preciso tirar o dinheiro de algum lugar. Projeto que teremos três, quatro anos de investimentos bem reduzidos."

Pablo Di Si, presidente da Volkswagen América Latina

"Estamos dirigindo na neblina, com visão só até o próximo quilômetro. Postergamos investimentos que não eram urgentes."

Luís Pasquotto, presidente da Cummins

"Os investimentos feitos para o Euro 5 não se pagaram ainda e há outras tecnologias viáveis que podem surtir o mesmo efeito que a adoção do Euro 6 em termos de redução de emissões."

José Eduardo Luzzi, presidente da MWM

"Apesar da situação de pandemia não paramos os investimentos em novas tecnologias. Temos muitas oportunidades no Brasil e na Argentina, demandas que podem nos ajudar a sair dessa situação."

Marco Rangel,
presidente da FPT

"A sociedade de consumo formará uma espécie de ampulheta, dividida em dois polos: um com mais gente e menos renda e outro com menos gente e mais renda, tendo no meio uma classe média esvaziada, achatada pelas consequências econômicas da pandemia."

Antonio Filosa,
presidente da FCA América Latina

"O cenário é complicado para projetar os próximos meses, mas acreditamos que o mercado continuará demandando, mesmo em ritmo menor do que o do primeiro trimestre."

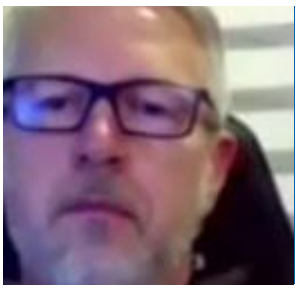
Ricardo Barion,
vice-presidente de vendas e marketing da Iveco

"Alguns setores que estavam completamente parados estão mostrando reação, como o químico e o de combustível, mas precisamos aguardar mais uns meses para ver como o mercado se comportará."

Roberto Barral,
vice-presidente de operações comerciais da Scania no Brasil

"Temos uma fábrica no México e o acordo abrirá boas oportunidades para aproveitarmos a produção dessa unidade para trazer novos produtos para o Brasil, assim como para exportarmos mais."

Ricardo Alouche,
vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da Volkswagen Caminhões e Ônibus



"Qualquer oportunidade de exportar mais quando o mercado interno está em queda é benéfica para a empresa e ajuda a trazer mais recursos durante a crise."

Ari Carvalho,
diretor de vendas e marketing caminhões da Mercedes-Benz

"Não é que o carro perderá espaço. Será mais eficiente e dividirá o protagonismo com outras plataformas."

Cláudio Castro,
diretor executivo de pesquisa e desenvolvimento da Schaeffler

"Com tudo o que está acontecendo chegarmos a 65 mil caminhões e 10 mil ônibus é o melhor cenário a se imaginar."

Roberto Leoncini,
vice-presidente de vendas e marketing caminhões e ônibus da Mercedes-Benz

"Esperamos uma queda de 10% a 15%, mesmo com a expectativa de uma retomada em ritmo mais forte a partir do quarto trimestre."

Raul Germany, presidente da Dana

"Já produzimos localmente tudo o que oferecemos em outros mercados. Falta um interesse maior das montadoras, que, em muitos casos, acabam importando componentes por causa de suas estratégias globais."

Besaliel Botelho, presidente da Bosch

"O custo Brasil é um ponto que sempre debatemos e precisamos melhorar para sermos mais competitivos e aumentar o portfólio nacional. Hoje não vejo esse movimento acontecendo."

Frédéric Sebbagh, presidente do Grupo Continental

"Localizamos a engenharia apenas em alguns países e assim ganhamos escala, e a produção de uma unidade complementa a da outra, fomentando também as exportações."

Marcos de Oliveira, presidente da Iochpe-Maxion

"Em dois ou três anos a tecnologia de conexão 5G deverá ganhar espaço na indústria automotiva global, com ao menos dezoito fabricantes adotando esse sistema."

Hélio Oyama, diretor de gestão de produtos da Qualcomm

"É preciso ser menos polido e falar mais dos problemas porque, do contrário, eles não serão resolvidos. O País precisa ter um perfil exportador, melhorar a competitividade das empresas, fazer a reforma tributária."

Carlos Zarlenga, presidente da GM América do Sul

"Hoje a atividade econômica já chegou a 20% abaixo do ritmo de antes da covid-19. Há uma perspectiva de retomada gradual no segundo semestre, um retorno em V, mas não um V completo: a trajetória anterior do PIB não será retomada."

Fernando Machado Gonçalves, do Banco Itaú

"O setor de grãos registrou colheita recorde no período 2019/2020 e a expectativa é de novo recorde na safra 2020/2021."

Rodrigo Bonato, diretor de marketing e tecnologia da John Deere

"Acreditamos, hoje, que será possível empatar ou até crescer este ano. Mas não podemos garantir porque não sabemos como será o dia de amanhã."

Alfredo Jobke,
diretor de marketing da AGCO América do Sul

"A demanda continuará e seguiremos acreditando no País. Alguns setores sofrerão mais nos próximos meses, mas a construção deverá ter impactos menores."

Massami Murakami,
diretor da Volvo CE

"Já temos um índice nacional interessante e dedicamos uma equipe ao trabalho de buscar boas oportunidades de produzir componentes aqui."

Paula Araújo,
vice-presidente da New Holland Construction para a América do Sul

"Durante dois meses houve isenção de IOF e congelamento de outros tributos. Houve um acerto sobre a prorrogação da medida, mas o recolhimento do IOF voltou a ser feito."

Dan Ioschpe,
presidente do Sindipeças

"O mercado retornará ao patamar registrado antes da pandemia apenas em 2024. O que veremos até lá é uma diminuição do volume em locadoras, que nos últimos anos sustentaram as vendas no mercado brasileiro."

Cássio Pagliarini,
diretor da Bright Consulting

"Ainda temos muito trabalho a fazer: buscamos um patamar maior de nacionalização."

Celso Simomura,
vice-presidente de compras e engenharia da Toyota

"A ociosidade na indústria de caminhões e ônibus aumentará de 65% para cerca de 80% no fim deste ano."

Roberto Cortes,
presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus

"No momento não enfrentamos nenhum problema de liquidez. Vendas de peças e serviços mantiveram um bom nível e também articulamos algumas soluções financeiras com a matriz."

Christopher Podgorski,
presidente da Scania

Divulgação/GM

O incrível voo da Arara Azul

Por Marcos Rozen

Fábrica da General Motors em Gravataí, RS, chega aos 20 anos com números e títulos impressionantes

Vinte é o número da vez para a fábrica da General Motors de Gravataí, RS: em 20 de julho comemora 20 anos de vida.

Mas esses números são pouco, muito pouco para mostrar a impressionante relevância desta unidade na vida GM no País, que nasceu em 2000 para dar origem ao projeto Blue Macaw, ou Arara Azul, que se materializaria no Celta.

Um bom exemplo: a fábrica comemorou o incrível marco de 4 milhões de unidades produzidas no último fevereiro – antes da pandemia rodava a três turnos com mais de sessenta unidades fabricadas por hora.

Gravataí tem outros orgulhos: é a unidade GM mais produtiva do mundo. Produz o carro mais vendido da América do Sul, o Onix. É a principal fábrica da General Motors no País e foi a primeira fora do Estado de São Paulo. Está localizada no CIAG, Complexo Industrial Automotivo de Gravataí, que abriga além da fábrica em si um complexo administrativo e seus sistemistas.

Sistemistas, sim: Gravataí foi ainda a pioneira no uso do conceito de condomínio industrial na produção de automóveis, reunindo em seu entorno os principais fornecedores, algo que na época da inauguração causou espanto mundial no setor automotivo.

Como se vê, motivos para celebrar não faltam.

Marcos históricos da GM Gravataí

Março de **1997**	Em solenidade no Palácio Piratini é anunciado o município de Gravataí como sede do **futuro complexo da GM**.
Julho de **2000**	Inauguração oficial, fruto de investimento de **US$ 600 milhões**.
Setembro de **2000**	Lançamento do **Celta**.
Outubro de **2001**	Celta **100 mil**.
Julho de **2002**	Lançamento do **Celta quatro portas**.
Outubro de **2002**	Celta **200 mil**.
Setembro de **2003**	Celta **300 mil**.
Fevereiro de **2004**	Anúncio de investimento de **US$ 240 milhões** para expansão.
Junho de **2004**	Celta **400 mil**.
Maio de **2005**	Celta **500 mil**.
Dezembro de **2005**	Celta **600 mil**.
Março de **2006**	Lançamento da **nova geração do Celta**.
Setembro de **2006**	**Celta 700 mil**.
Outubro de **2006**	**Lançamento do Prisma**, segundo modelo produzido em Gravataí.
Abril de **2007**	**800 mil** unidades produzidas.
Outubro de **2007**	**900 mil** unidades produzidas.
Maio de **2008**	**1 milhão de unidades** produzidas.
Julho de **2009**	Anúncio de novo investimento, agora de **R$ 2 bilhões**.
Junho de **2010**	início das obras civis do segundo ciclo de ampliação, para receber a **produção do Onix**.
Agosto de **2010**	**1,5 milhão** de unidades produzidas.
Junho de **2012**	**Celta 1,5 milhão**.
Outubro de **2012**	Lançamento do **Onix**.
Dezembro de **2012**	**2 milhões** de unidades produzidas.
Fevereiro de **2013**	Lançamento do **novo Prisma**.
Julho de **2014**	**2,5 milhões** de unidades produzidas.
Março de **2016**	**3 milhões de unidades produzidas** e Onix 500 mil.
Agosto de **2017**	Anúncio de novo investimento, agora de **R$ 1,4 bilhão**.
Dezembro de **2017**	Abertura do **terceiro turno**.
Julho de **2018**	**3,5 milhões** de unidades produzidas.
Outubro de **2018**	Onix **1 milhão**.
Setembro de **2019**	Lançamento do **Onix Plus**.
Novembro de **2019**	Lançamento do **novo Onix**.
Fevereiro de **2020**	**4 milhões** de unidades produzidas.

Por Lucia Camargo Nunes

Seguro pós-covid

Pandemia acelera novas modalidades para seguros automotivos, como cobrança por quilometragem, pay-per-use e vistoria virtual

Divulgação/Argo

De acordo com dados do Denatran a frota brasileira tem 57 milhões de automóveis e, desses, apenas 23% possuem seguro. A transformação digital acelerada pela pandemia e sua consequente crise econômica trouxe mudanças também para este mercado, que busca alternativas para não perder clientes.

Proprietários de veículos, assim, contam cada vez mais com novas opções, tanto por seguradoras quanto pelas insurtechs, empresas de tecnologia e startups que atuam nesta área. Com pesquisa e uso de novas modalidades é possível conseguir redução de até 50% nas apólices.

O estudo World Insurance Report 2020, da Capgemini e Efma, publicado em maio, aponta que o número de clientes da geração X e de pessoas de idade mais avançada que fazem transações diárias on-line dobrou, passando de 30% em 2018 para 64% em 2020.

Paulo Cardamone, da Bright Consulting, avalia que "as seguradoras terão que reduzir custos. É um mercado que vai continuar tendo dificuldades para crescer pois a idade da frota é muito alta e os preços também são altos. Se as pessoas usam menos o carro terão menor propensão a consumir. O pay-per-use depende de uma infraestrutura digital, mas pode ajudar a aumentar a carteira".

Na lista das novas opções está o Instant, da Argo Seguros, que custa a partir de R$ 26,90 por mês, conforme o uso. Este seguro pode ser contratado, por exemplo, antes de uma viagem e por apenas 24 horas, com proteção de perda total por acidente, com todo o processo realizado digitalmente.

Newton Queiroz, CEO e presidente da Argo, afirma que "nosso público-alvo são os proprietários de veículos com valor de mercado até R$ 30 mil e que ainda não têm seguro por causa do preço".

Neste formato de seguro intermitente outra novidade é a startup de tecnologia em seguros Thinkseg, parceira da seguradora Generali. Desde março a empresa triplicou as contratações em relação ao último quadrimestre de 2019. O valor da assinatura mensal para carros básicos

Hoffmann®
Eventos Híbridos e On-Line

HOFFMANN TV

ESTÚDIOS E PLATAFORMA PARA SEU EVENTO HÍBRIDO E ON-LINE

ESTÚDIOS HÍBRIDOS

EXPERIÊNCIA DE TV

CAPTAÇÃO E TRANSMISSÃO PROFISSIONAL

PLATAFORMA VIRTUAL E INTERATIVA

GERENCIAMENTO COMPLETO

ASSESSORIA PERSONALIZADA

SEGURANÇA E COMODIDADE

www.hoffmann.com

21 - 99423-8000
11 - 98946-5000

parte de R$ 25, garantindo cobertura para acidentes, furto e roubo. Acrescida à assinatura fixa, há cobrança em centavos por cada quilômetro rodado.

Lucas Pereira de Andrade, agente dos Correios em Nazaré, BA, contratou o pay-per-use do Thinkseg em junho para seu Jeep Renegade 2017. Ele paga mensalidade de R$ 77 mais R$ 0,19 por cada quilômetro rodado:

"O outro seguro venceu em abril e era muito caro. Então decidi fazer o Thinkseg porque viajo a trabalho. Com a pandemia estou usando bem pouco o veículo e é por isso que esse seguro ficou bem mais em conta para o meu orçamento".

O Youse, seguro online da Caixa Seguradora, funciona de forma parecida, cobrando pela quilometragem baseada em rastreador instalado no veículo, além de uma mensalidade fixa.

Em geral, nessa modalidade, o segurado é controlado por sistema de telemetria, ou seja: a seguradora verifica não apenas as distâncias percorridas como também a cautela na hora de dirigir e, assim, pode conceder descontos na renovação. Para o gestor de seguros Nélson Uzêda "é bem prática, totalmente digital e traz consigo uma série de vantagens e benefícios ao consumidor, até porque em meio à pandemia os deslocamentos estão mais restritos".

Ele enfatiza que é importante que o cliente verifique as garantias oferecidas: "Alguns produtos excluem danos por colisão, ou seja, garantem apenas roubo, furto e danos a terceiros."

VISTORIA VIRTUAL

Outro grande avanço, de maior ênfase na pandemia, é a autovistoria, com a qual a plataforma digital da seguradora consegue auxiliar o cliente a fazer a própria vistoria pelo celular, lembra Uzêda: "Isso garante rapidez no processo de aprovação da apólice, além da comodidade".

A digitalização, que já é conhecida pelos correntistas do Banco Inter, também funciona no seguro auto 100% digital do aplicativo: em poucos minutos é feita a vistoria e contratado o seguro, assegura Paulo Padilha, diretor da Inter Seguros: "Ao digitalizar esse processo estamos garantindo que as pessoas gastem menos tempo com burocracias".

A insurtech Planetun desenvolveu a TeleVistoria, ferramenta para análises de seguro à distância e ao vivo. O contato em tempo real com o perito ou analista, que é o guia da vistoria, economiza tempo e custos, além de eliminar fraudes, garante Henrique Mazieiro, CEO da Planetun:

"Conseguimos checar pormenores como rachaduras, ouvir ruídos de equipamentos em funcionamento e rever itens que deixaram dúvidas em fotos realizadas pelos usuários, elevando a assertividade da análise".

Nas seguradoras tradicionais algumas ações mais recentes buscam atrativos para conquistar novos clientes ou não perder as renovações.

A Porto Seguro, por exemplo, oferece desconto ao agregar o cartão de crédito de sua bandeira com parcelamento em até dez vezes.

Já a Bradesco Auto/RE renova o seguro pelo mesmo valor de 2019 com pagamento também em dez parcelas, além de atendimento por WhatsApp e autovistoria.

A Liberty diminuiu burocracias e ampliou o parcelamento. Como diz Paulo Umeki, seu vice-presidente de produtos, "temos agora opção para pagamento em até doze vezes sem juros no cartão de crédito e de até dez vezes no débito em conta, além da possibilidade de reprogramar parcelas com prazos de trinta a sessenta dias".

Houve também melhorias nos produtos da Aliro Seguro, marca da Liberty para clientes que buscam seguro mais simplificado e acessível, como acréscimo de coberturas adicionais e assistências. ■

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

ACOMPANHE A AUTODATA NO YOUTUBE

LIVE AUTODATA

WEBCON AUTODATA

CONFIRA ALGUNS ENTREVISTADOS

LUIZ CARLOS MORAES - PRESIDENTE DA ANFAVEA

PHILIPP SCHIEMER - PRESIDENTE DA MERCEDES-BENZ DO BRASIL

LUÍS PASQUOTTO - PRESIDENTE DA CUMMINS NO BRASIL

PABLO DI SI - PRESIDENTE E CEO DA VOLKSWAGEN AMÉRICA LATINA

WWW.YOUTUBE.COM/AUTODATAEDITORA

Por Redação AutoData

Divulgação/Toyota

Os melhores da Toyota no Brasil e Argentina

Pela segunda vez Toyota unifica premiação a fornecedores do Mercosul. Denso e YPF foram as grandes campeãs.

Os tempos são de pandemia da covid-19 e, com isso, várias iniciativas não precisam necessariamente ser canceladas mas, sim, adaptadas. Foi o caso do Toyota Latin America and Caribbean Suppliers Conference, que pela primeira vez teve sua cerimônia realizada em um ambiente virtual, com participação de mais de 150 empresas fornecedoras da Argentina e do Brasil juntamente com Masahiro Inoue, CEO da Toyota para a América Latina e Caribe, Rafael Chang, presidente da Toyota do Brasil e Venezuela, Daniel Herrero, presidente da Toyota Argentina, e Celso Simomura, Regional Officer de Compras e R&D da Toyota para a América Latina e Caribe.

Foi a décima-oitava vez que a Toyota

Toyota Latin America and Caribbean Suppliers Conference 2019

Qualidade e Logística

Brasil

Dana
Kautex
Honda Lock
Litens
Mangels
Maxion Wheels
Panasonic
SMR
Sumidenso do Brasil
Sumitomo Rubber do Brasil
TPR

Argentina

CGR
Inergy
Plimer
Stilo WG
Pirelli

Redução de custos

Brasil

Harman
Yazaki

Argentina

Bridgestone
Fric-Rot
Toyota Boshoku
Vuteq

Reconhecimento Especial

Brasil

Adient
Cestari
KYB
Pioneer
PPG

Argentina

Dana
Guidi
Toyota Boshoku

reconheceu os esforços de seus parceiros, sendo esta edição relativa ao desempenho em 2019. E a segunda vez que a premiação unificou as unidades do Brasil, Argentina e Venezuela.

Para Simomura "nesses tempos em que somos forçados a estar distantes uns dos outros é interessante observar nossa capacidade de reinvenção, com o primeiro encontro on-line de fornecedores do mercado. O retorno que tivemos dos participantes, com elogios para a organização e dinamismo da reunião, nos motiva ainda mais para seguir propondo alternativas que contribuam para que todos trabalhem juntos com foco na sustentabilidade de longo prazo do nosso negócio".

Ao todo 31 fornecedores, brasileiros e argentinos, receberam o grau de excelência máxima nas categorias Qualidade e Logística, Custo e Reconhecimento Especial. A Denso foi premiada como Melhor Fornecedor Brasileiro e a YPF como Melhor Fornecedor Argentino.

Neste ano os quesitos Qualidade e Logística foram reunidos em um só. Em qualidade as empresas reconhecidas cumpriram meta de zero PPM, ou seja, nenhum defeito nas peças entregues durante todo o ano. Além disso o fornecedor não podia ter registrado contra si qualquer reclamação grave sobre seu desempenho ao longo de todo 2019.

E ainda os fornecedores também tinham que contar em sua galeria com o certificado no quesito Logística entregue pela Toyota na edição anterior do reconhecimento, além de atender rigorosamente aos prazos estipulados para entrega de suas peças.

Por Redação AutoData

Os melhores da Caoa em Anápolis e Jacareí

Aptiv, Neo Rodas e Michelin foram eleitos Fornecedor do Ano Caoa Montadora e Caoa Chery em 2019

Divulgação/Caoa

A Caoa Montadora divulgou no fim de junho os vencedores de seu quarto Prêmio Melhores Fornecedores Caoa, referente a 2019, que reconhece empresas fornecedoras de Anápolis, GO, e Jacareí, SP, que conseguiram a excelência no desempenho e qualidade. Diante da pandemia da covid-19 não houve evento presencial.

Aptiv, Neo Rodas e Michelin ganharam o prêmio de Fornecedor do Ano: a Aptiv pelo fornecimento de seus chicotes elétricos à Caoa Chery Jacareí, a Neo Rodas pelas rodas do iX35 à Caoa Montadora Anápolis e a Michelin pelos pneus de Tiggo 5x e Tiggo 7 à Caoa Chery Anápolis.

Para o diretor de serviços compartilhados Ivan Witt, responsável pela área de compras, o isolamento não foi impeditivo para a premiação: "Mesmo ainda em

4º Prêmio Melhores Fornecedores Caoa

Categoria Pós-venda Caoa
Autoware
Primuscart

Fornecedores indiretos
Caoa Montadora e Caoa Chery em Anápolis e rede de concessionárias
Material – **Via Supri**
Serviços – **Raissa Transportes**

Caoa Chery Jacareí
Material – **3M**
Serviços – **Gabardo**

Fornecedores Produtivos
Caoa Anápolis
Qualidade em Fornecimento – **AR70**
Inovação em Custos e Excelência em Compras Diretas – **Humax**
Fornecedor do Ano – **Neo Rodas**

Caoa Chery Anápolis
Qualidade em Fornecimento – **Sulfix**
Inovação em Custos e Excelência em Compras Diretas – **Axalta**
Fornecedor do Ano – **Michelin**

Caoa Chery Jacareí
Qualidade em Fornecimento – **Bosch**
Inovação de Custos e Excelência em Compras – **Marelli**
Fornecedor do Ano – **Aptiv**

um período de isolamento social, quando precisamos primar pela segurança e pela saúde de nossos colaboradores e fornecedores, sentimos que era imprescindível a divulgação desse reconhecimento aos nossos parceiros mesmo que não em um evento tradicional".

Ele acrescentou, ainda: "Estamos muito felizes em manter essa premiação, pelo quarto ano consecutivo, e, neste momento, reforçar aos nossos parceiros a importância e admiração com que são vistos pela Caoa".

Duas empresas receberam o prêmio em padrões operacionais de pós-venda, que destaca o segmento que é referência para a Caoa.

Os vencedores, de todas as categorias, alcançaram as melhores médias das notas atribuídas nos últimos doze meses, como qualidade, comprometimento, tecnologia, desempenho e preço competitivo.

Por Redação AutoData

Os melhores da AGCO na América do Sul

A Metalúrgica Marks conquistou o título de Fornecedor do Ano 2019. Nova categoria para ações de diversidade e inclusão foi vencida pela Shell.

A AGCO América do Sul realizou em meados de junho sua vigésima-primeira edição do seu encontro anual de fornecedores. Devido à pandemia da covid-19 o evento foi realizado de forma virtual e contou com participação de 275 empresas, além dos executivos Eric Hansotia, Chief Operating Officer, Josip Tomasevic, Chief Product Officer, Luis Felli, presidente da AGCO América do Sul, e Carlo Martorano, diretor de compras da AGCO América do Sul.

Para Felli "esta premiação é realizada há 21 anos e para nós é uma grande satisfação reconhecer os melhores fornecedores anualmente. Isso nos mostra o compromisso que nossos parceiros têm com o consumidor de nossos produtos e de nossas soluções agrícolas e também com o agronegócio, que é força da economia brasileira atual".

A empresa reconheceu os fornecedores que atingiram ou superaram as metas estabelecidas em 2019 no fornecimento a todas as marcas da AGCO, como Massey Ferguson, Valtra, Fendt e GSI. Durante o encontro virtual também foram discutidos temas como tendências, vendas, desenvolvimento de produtos, inovação e mercado.

Ao todo nove empresas do Brasil e Argentina receberam o grau de excelência máxima nas categorias Pós-Venda, Inovação, Qualidade e Entregas, Serviços Logísticos, Materiais Indiretos, Fornecedor Top Argentina, Parceria e Fornecedor do Ano de 2019.

Primeira vez a AGCO inclui na premiação a categoria Reconhecimento Especial – Diversidade e Inclusão. Foram avaliados programas que convergem para ideais de espírito de equipe, respeito, responsabilidade, integridade e transparência aplicados pela AGCO. ■

Encontro de Fornecedores AGCO América do Sul 2019

Pós-vendas
Agel
Inovação
Mahm
Qualidade e Entregas
Cinpal
Serviços Logísticos
Suzanlog
Materiais Indiretos
GRSA
Fornecedor Top Argentina
Fate
Parceria
Plasolution
Fornecedor do Ano 2019
Metalúrgica Marks
Reconhecimento Especial – Diversidade e Inclusão
Shell

AUTODATA Empresarial

56 AXALTA
Flexível e pronta para atender todas as demandas de seus clientes, empresa é premiada pelas exigentes fabricantes japonesas e coreanas

58 BECOMEX
Consultoria inova com estratégia colaborativa para setor automotivo superar mais rapidamente crise causada pela pandemia

60 FORD
Na CES, em Las Vegas, e agora, na Campus Party virtual, montadora demonstra que se tornou provedora de soluções para a mobilidade do futuro

62 PPG
Com nova geração de tintas que entrega mais eficiência, fabricante é reconhecida pela Toyota do Brasil como fornecedora que agrega valor ao produto final

AutoData Empresarial é um caderno produzido e editado por AutoData Branded Content

PREMIADA PELAS MAIS EXIGENTES DO MERCADO

Flexível e pronta para atender todas as demandas de seus clientes, Axalta é premiada pelas exigentes fabricantes asiáticas

A Axalta, líder global em fornecimento de revestimentos líquidos e em pó, foi reconhecida pela Caoa Chery como um dos melhores fornecedores em 2019 se destacando em duas categorias: Inovação em Custos e Excelência em Compras Diretas.

Além de estar entre os melhores fornecedores para clientes exigentes como a Caoa Chery, os produtos Axalta são reconhecidos no setor automotivo por excelência em qualidade e na facilidade de aplicação.

A alta qualidade dos produtos da marca, bem como seu apelo ambiental, a levaram também a conquistar o cobiçado prêmio global da Toyota, no ano passado, o "Contribution Award", entregue para as empresas que tiveram o melhor desempenho em termos de qualidade, entrega e custo.

A Axalta Brasil foi a única empresa da América do Sul a receber o prêmio em cerimônia realizada no final de fevereiro no Japão. O anfitrião do evento, que reuniu grandes empresas de todo o mundo, foi o presidente mundial da Toyota, Akio Toyoda, neto do fundador da companhia.

Outras duas exigentes montadoras japonesas, Moto Honda e Mitsubishi, premiaram a Axalta pela qualidade de seus produtos e, sobretudo, serviços.

Empresa foi premiada pela Toyota pela alta qualidade de seus produtos

Um dos grandes diferenciais da Axalta é seu sistema de filiais que consiste, basicamente, em ter especialistas e técnicos da empresa dentro da operação de seus clientes que podem estar tanto em Manaus (como a Moto Honda) como no Rio Grande do Sul, como importantes encarroçadoras de ônibus.

Axalta desenvolveu sistema de produção que atende todo tipo de demanda

Atender de maneira personalizada qualquer especificidade das fabricantes de veículos, independentemente do volume necessário, faz da Axalta a parceira ideal das montadoras que precisam desenvolver novas opções de cores ou, ainda, testar novas tendências. A empresa desenvolveu um sistema flexível de produção que pode atender rapidamente, e com preços competitivos, demandas por grandes ou pequenos volumes.

A Axalta programou novos lançamentos de tintas para o segundo semestre deste ano e o destaque é a nova linha Imron NG, indicada para revestimento de caminhões e ônibus, e destinado agora, também, ao segmento de repintura. Versátil e de fácil aplicação, o Imron permite maior rendimento, alta retenção de brilho, ótima resistência a intempéries e pode ser usado tanto como verniz poliuretano quanto para a preparação de cores sólidas. Com esse novo produto, a Axalta oferece ao segmento de aftermarket a mesma qualidade de pintura original das fabricantes.

SETOR AUTOMOTIVO TEM BOAS ALTERNATIVAS PARA AUMENTAR FLUXO DE CAIXA

Consultoria Becomex inova com estratégia colaborativa para montadoras, sistemistas e autopeças superarem mais rapidamente crise gerada pela pandemia

O setor automotivo nacional pode contar com uma alternativa inovadora e viável para minimizar significativamente o atual problema de fluxo de caixa em decorrência da forte retração da demanda por conta da pandemia da Covid-19.

Além de tentar oferecer os R$ 25 bilhões de créditos tributários retidos pelos governos federal e estaduais como garantia aos bancos estatais na tomada de empréstimos, é possível, também, utilizar parte deste valor. Outra alternativa interessante que pode ser implementada em toda cadeia é reduzir em milhões de reais o montante que fica mensalmente travado em encargos como IPI, PIS e Cofins nas mãos do governo Federal e, também, do ICMS, que fica parado nos cofres dos governos estaduais.

A Becomex, uma das maiores consultorias para as áreas fiscal, tributária e aduaneira do Brasil, líder em regimes especiais, com destacada experiência no setor automotivo, atendendo mais de 85% das montadoras e quase 200 fornecedores, desenvolveu inovadora estratégia colaborativa para ser implementada entre montadoras e fornecedores.

Divulgação/Agência Brasil

Gilberto Oestreich, Diretor de Customs na GM

Marcos Gonzalez, diretor da área automotiva da Becomex

Trata-se do BCC – Business Collaboration Chain, que tem o objetivo de reduzir custos e proporcionar maior eficiência operacional a todos os elos da cadeia.

O resultado direto, e mais visível, dessas ações colaborativas é o considerável aumento do fluxo de caixa das empresas e, de carona, forte incremento da competitividade do setor no País tornando possível, inclusive, a localização de mais produtos.

"Com o BCC podemos resolver esse desequilíbrio tributário primeiro colaborando com as montadoras na utilização de boa parte desses recursos retidos pelos governos federal e estaduais além de, nas operações futuras, criarmos mecanismos, em toda cadeia, de modo a minimizarmos esse acúmulo de impostos", comenta Marcos Gonzalez, diretor da área automotiva da Becomex.

Para Gilberto Oestreich, Diretor de Customs na GM da América do Sul, "o Brasil não é mais competitivo lá fora, pois existem uma série de impostos acumulados em nossa cadeia interna que geram um preço final 10% a 15% mais alto do que em outros países como o México, por exemplo". O executivo enxerga de forma otimista o BCC proposto pela Becomex. "Todos os fornecedores que consultamos neste ano demonstraram interesse na colaboração quando passam a entender as vantagens dessa estratégia".

O BCC aplicado na cadeia automotiva pode alcançar resultados efetivos como até 90% de aproveitamento dos benefícios tributários disponíveis, com redução em grande parte proveniente do imposto de importação, além de substancial aumento do fluxo de caixa.

Na opinião de Paulo Paiva, vice-presidente do segmento automotivo da Becomex, a potencialização das estratégias colaborativas na cadeia automotiva é primordial nesse momento de crise e para o futuro das empresas. "Nossas estimativas projetam um montante de mais de R$ 1 bilhão de créditos tributários sendo monetizados, a cada ano, de forma direta pelas empresas na aplicação da estratégia de colaboração. Nesta relação, todos ganham". ◀

FORD INOVA NO UNIVERSO DIGITAL

Na CES, em Las Vegas, e agora, na Campus Party virtual, montadora deixa claro que se tornou provedora de soluções para a mobilidade do futuro

O ano de 2020 certamente vai entrar para a história não só pelos desafios trazidos pela pandemia Covid-19, mas também por ser o ano em que houve a mais fabulosa aceleração das inovações digitais em todo o planeta. A Ford está integralmente inserida neste contexto e, já em janeiro, na maior feira da tecnologia do mundo, a CES, que acontece em Las Vegas, nos EUA, mostrou o quanto está preparada para a mobilidade do futuro.

Divulgação/Agência Brasil

Apresentado na CES, robô agrega eficiência aos processos logísticos

Mais do que só apresentar avançados produtos eletrônicos, a CES se transformou em uma referência global de tendências que serão realidade em um futuro muito próximo. Por isso a Ford escolheu o evento para deixar bem claro sua maneira de enxergar um futuro mais sustentável e, sobretudo, digital e conectado. Em seu estande, a AutoData, convidada pela montadora, pôde conhecer o Mustang Mach-E, SUV elétrico com tecnologias inovadoras de conectividade e segurança.

Mas a Ford há muito tempo vem mostrando que os desafios do setor automotivo vão bem além do que desenvolver e fabricar automóveis. Na própria CES, apresentou também soluções de mobilidade que incluem um robô para entrega de encomendas, concebido

para atuar em conjunto com veículos autônomos da marca, um software para gerenciamento de trânsito nas cidades e um sistema de atualização sem fio dos módulos de seus veículos.

O Mustang Mach-E, com avançado sistema de propulsão elétrica, também foi o primeiro modelo derivado do clássico Mustang em seus 55 anos de história. Com autonomia de até 480 km, o SUV elétrico inova tanto no design e no sistema de propulsão como nas tecnologias de conectividade e infotenimento. E não abriu mão do espírito do Mustang: com potência de 465 cv, o esportivo faz de 0 a 100 km/h em três segundos na versão GT Performance Edition.

Agora em julho a Ford segue inovando em sua pegada digital e, pelo oitavo ano consecutivo, foi a única empresa automotiva a patrocinar a Campus Party, maior evento de tecnologia e inovação da América Latina, que pela primeira vez foi global, digital e inteiramente gratuita devido ao coronavírus.

O evento deste ano foi realizado simultaneamente em mais de 30 países – durante 24 horas por dia – e teve como mote título bastante apropriado para o momento: "Reiniciando o Mundo". Entre as personalidades palestrantes constaram nomes como o ecologista e político norte-americano Al Gore e o cantor e empresário Bruce Dickinson.

Nesta edição, a Ford promoveu apresentações especiais sobre os impactos do momento atual na mobilidade do presente e do futuro. As discussões incluíram as tendências que serão passageiras ou permanentes e como a confiança está pautando o relacionamento entre marcas e usuários, além de iniciativas do mercado para lidar com esse cenário volátil.

Nesta Campus Party 100% digital a Ford valorizou a criatividade dos internautas ao lançar desafio virtual sobre soluções de mobilidade utilizando o método de Design Thinking. Executivos das áreas de TI e Veículos Conectados da montadora convidaram os participantes a criar soluções de mobilidade considerando o cenário atual.

O ESTADO DA ARTE EM TINTAS AUTOMOTIVAS

Com nova geração de tintas que entrega mais eficiência, PPG é reconhecida pela Toyota do Brasil como fornecedora que agrega valor ao produto final

A PPG, uma das maiores fabricantes de tintas do mundo, atua em variados segmentos colorindo produtos que vão de bola de golfe a aviões, passando por navios, prédios, eletrodomésticos e, há mais de cem anos, automóveis. A maioria das vezes que você prestar atenção na cor de um carro, com pouca margem de erro, pode dizer que a tinta é PPG.

A empresa atua no Brasil há quase 50 anos e chegou aqui praticamente junto com a indústria automotiva. Os carros evoluíram muito nas últimas décadas e as tintas acompanharam essa evolução acelerada não apenas oferecendo matizes mais alegres e vibrantes, mas também agregando alta tecnologia capaz de responder às demandas da indústria por processos amigáveis ao meio ambiente e, o mais interessante, que contribuam para diminuir o peso do veículo (tornando-o, assim, mais eficiente).

Divulgação/Agência Brasil

A empresa investe maciça e globalmente em inovações tecnológicas que possam fazer com que as tintas sejam cada vez mais ecológicas e colaborem para aumentar a eficiência dos automóveis. E a PPG já tem uma nova geração de tintas automotivas que atende totalmente a esses dois requisitos.

Tintas automotivas à base de água e tintas compatíveis com metais mistos (E-Coats) são alguns exemplos que a PPG oferece às

A empresa atua no Brasil há quase 50 anos.

indústrias, inclusive aqui no Brasil. Essas tintas possibilitam redução de custos, melhoram substancialmente a produtividade, são ecológicas e permitem que as montadoras utilizem outros materiais mais leves e resistentes, tanto no chassi como na carroçaria.

Sempre atenta a essas evoluções, e buscando avidamente oferecer carros eficientes sob o ponto de vista de performance e respeito ambiental, a Toyota do Brasil premiou a PPG pelo conjunto da obra como a fornecedora que mais agregou valor ao produto final no ano passado. As duas inovadoras tecnologias da PPG, tintas à base de água e E-Coats, contribuíram para essa cobiçada distinção oferecida pela montadora nipônica.

A razão disso é que a Toyota vem se preparando para uso de metais mais leves em suas carrocerias (tendência largamente utilizada na Europa e EUA), o que tornará seus veículos mais ágeis, seguros, econômicos e, sobretudo, ambientalmente amigáveis. A PPG contribui com sua geração de produtos modernos e eficientes que poderia muito bem se resumir da seguinte maneira: "menos tinta para pintar mais carros".

Na engenharia automotiva, muitas vezes, menos significa muito mais. No caso das tintas, alguns ganhos ficam bem evidentes ao diminuir a quantidade de produto necessária para pintar os automóveis, uma vez que o processo se torna econômico, ecológico, e o que é melhor: carros mais leves andam mais e consomem menos. ◀

Por Márcio Stéfani

VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS ADOTA NOVO LOGOTIPO

Estreante no Brasil no Nivus a nova logomarca da Volkswagen foi adotada, também, pela VW Caminhões e Ônibus, divisão de veículos comercial do Grupo Traton. Desde 1º de junho as comunicações da companhia, com fábrica em Resende, RJ, trazem a nova identidade visual. Para o presidente Roberto Cortes trata-se da estreia de uma fase mais conectada, na qual a VWCO começa a avançar – é a primeira vez na história que o emblema da divisão de veículos pesados é atualizado em mais de setenta anos.

FRAS-LE FECHA TRIMESTRE COM RECEITA EM ALTA

A Fras-le registrou receita líquida de R$ 341,8 milhões, avanço de 6% sobre o primeiro trimestre de 2019, e faturamento bruto total de R$ 488,3 milhões, aumento de 3% na mesma base de comparação. No período, apurou lucro bruto de R$ 88,7 milhões e Ebitda de R$ 38,1 milhões, alta de 31%.

MARELLI AMPLIA LINHA PARA REPOSIÇÃO

A Marelli ampliou mais uma vez seu portfólio com novos códigos de injetores de combustível e corpos de borboleta, dentre outros componentes elétricos Magneti Marelli. Os lançamentos atendem veículos de BMW, Citroën, Fiat, Hyundai, Kia, Peugeot e Renault.

MERCEDES-BENZ LANÇA AMG GT 43 NO BRASIL

A Mercedes-Benz anunciou o lançamento de mais um modelo da família GT – o novo AMG GT 43, que chega ao mercado nacional em edição limitada a vinte unidades e preço de R$ 575,9 mil. O motor é um V6 3.0 de 367 cv com tecnologia EQ Boost, que faz sua estreia na linha AMG, e câmbio automático de nove marchas. A lista de equipamentos é composta por teto solar elétrico, rodas de liga leve aro 20, faróis led, quadro de instrumentos digital, aquecimento dos bancos dianteiros, climatização automática de quatro zonas, abertura e fechamento do porta-malas por sensor, assistente de estacionamento e som Burmester.

Divulgação/MB

RENAULT SANDERO RETOMA VERSÃO GT LINE

A Renault iniciou as vendas da nova versão do Sandero, a GT Line, com visual esportivo e assinado pela divisão Renault Sport. O modelo já está nas concessionárias em duas configurações, 1.0 SCe com câmbio manual e 1.6 SCe CVT X-Tronic. O visual da versão GT Line tem diferenciais como aerofólio traseiro, aplique no para-choque traseiro, retrovisores na cor cinza, faróis de neblina e máscara negra nas lanternas.

Divulgação/Renault

VOLVO AMPLIA LINHA VM

O portfólio da Volvo no Brasil passou a contar com mais uma versão de modelo semipesado: o VM City, versão mais enxuta da linha VM com a qual a empresa pretende aumentar participação no segmento de distribuição urbana. O City é produzido em Curitiba, PR, e tem como principais diferenças dos outros da mesma linha a cabine sem leito, mais curta e também aplicada nos VM fora de estrada, como forma de reduzir seu tamanho pois, em tese, a aplicação urbana dispensaria a pernoite do motorista. E também a caixa de transmissão manual de seis marchas – na versão anterior do VM, lançada no ano passado, há também a possibilidade do câmbio automático I-shift.

PRODUÇÃO DE MOTOCICLETAS COMEÇA RETOMADA

Em meio à retomada das operações, paralisadas por algumas semanas em abril e maio por causa da pandemia da covid-19, as fabricantes de motocicletas do Polo Industrial de Manaus, AM, produziram 14,6 mil unidades em maio, volume consideravelmente superior a abril, quando foram montadas 1 mil 479 motocicletas, mas 85,5% inferior às 101 mil unidades de maio do ano passado. O presidente da Abraciclo, Marcos Fermanian, afirmou que a retomada da indústria de duas rodas começou na primeira quinzena de maio, com o retorno à produção de mais da metade das fábricas que estavam paradas.

MARCOPOLO LANÇA CONJUNTO DE SOLUÇÕES DE BIOSSEGURANÇA

A Marcopolo apresentou a plataforma de soluções BioSafe, que congrega inovação e tecnologia para preservar a saúde e a segurança dos usuários e promover a retomada do transporte de passageiros, impactado em razão da pandemia do novo coronavírus. Para difundir as inovações a empresa montou um ônibus e promoverá roadshow pelos principais mercados atendidos, no Brasil e no Exterior, para demonstrar as vantagens e benefícios aos clientes e usuários. De acordo com o CEO da Marcopolo, James Bellini, "estas soluções vieram para ficar, e ditarão o comportamento dos passageiros daqui para a frente". As soluções atendem as três marcas do grupo – Marcopolo, Volare e Neobus.

AUDI CONFIRMA CINCO ESPORTIVOS RS NO BRASIL

A Audi confirmou o lançamento de cinco modelos da sua linha esportiva RS no mercado brasileiro: RS 6 Avant, RS 7 Sportback, RS Q3 SUV, RS Q3 Sportback e RS Q8. O CEO no Brasil, Johannes Roscheck, disse que as novidades representam o que há de melhor no portfólio de esportivos da marca. A empresa não informou o preço de cada versão RS mas disse, em comunicado, que já importou uma unidade de cada modelo e que fará ação exclusiva para clientes interessados em julho.

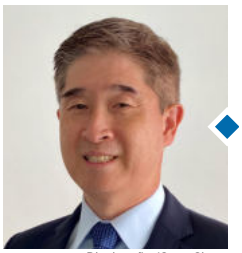
Divulgação/Audi

CHEVROLET SPIN LINHA 2021

A General Motors anunciou a chegada da linha 2021 do Chevrolet Spin nas concessionárias. A grande novidade é o controle eletrônico de tração e estabilidade de série, equipamento que será obrigatório em todos os carros vendidos no Brasil a partir de 2022. O modelo também ganhou assistente de partida em rampa, limitador de velocidade e alerta de não afivelamento do cinto do passageiro. O conjunto mecânico também passou por mudanças e o câmbio AT6 é da nova geração, usada no Onix e no Tracker. O motor segue o mesmo 1.8 flex de 111 cv de potência.

IVECO EXPANDE REDE COM GRUPOS EX-FORD

A Iveco anunciou a entrada, em sua rede no País, de novos grupos concessionários, todos ex-Ford Caminhões: Max/CCS, França/Audax e Duvel. Hoje são 72 os pontos de venda da empresa. A Max/CCS, especializada em vendas governamentais, está há mais de quarenta anos no setor de caminhões com lojas em Brasília, DF, Luziânia, GO, e até o fim do ano, em Anápolis, GO. Já a França/Audax opera em Arapiraca, AL, e, em breve, terá concessionárias em Maceió, AL, e em João Pessoa, PB. A Duvel mantém operação em São Luis, MA, e deverá abrir mais uma loja em Imperatriz, MA.


Divulgação/Caoa Chery

CAOA CHERY: KAWASAKI

O engenheiro Tai Kawasaki é o novo gerente executivo comercial da Caoa Chery. Ex-Toyota, Nissan e FCA, assume toda a operação comercial da marca, incluindo vendas, marketing e rede. Se reportará diretamente ao CEO Marcio Alfonso. Formado em Engenharia Mecânica Industrial, com MBA em Marketing pela ESPM e participação no Programa de Treinamento de Executivos do INSEAD.

Divulgação/FCA

FCA: ASTORINO E COELHO

Com o retorno de Francesco Ciancia para a Itália, para liderar Maserati e Alfa Romeo, a FCA promoveu mudanças em sua estrutura local: Pierluigi Astorino assumiu a diretoria de manufatura para a América Latina, sucedendo a Ciancia, e para o seu lugar, na gerência do Polo Automotivo Jeep em Goiana, PE, foi nomeada a engenheira Juliana Coelho *(foto)*, a primeira mulher a gerenciar uma fábrica na região. Coelho, 30 anos, começou a carreira em 2013 como especialista de processo de pintura e passou por treinamentos em fábricas da FCA na Itália e na Sérvia. Integrou a primeira equipe de funcionários de Goiana e já ocupou postos de supervisora e gerente de pintura, gerente de montagem e, mais recentemente, chefiou a área de VLM, responsável por novos desenvolvimentos, em Betim, MG.

Divulgação/Adefa

ADEFA: HERRERO

A Adefa, associação que representa as fabricantes de veículos na Argentina, tem novo presidente desde 1º. de julho: Daniel Herrero, da Toyota, sucede a Gabriel López, que aposentou-se da Ford Argentina, onde ocupava o cargo de presidente e CEO, em 30 de junho – e, por consequência, deixou suas funções na entidade. Herrero ocupava o cargo de secretário-geral e passou à presidência, posto que ocupará ao menos até novembro, quando estão agendadas novas eleições.

Divulgação/Renault

RENAULT: FERREIRA E STOCCO

Caíque Ferreira *(foto)* foi nomeado diretor de comunicação da Renault Américas, em substituição a Stephane Guilbaud, que retorna à França. Ele se reportará diretamente a Luiz Fernando Pedrucci, vice-presidente sênior da companhia e presidente da região. Há nove anos na Renault o engenheiro mecânico de 53 anos, formado pela PUC-MG, há 25 anos trabalhando no setor automotivo – passou também pela Fiat –, acumulará as novas funções com a diretoria de comunicação da Renault Brasil, na qual se reporta ao presidente Ricardo Gondo. Fernanda Stocco, que era responsável pela comunicação interna da Renault no Brasil, ganha novas funções e passa a responder pela gerência de comunicação, sendo responsável pela assessoria de imprensa. Há três anos na companhia, possui experiências anteriores em multinacionais do segmento de telecomunicações e de tecnologia.

Divulgação/Audi

AUDI: DUESMANN

A Audi indicou Markus Duesmann para o cargo de chefe da divisão de desenvolvimento técnico. Ele, que desempenha a função de CEO da companhia, sucede a Hans-Joachim Rothenpieler, que deixa a Audi depois de 34 anos de serviço. Duesmann terá como meta "realinhar a divisão de desenvolvimento com foco especial na qualidade do processo", segundo informou a companhia. Engenheiro, também é presidente do conselho da administração da Audi desde 1º. de abril.

45%

de baixa na produção de veículos no País: é a nova estimativa da Anfavea para 2020.

40%

de queda nas vendas ao mercado interno, ainda previu a associação para este ano.

53%

de retração é a nova estimativa para exportações neste ano, para 200 mil unidades.

"Estimamos desemprego em função desta medida para 500 mil a um milhão de trabalhadores."

José Velloso, presidente executivo da Abimaq, sobre o veto da presidência da República à extensão da desoneração da folha de pagamento até 2021.

"Essa é uma questão muito importante, a garantia dos empregos, previsibilidade para o próximo ano. É apenas um ano [de prorrogação] para que depois se preencha um novo modelo. A Câmara deve e vai trabalhar fortemente pela derrubada desse veto."

Rodrigo Maia, presidente da Câmara dos Deputados, sobre o mesmo tema.

"A pandemia da covid-19 não deixou nenhum país intocado. Ela humilhou a todos nós."

Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da OMS

"Estou extremamente confiante de que o nível 5 ou uma autonomia essencialmente completa acontecerá e acho que muito rapidamente, ainda este ano."

Elon Musk, presidente da Tesla

"Temos que apoiar as indústrias mais afetadas [pela pandemia], como a automotiva e a de turismo."

Giuseppe Conte, primeiro-ministro da Itália

LIGADOS
NO COMPROMISSO
Há momentos em que saber
em quem confiar é o mais importante.
Dana. 73 anos
movendo
o que importa
no Brasil.
É em tempos como este que estamos vivendo, que os valores e compromissos se tornam ainda mais relevantes e fazem a diferença no caminho que escolhemos. Ao completar 73 anos de Brasil, a Dana reafirma seu compromisso com seus clientes, com o país e as comunidades onde atua, alinhada aos mesmos princípios que a tornaram uma empresa líder, reconhecida pela responsabilidade, excelência e capacidade de trabalho de seus colaboradores. E são esses princípios que fazemos questão de destacar neste momento, com todos juntos, mesmo que momentaneamente separados, nos movendo na mesma direção.
DANA
@canaldana
dana.com.br
YouTube
/seucanaldana

TORO.FIAT.COM.BR

CHEGOU A

FIAT TORO ULTRA

A SOFISTICAÇÃO DE UM SUV.
A VERSATILIDADE DE UMA PICAPE.

Leo Burnett TM

COM DYNAMIC COVER.
CAPOTA RÍGIDA EXCLUSIVA,
COM CAPACIDADE DE CARGA
DE ATÉ UMA TONELADA.

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

No trânsito, dê sentido à vida.

3 ANOS DE GARANTIA

MONTE SEU CARRO

SAC: 0800 707 1000 / 0800 282 1001

Imagem meramente ilustrativa. 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