

AUTODATA



From the Top
Correia e Alfonso,
do Grupo Caa

ABS e catalisador
comemoram 30 anos no Brasil

Série especial:
Façam Suas Apostas, Senhores!

Nasce a Stellantis, em busca
de constelações automotivas

FORD DECIDE ABANDONAR PRODUÇÃO LOCAL

NÃO DEU PARA SEGURAR



AGORA FICOU AINDA MAIS FÁCIL SE CONECTAR COM O CARRO LÍDER DE 2020.

Novo Chevrolet Onix. Agora com uma experiência completa com carregador e projeção sem fio.



#FIONUNCAMAIS

Além da exclusiva tecnologia com Wi-Fi nativo, carregador wireless, MyLink de 8" e Easy Park, o novo Onix também conta com a novidade projeção sem fio, que vai permitir que você abandone os cabos na hora de conectar o seu smartphone ao MyLink do carro.

FIND NEW ROADS™

<https://www.chevrolet.com.br/carros/novo-onix>



Perceba o risco, proteja a vida.

Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. SAC: 0800 702 4200.



APONTE SEU CELULAR
E SAIBA MAIS SOBRE O
NOVO CHEVROLET ONIX.



WMCANN | CHEVROLET



CHEVROLET



**MONTADORAS
FORD**

18

R\$ 15 bilhões: é o valor que a Ford vai tirar do bolso para se transformar de fabricante em importadora no Brasil.

38

**SÉRIE ESPECIAL
SISTEMISTAS**

Inspirada pela manchete de sua primeira capa **AutoData** lança desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva

**MONTADORAS
FORD**

24

102 anos, do início ao ponto final: a linha do tempo da mais antiga montadora em atividade no País.

46

**MERCADO
RANKING 2020**

Escalada do segmento reduziu mercado interno de automóveis a praticamente apenas quatro faixas

**OPINIÃO
FORD**

26

Tragédia mais que anunciada: Márcio Stéfani, diretor da AutoData Editora, traz sua visão sobre a decisão Ford.

50

**CONJUNTURA
EXPORTAÇÕES**

Mesmo com o dólar valorizado exportações caem, e pelo terceiro ano consecutivo. Não há perspectivas de melhora tão logo.

**MONTADORAS
STELLANTIS**

32

Nova potência global, união FCA com PSA dá os primeiros passos com a confiança de que pode transformar a mobilidade

54

**ANIVERSÁRIO
ABS E CATALISADOR**

ABS e catalisador celebram neste 2021 trinta anos de sua chegada aos veículos nacionais. Estreia de ambos foi a bordo do VW Santana.

AUTODATA
Empresarial

60 BASF

Catalisadores da marca são capazes de reduzir mais de 95% dos poluentes produzidos pelos motores a combustão e ainda reduzem o consumo

62 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

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

65 AGÊNCIA AUTODATA GENTE

6

LENTEs

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

10

FROM THE TOP

Mauro Corrêa, CEO da Caoa Montadora, fala com exclusividade sobre Chery, Ford e mais

66

FIM DE PAPO

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

Não era bem isso que tínhamos combinado

Por Marcos Rozen, editor

O ano não começou exatamente como esperávamos para o setor automotivo: a expectativa por um início de recuperação dos índices via vacina deu lugar ao anúncio, no fim de dezembro, do encerramento da produção de automóveis Mercedes-Benz em Iracemápolis, SP, acompanhado quinze dias depois da bombástica decisão Ford de deixar de ser uma produtora local para converter-se em importadora.

Se pudéssemos poderíamos dizer a 2021 que não era bem isso que tínhamos combinado, ainda que, felizmente, a vacina tenha, efetivamente, aparecido. Ao menos, assim, uma parte do acordo foi cumprido – e é torcer para que o processo seja o mais célere possível nesse caso.

Mas o tema Ford ainda há que reverberar muito, sem sombra de dúvida, em nosso meio. A poeira nem baixou ainda e deve demorar bastante para isso acontecer, mas já é possível analisar os primeiros instantes do pós-trauma. Para isso certamente o leitor pode, e deve, contar com essa **AutoData** que lhe chega todos os meses.

A inescapável realidade que a Ford nos impôs precisa ser entendida, digerida e debatida para que saibamos exatamente onde, como e quando atacar nossas fraquezas, em todas as esferas. O Brasil não pode aceitar essa decisão simplesmente como um fato corriqueiro fruto de uma decisão empresarial isolada. É preciso compreender que a forma com que as coisas funcionavam simplesmente não resolve mais. Não há como ignorar que a Ford desistiu de produzir veículos aqui mesmo instalada na região com os maiores benefícios fiscais para o setor automotivo no País. Ficou claro que essa política, por si só, não é mais exclusivamente determinante para as empresas.

É preciso ter grandeza para reconhecer nossas lacunas e a partir daí realmente buscar soluções práticas e reais pensando como um país. E se neste caminho o objetivo for o atendimento de interesses prioritariamente pessoais, corporativos ou setoriais, falharemos miseravelmente outra vez. A grandeza de abandonarmos a individualidade em nome do interesse comum é difícil de ser alcançada, mas será o único caminho para não nos apequenarmos ainda mais. Quem topa?



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, Leandro Alves, Marco Stéfani **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Arte AD com imagem acervo MIAU Museu da Imprensa Automotiva **Comercial e publicidade** tel.

PABX 11 3202 2727: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Gidas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **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., Av. Guido Caloi, 1000, 4º andar, sala 431, bloco 5, 05802-140, Jardim São Luís, 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

MAIS UMA HISTÓRIA DAQUELAS

A natureza, assim como anjos da guarda, deve, de vez em quando, se manifestar indignada com certos andores que humanos decidem carregar e interferem para evitar a queda. Diria que sob certos aspectos minha observação é, até, recorrente, mas no mês passado a Anfavea escapou de boa: desde o início foi muito discreta com seu eventual interesse em comprar, por meio de processo de importação conjunta e privada, 33 milhões de doses de vacina contra a covid-19. Como a entidade evitou se comprometer publicamente com a operação, como escrito pelo editor André Barros na edição da quarta-feira, 27 de janeiro, da Agência AutoData de Notícias, ficou limpa na encrenca. Mas o assunto ainda renderá histórias, mais daquelas histórias sobre como são feitas as coisas por aqui. Quem levantou a história foi o jornalista Luiz Nassif, da Agência GGN. O governo, via o presidente da República e o seu ministro da Economia, deu o sinal verde para o negócio.

MAIS UMA HISTÓRIA DAQUELAS 2

Quem se envolveu no negócio, apresentado a justificativa patriótica de ser o setor privado ajudando o País, foram Paulo Skaf, ainda presidente do sistema Fiesp-Ciesp, e Fábio Spina, da Gerdau. O ponto de contato, conta Nassif, teria sido o "representante comercial da família do presidente", o filho Flávio, também citado por Lauro Jardim na sua coluna em O Globo. Conta Nassif que "os organizadores conseguiram envolver um sem número de empresas e de organizações sérias. As que perceberam mais cedo a jogada pularam fora. As que se mantiveram terão que se explicar futuramente às autoridades, pois certamente a jogada será alvo de investigações".

A questão toda, ou "o grande mistério em questão", seria: com quem ficariam os US\$ 594 milhões que seriam pagos a mais? A AstraZeneca foi descartada diante de sua negativa, "peremptória", quanto a ter algum envolvimento com a operação e com a possibilidade de venda de vacinas para o setor privado: os organizadores do negócio pagariam US\$ 5 por dose para a empresa farmacêutica e cobriam US\$ 23 das empresas e entidades patrocinadoras.

MAIS UMA HISTÓRIA DAQUELAS 3

Mas como isso aconteceria se a AstraZeneca não vende vacina para particulares? Pondera Nassif: "Se não havia a hipótese de a AstraZeneca vender por fora, e se o comunicado de Paulo Guedes e Bolsonaro era taxativo, tanto com relação ao número de doses quanto ao preço, alguém ficaria com a diferença. Se não era a AstraZeneca obviamente seriam os organizadores". E onde obter as tais 33 milhões de vacinas? E aí surge o fundo Black Rock, dono de 8% de ações da farmacêutica, e a história de que receberia doses de vacinas para ser negociadas como retorno por ter financiado as pesquisas. Quando o escândalo estourou a Black Rock garantiu que não sabia que história era essa. Aparentemente a arquitetura do negócio implicava o desvio das tais 33 milhões de doses da cota do governo com a AstraZeneca, metade indo para o SUS, como doação, e a outra metade sobrando nas mãos privadas. Quem deu o ôuquei governamental para isso tudo: a Controladoria Geral da União e a Advocacia Geral da União.



Por Vicente Alessi, filho

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

SEM KA EM PACHECO

Há quem acredite que a Ford transferirá para a Argentina, para General Pacheco, a produção dos Ka que até janeiro saíam das linhas da fábrica de Camaçari, BA. Sou dos que duvidam disso: aquele modelo não será produzido em Pacheco sob nenhuma das duas hipóteses: nem na fábrica da própria Ford nem na da Volkswagen, que são exatamente vizinhas. O planejamento estratégico da Ford, em primeiro lugar, não contempla mais a produção de veículos compactos em nenhum quadrante produtivo da Terra. Em segundo lugar, em apoio ao planejamento estratégico, a companhia deixou claro, em documento distribuído para justificar o fim de sua produção no Brasil, na segunda-feira, 11 de janeiro, que a linha Ka seria descontinuada, sem espaço para situações emocionais e/ou medicinais.



Divulgação/Ford

MEA CULPA, MAIS UMA VEZ

A Volkswagen rememorou, na quarta-feira, 27 de janeiro, na sua unidade matriz, em Wolfsburg, Alemanha, as vítimas do holocausto. Em nome do grupo cinco integrantes da sua direção participaram de cerimônia diante do Memorial, que teve cerimônia de deposição de coroa de flores e de 1 minuto de silêncio. De acordo com comunicado "a cultura da memória [do Holocausto] é firmemente entalhado no DNA da empresa". O Holocausto foi o genocídio, ou assassinato em massa, de cerca de 6 milhões de judeus durante a Segunda Guerra Mundial, o maior do século 20, por meio de programa sistemático de extermínio étnico patrocinado pelo Estado nazista e que ocorreu em todo o território da Alemanha e naqueles que ocupava. Além de judeus o Estado nazista visava a minorias de forma geral, como comunistas, ciganos, homossexuais, testemunhas de jeová, portadores de deficiência. Há muitos anos a Volkswagen admitiu sua participação no uso de mão de obra escrava em Wolfsburg durante o esforço de guerra.

MEGATENDÊNCIAS 2021

Os desafios de curto
prazo da indústria
automotiva
no Brasil

EVENTO
ONLINE
8 e 9 de março

Patrocínio





Luiz Carlos Moraes
Presidente da Anfavea



Margarete Gandini
Coordenadora-geral
de implementação
e fiscalização de
regimes automotivos do
Ministério da Economia



Roberto Cortes
Presidente da
Volkswagen Caminhões
e Ônibus



Antonio Filosa
COO da Stellantis
América do Sul



Karl Deepen
Presidente da
Mercedes-Benz do Brasil
e CEO América Latina



Erwin Franieck
Mentor de pesquisa e
desenvolvimento da SAE
Brasil



Dan Ioschpe
Presidente do
Sindipeças

Christian Castanho



Besalviel Botelho
Presidente da Bosch



Carlos Zarlenga
Presidente da General
Motors América do Sul



Pablo Di Si
Presidente e CEO da
Volkswagen América
Latina



Evandro Gussi
Presidente da Unica

Informações e inscrições:
(11) 95996 0516
seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

AUTODATA
Seminários

Apoio



ANDAP



SICAP

Uma dupla afinada

Mauro Correia está na Caoa há sete anos e hoje é o CEO do grupo. Márcio Alfonso está há cinco anos e atualmente é o presidente da Caoa Chery. Mas eles já trabalham juntos há muito, muito mais tempo: ambos fizeram carreira na Ford, sendo que Correia participou di-

retamente da construção da fábrica de Camaçari, BA, e Alfonso do desenvolvimento do EcoSport, dois dos principais pilares que representaram a fabricante no País nos últimos anos.

Nessa entrevista conjunta concedida com exclusividade eles falaram sobre o momento de cres-

cimento da Caoa, que está até contratando trabalhadores para suas fábricas, o atual cenário da indústria e, é claro, sobre a Ford e sua impactante decisão de não mais produzir veículos localmente, oferecendo seus entendimentos não só no aspecto empresarial mas também no lado pessoal.

O Brasil vive um cenário conturbado neste começo de ano, dada a persistência da pandemia da covid-19 e recentes anúncios de encerramento de produção local. Ao mesmo tempo a Caoa anunciou contratação de 150 funcionários. Qual o segredo?

Mauro Correia: Não vamos parar nesses 150, vamos contratar mais ao longo do ano, tanto em Goiás quanto em São Paulo. Nossa participação de mercado está aumentando, temos um potencial grande, a demanda está indo bem e os concessionários estão animados. Isso gerou um adicional de volume, também ajudado pela nova área de locação de veículos. Por isso precisamos contratar e vamos seguir fazendo isso.

Além da locadora a Caoa também abriu recentemente operação para seguros de veículos, está investindo em consórcios e já confirmou que trará mais uma marca de veículos para o Brasil ainda nesse ano. Para o grupo não há pandemia?

Correia: Se podemos dizer que a pandemia trouxe uma coisa positiva foi a aceleração de alguns planos nos quais

já estávamos trabalhando, como a digitalização. Nossa plataforma de venda on-line de peças é um bom exemplo, e já responde pelo maior volume de vendas desse segmento: o cliente ou o reparador não precisam mais ir à concessionária. Criamos o nosso avatar, a Areta, que faz agendamento de revisão e serviços, temos vídeo-diagnóstico em uma plataforma exclusiva, reorganizamos a área de vendas... Precisamos de serviços que facilitem o momento da compra em um local só, mas não com vários fornecedores e sim tudo dentro da nossa estrutura. É importante entender o que o cliente necessita e reduzir o seu custo total de propriedade. Tem gente que entra na loja buscando um sonho, e temos condições de oferecê-lo, até mesmo alugado.

Todas essas iniciativas já estão dentro do pacote de R\$ 1,5 bilhão de investimento anunciado recentemente?

Correia: Sim. Esse valor será destinado também para lojas novas, empresas novas, e aqui outras novidades virão, além das fábricas, novos produtos, pu-



“O doutor Carlos é um homem experiente, corajoso, põe pilha, estimula as ideias. É admirável. Precisamos de mais pessoas assim.”

Mauro Correia

blicidade e ainda treinamento do corpo de vendas. Não precisamos mais de vendedores, mas sim de consultores de mobilidade.

Márcio Alfonso: Estamos fazendo um esforço grande em várias frentes. No caso da rede estamos criando um prêmio de desempenho, afinando critérios de padronização, pesquisas etc. Na parte fabril estamos transformando os processos. Renovamos um grande contrato com o Cimatic da Bahia para renovar os fluxos logísticos e teremos dois grandes investimentos para produtos novos esse ano, além de tecnologias para os próximos três, cinco anos, como hibridização e passos grandes em conectividade. É um grande esforço em várias frentes, incluindo qualidade, em um trabalho conjunto com a China.

Qual foi o peso da extensão por cinco anos dos benefícios fiscais para as fabricantes do Centro-oeste no avanço dessas iniciativas?

Correia: Lembremos que as primeiras empresas que começaram a sair do ABC o fizeram por conta de incentivos. O fundamental para nós era pelo menos manter a nossa competitividade na região, e o Nordeste já tinha conseguido a extensão dos benefícios ali. Isso é uma garantia de investimento enquanto o País

“Jamais criticaria a decisão da Ford, porque eu já vivi essa situação limite. Às vezes é melhor parar, proteger o nome e a marca, e talvez voltar depois, o que não me surpreenderia.”

Márcio Alfonso

se desenvolve regionalmente. O consumo das outras regiões aumentará, mas é preciso criar condições para equilibrar a balança enquanto isso não acontece.

Qual a meta da Caoa para 2021?

Alfonso: Falando de Caoa Chery especificamente traçamos para 2020 chegar a 1,3% de participação de mercado, e em dezembro passamos um pouquinho disso. Em janeiro chegamos a 1,4% e queremos chegar a 2% até o fim do ano. Acreditamos que é possível, e isso com um nível baixo de vendas diretas e novas lojas, chegando a 150.

Está parecendo que os senhores, hoje, têm uma autonomia muito maior do que já houve dentro da Caoa, descentralizando a empresa da figura do dono, Carlos Alberto de Oliveira Andrade. É isso mesmo?

Alfonso: O doutor Carlos participa de tudo, mas ele deixa que façamos as coisas. Ele ouve, é muito sensato, não impõe a posição dele. Ele é muito experiente, tem uma noção do negócio que poucas pessoas têm.

Correia: O doutor Carlos é um homem experiente, corajoso, põe pilha, estimula as ideias. É admirável. Precisamos de mais pessoas assim. Ele soube selecionar muito bem os seus profissionais,



LIGADOS
NA EXCELÊNCIA



Vem mover o futuro com a gente. Agora.

Cada vez mais alinhada com as necessidades de seus clientes e da sociedade, a Dana reafirma seu compromisso com o desenvolvimento da mobilidade, colocando toda sua liderança em engenharia de excelência, capacidade de inovação e seus mais de 73 anos de experiência em Brasil a serviço da nossa indústria, oferecendo hoje as soluções que estão ajudando a mover o que importa agora e no futuro.

@canaldana

dana.com.br



/canaldana



todos fazem contestações positivas, não apenas cumprem ordens. Ele gosta do negócio, é apaixonado por isso. Temos reuniões semanais, existe um comitê que conversa com ele. Mas eu, pessoalmente, tenho muito mais liberdade do que tive em postos altos em multinacionais em que trabalhei anteriormente. Por outro lado tomamos as nossas decisões e assumimos a responsabilidade, não tem aquela coisa de 'ah, foi a equipe...' se algo não sair como esperado.

Alfonso: No caso recente das contratações, por exemplo, ele ficou muito feliz, considerou uma boa notícia. Outros iam querer saber quanto isso ia custar.

E de quem foi a árdua missão de contar para ele que a Ford deixaria de produzir no Brasil?

Correia: [risos] Soubemos ao mesmo tempo, junto com todo mundo. Ele entendeu, foi uma questão de negócio.

A Caoa tem dez lojas Ford. Pode ser muito diante do novo cenário?

Correia: Quase abrimos a décima-primeira, em Osasco. Estamos começando a discutir isso com eles, mas faz todo o sentido a Ford reduzir a rede. Pode ser que algumas de nossas lojas passem para outra marca, como Caoa Chery, por exemplo. É uma questão de negócios da Ford, é uma reorganização mundial, temos que respeitar. Outras marcas saí-

“Imagine trazer uma marca nova para produzir, aqui, 250 mil unidades por ano... um complexo do tamanho de Camaçari requer volume.”

Mauro Correia



ram da Europa. A própria Stellantis é uma reorganização mundial, não sabemos o que acontecerá. A Ford trará portfólio de maior agregado e nós, como distribuidores, apoiaremos.

A Ford alega que no caso da rede está discutindo individualmente, utilizando o desempenho como um critério dos mais relevantes. Como a Caoa se encaixará nesse cenário?

Correia: Sempre tivemos um desempenho muito bom com a Ford. Não conheço os critérios deles, mas acredito que somos um dos maiores distribuidores. Acredito que ficaremos, a Caoa tem todo o Litoral de São Paulo, por exemplo, somos um player grande. A Caoa nasceu como Ford e vamos continuar a apoiá-los.

Os senhores fizeram carreira na Ford, com Camaçari e EcoSport como destaques. Dava para imaginar que tudo aquilo que ajudaram a construir estaria abandonado agora?

Correia: É algo que não se imagina, mas não podemos esquecer que já se passaram vinte anos. Nesse tempo todo o mercado muda substancialmente, tudo muda. A velocidade mudou, o modelo de negócios tem que ser outro.

Alfonso: Não, mas sempre se entende também que não é uma impossibilidade. A Ford já tinha fechado fábricas na Austrália e na Europa, e viveu muitos altos e baixos aqui. Eu mesmo entrei na Ford no começo dos anos 80, como estagiário, e logo depois veio uma crise, e já estava preparado para ser mandado embora. Acabei ficando nem sei como. No fim dos anos 80 a Ford estava em colapso aqui, houve a Autolatina, sobreviveu, mas depois quase morreu de novo. Passamos várias e várias vezes pela beira do precipício. Camaçari deu super certo, mas foi um ciclo de dez anos. Quando a empresa é centenária fica mais difícil se renovar, tem que se discutir com a direção, tudo demora... não é uma crítica, é uma realidade, nós

passamos por isso. Como gestores sabemos que chega um momento em que você se vê diante de uma situação dessas, de tomar uma decisão difícil. As empresas têm que investir bilhões em novas tecnologias, renovar o negócio, o motor a combustão interna está datado e o carro elétrico é totalmente diferente em termos estruturais. Jamais criticaria a decisão da Ford, porque eu já vivi essa situação limite. Às vezes é melhor parar, proteger o nome e a marca, e talvez voltar depois, o que não me surpreenderia. Fico triste, é claro, pelos colegas, tem muita gente que conhecemos, que fez carreira junto, é muito dolorido. A comunidade no entorno sofre.

Correia: Existem ciclos de tecnologia e de mercado, e eles estão cada vez mais curtos. E o Brasil é um dos países que mais têm marcas produzindo localmente. A indústria sempre foi desenhada para fábricas de grandes volumes e com desenvolvimento vertical, cada um faz o seu. Nós aqui, na Caoa, chegamos à conclusão de que a nossa fábrica tem que ser de alta complexidade com baixo volume por unidade. Hoje fazemos em uma única linha cinco SUVs de três plataformas, e mais dois veículos comerciais na mesma fábrica. É um modelo de compartilhamento. Ele não está vindo só para o consumidor, ele vem para dentro da indústria também, e não só em termos de desenvolvimento e componentes mas em centros de produção também. Com isso se reduz a necessidade de investimento. Era o que Marchionne propunha. Fora disso será difícil sobreviver.

Conhecendo Camaçari tão bem quanto os senhores conhecem: trazer uma nova marca para o Brasil, já produzindo ali, não seria uma alternativa interessante?

Correia: Toda vez que a Ford dá um passo respinga na gente, porque somos um grande distribuidor da marca. Mas não temos nenhuma conversa com eles a esse respeito. De qualquer forma imagine trazer uma marca nova para produzir

“O modelo fabril mudou também. É preciso grandes investimentos não só em novas tecnologias de propulsão como também no processo produtivo.”

Márcio Alfonso



250 mil unidades por ano. Um complexo daquele tamanho requer volume, e não podemos esquecer que lá havia também 33 fornecedores trabalhando junto, sendo onze reunidos embaixo do mesmo telhado em um prédio de 88 mil m². Pensando dentro desse conceito de compartilhamento você pega uma fábrica desse tamanho e faz o quê?

Alfonso: O modelo fabril mudou também, é preciso grandes investimentos não só em novas tecnologias de propulsão como também no processo produtivo. Aquelas linhas para 100 mil unidades de um mesmo produto se tornaram inviáveis, ineficientes. Camaçari foi criada dentro de uma outra realidade, de vinte anos atrás. O ciclo de um automóvel antes tinha cinco, seis gerações. A forma de fabricar mudou, é muito mais automatizada, flexível.

Correia: Atualmente é preciso tomar decisões na velocidade de uma startup, independente do tamanho da empresa. Há que se respeitar governança, compliance etc., mas não dá mais para esperar seis meses por uma nova reunião do board. Isso vale também para o varejo. No caso da Caoa, por exemplo, nós vemos cada loja como um negócio. Antes tínhamos uma loja que vendia muito e agora não vende mais. Fechamos uma loja na Vila Mariana, em São Paulo, e abrimos no Ceasa, que vende e trabalha muito mais em serviços em uma área muito menor. A realidade de consumo da região da Vila Mariana mudou. O cliente não vai mais na loja do bairro comprar um carro, ele vê tudo na internet e vai em um polo de concessionárias onde pode ver e experimentar três, quatro modelos de várias marcas.

Alfonso: Outra coisa é que as ferramentas tecnológicas aumentaram em muito a velocidade de desenvolvimento dos produtos, cada coisa encurta o processo em cerca de um ano. Isso começou em aspectos técnicos e agora está em design também, o que demorava um ano e meio agora se faz em seis meses. É impressionante. ■

**NA USIMINAS,
A INOVAÇÃO GERA
GRANDES RESULTADOS.
O FUTURO É O MAIS
IMPORTANTE DELES.**



Todos os dias, a Usiminas atua oferecendo soluções integradas e inovadoras para gerar valor ao negócio de cada cliente. E faz mais do que isso: investe continuamente para seguir desenvolvendo produtos com o capricho e a excelência que a faz ser líder no mercado de aços planos na América Latina. É, assim, com alta tecnologia, conhecimento aplicado e máxima qualidade que a Usiminas ajuda a construir o futuro.

usiminas.com



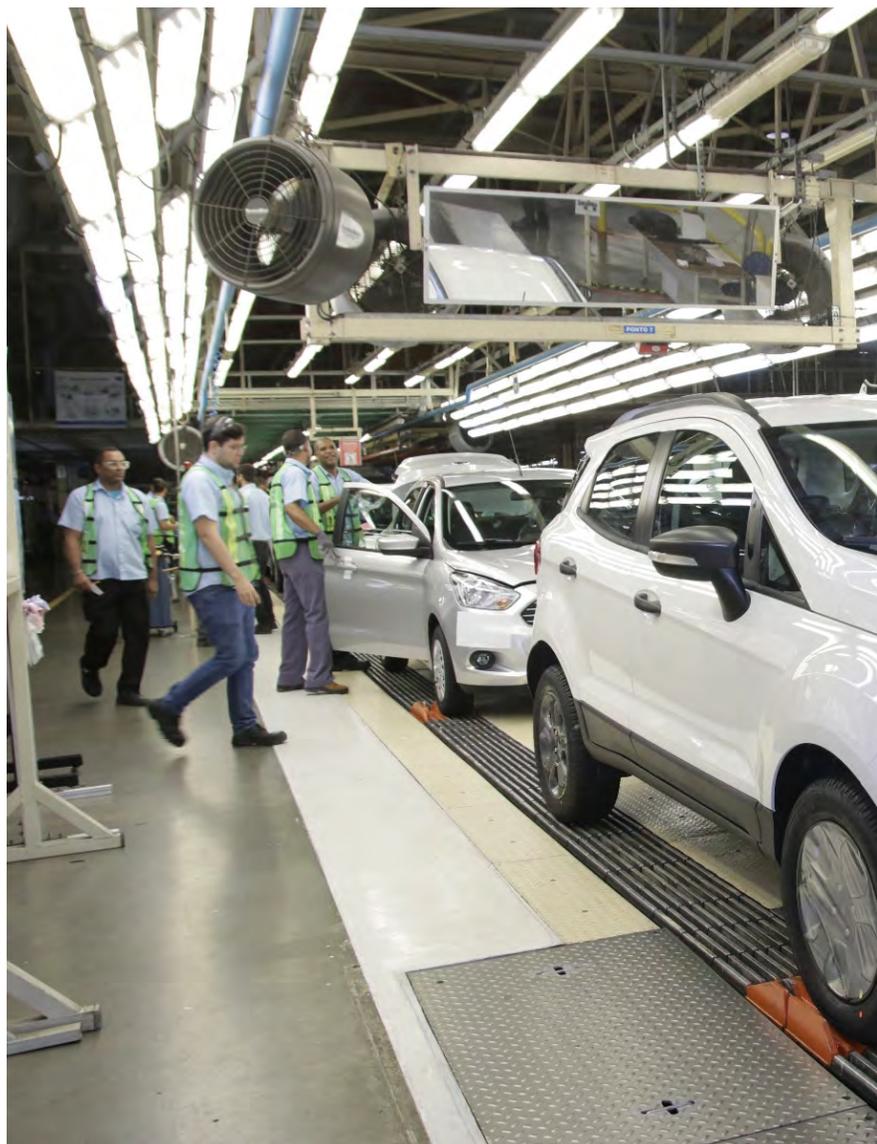
USIMINAS

Aço em dia com o futuro

58
ANOS

Nunca a Ford gastou tanto no Brasil

R\$ 15 bilhões: é o valor que a Ford tirará do bolso para se transformar de fabricante em importadora no Brasil.



Durante as últimas três semanas do mês de janeiro se alguém procurasse no Google qualquer termo ou expressão que contivesse a palavra Ford obrigatoriamente receberia como primeiro resultado um link a afirmar, categoricamente: "A Ford não vai sair do Brasil". Ao ser clicado, o link remetia para uma página interna do site da Ford Brasil no qual um texto com o título Ford Avança na Reestruturação da América do Sul reafirmava a decisão, anunciada dia 11 daquele mês, de encerrar as operações das fábricas de Camaçari, BA, Taubaté, SP, e Horizonte, CE, as três que restavam no País após o fechamento da histórica

unidade do Taboão, em São Bernardo do Campo, SP.

Acompanhava o texto um guia de perguntas e respostas preparado pela Ford – a primeira pergunta era "A Ford está saindo do Brasil?".

Era, obviamente, um link patrocinado pela montadora junto ao Google que tentava combater a associação do fim da produção nacional com a saída total da empresa do País. Em fevereiro o link patrocinado deixou de funcionar, mas a página com a declaração e as perguntas e respostas continua ativa dentro do site oficial da empresa, no endereço <https://www.ford.com.br/reestruturacao-ford-brasil/>.



Poderia ter a Ford acreditado que o período de janeiro já teria sido suficiente para assentar a poeira e desamarrear a união dos dois entendimentos junto ao público geral. Mas pelo jeito que as coisas estão se desenhando será melhor contatar novamente o Google e pedir para o link patrocinado continuar ativo até o fim do ano, pelo menos.

Decisões empresariais à parte, fato concreto é que o anúncio da Ford causou um furacão sem precedentes na indústria automotiva brasileira e, assim, transcendeu completamente o setor e seus negócios, ganhando repercussão tamanha que até mesmo o atual ocupante do Palácio do

Planalto se viu forçado a declarar algo a respeito, assim como uma infundável escala de ocupantes de cargos públicos e oficiais abaixo da sua linha hierárquica, em diversos níveis.

Ajudou bastante a aumentar o turbilhão a própria postura da Ford, que afora o tal link patrocinado preferiu silenciar por completo, se abstendo de emitir qualquer comentário oficial que não fosse o press-release do dia 11. Nem mesmo quando o próprio ocupante do Palácio do Planalto, em tese a autoridade máxima do País, naquela mesma declaração, considerou tratar-se a Ford de uma empresa mentirosa. A fabricante, assim, adota a mesma postura de quando decidiu encerrar as operações da fábrica de Taboão, em 2019: voto de silêncio digno de dar inveja a um monge tibetano.

A consequência direta desta postura: no dia 1º de fevereiro o tema fechamento da Ford ainda era alvo de reportagem de 3 minutos de duração no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão – e falem o que for, independente do preponderante papel que as redes sociais ocupam hoje, nada ainda é mais impactante do que uma notícia negativa no Jornal Nacional. E especialmente quando se refere a um fato econômico tornado oficial vinte dias antes e já amplamente noticiado.

Novamente repetindo o modus operandi da operação Taboão tudo aconteceu de uma vez, com sindicatos sendo avisados instantes antes da divulgação oficial do comunicado que se tornaria a solitária declaração Ford. A princípio a técnica de arrancar o esparadrapo de uma vez só para doer tudo de uma vez foi novamente considerada como a melhor.

No tribunal da Internet o resultado foi um massacre: milhões de comentários do tipo 'Já vai tarde' somados a observações técnicas negativas sobre os veículos da marca e seu serviço de pós-vendas embasados apenas emocionalmente inundaram Facebook, Instagram, Twitter e afins, em um resultado impossível de mensurar imediatamente.

O único dado concreto disponível e



plausível a se analisar no momento é o volume de vendas da Ford em janeiro. E aqui o resultado foi claro: a Ford ficou na oitava posição, com 5% do total de automóveis e comerciais leves. Em 2020, no mesmo critério, fechou no quinto lugar, com 7%. O Ford mais vendido no total do ano passado foi o Ka, no sexto lugar, enquanto em janeiro o modelo foi apenas o décimo-sexto do ranking.

Na comparação com janeiro de 2020, ainda que pese a questão da pandemia que naquele momento não existia, as vendas da marca caíram 43,6%: o mercado total, sempre considerando automóveis e comerciais leves, ficou em redução de 12% no mesmo comparativo. É cedo ainda para avaliar todas as consequências para a Ford em termos de presença no mercado nacional, mas não deixa de ser um importante indicativo.

BILHÕES E MAIS BILHÕES

No pouco que disse a Ford revelou que custará US\$ 4,1 bilhões para encerrar suas atuais operações produtivas no Brasil, sendo US\$ 2,5 bilhões com impacto direto

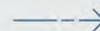
no caixa, que servirão para pagar funcionários, fornecedores e concessionários. O US\$ 1,6 bilhão restante está relacionado a impactos contábeis, depreciação acelerada e amortização de ativos fixos.

Para fechar a unidade do Taboão e consequentemente a produção de caminhões e do Fiesta a Ford, na época, 2019, calculou que gastaria US\$ 460 milhões, sendo US\$ 360 milhões saindo do caixa. Ao todo, portanto, em dois anos, a Ford vai gastar efetivamente nada menos do que US\$ 2 bilhões 860 milhões para fechar suas fábricas no Brasil e se tornar apenas uma importadora – pelo câmbio do início de fevereiro, na faixa de R\$ 5,30, isso dá estupendos e inacreditáveis R\$ 15 bilhões.

É um volume de dinheiro que a Ford nunca investiu no Brasil em um intervalo tão curto de tempo.

Como referência Camaçari inteira, construída do zero, custou, em 2001, US\$ 1,2 bilhão.

Só que essa montanha de dinheiro não é nem um terço do que a Ford global calculou, em 2019, que custaria para colocar em prática o que ela chama de



Tecfil®

WWW.TECFIL.COM.BR

O FUTURO É TECFIL.



Todos os dias, conectamos o melhor das pessoas e da tecnologia para antecipar o futuro. Somos a maior fábrica de filtros do continente. São 57.000 m² conectados em tecnologia 4.0 para produzir quase 2 milhões de componentes por dia. Um complexo sistema comandado pela nossa principal força: as pessoas. É assim que atingimos hoje o nível máximo de qualidade em filtros para diferentes segmentos. **E amanhã, faremos ainda melhor.**



O FUTURO É TECFIL

reestruturação: foram reservados para isso US\$ 11 bilhões, sendo US\$ 7 bilhões com impacto direto no caixa.

Neste início de fevereiro a mesma Ford global anunciou investimento de US\$ 1 bilhão na África do Sul, para expandir e modernizar a fábrica de Silverton, na Grande Pretória, que terá a capacidade elevada de 170 mil unidades/ano para 200 mil/ano e fará a nova geração da Ranger e da Amarok, cumprindo, ao menos por ali, o acordo com a Volkswagen. Serão contratadas 1,2 mil pessoas e haverá, junto à fábrica, um complexo para abrigar os fornecedores, assim como acontecia em Camaçari.

Em comunicado a fabricante considerou como fundamental a "estreita colaboração com todas as três esferas de governo e entidades estatais relevantes no desenvolvimento de um corredor de carga ferroviária de alta capacidade". Essa

linha férrea servirá para enviar na ida para Pretória motores produzidos na unidade da Ford em Porto Elisabeth e na volta para despachar as Ranger de Pretória até Porto Elisabeth e de lá para mais de cem países. Distância que separa as duas cidades: 1,1 mil quilômetros. Além disso a Ford tem um assento no board da TASEZ, Zona Econômica Especial Automotiva de Tshwane, na Grande Pretória, apregoada como "a primeira cidade automotiva da África": empresas do setor ali instaladas têm uma série de benefícios, inclusive empregatícios.

Pouco antes, no fim de janeiro, a Ford global anunciara também a produção na China do Mustang Mach-E, o SUV 100% elétrico baseado no mítico esportivo, para aquele mercado interno, em parceria com a Changan. O Brasil, àquela altura, já estava fora dos planos globais. ■



Verborreia fordiana

“Faltou a Ford dizer a verdade, né? Querem subsídios. Vocês querem que eu continue dando R\$ 20 bilhões para eles como fizemos nos últimos anos? Dinheiro de vocês, impostos de vocês, para fabricar carro aqui? Não. Perdeu a concorrência. Lamento.”

Jair Bolsonaro

“Acho que a Ford ganhou bastante dinheiro aqui, no Brasil, né? Me surpreende essa decisão. Eu acho que a empresa poderia ter retardado isso mais, e aguardado, até porque o nosso mercado consumidor é muito maior do que outros por aí.”

Hamilton Mourão

“Eu acho que os argumentos que ela [Ford] colocou [para justificar sua decisão] são meio fracos.”

Hamilton Mourão, novamente

“É uma demonstração da falta de credibilidade do governo brasileiro, de regras claras, de segurança jurídica e de um sistema tributário racional.”

Rodrigo Maia, então presidente da Câmara dos Deputados, via Twitter

“A decisão da montadora destoa da forte recuperação observada na maioria dos setores da indústria no País, muitos já registrando resultados superiores ao período pré-crise.”

Nota oficial do Ministério da Economia

“A Ford tem a cara de pau de dizer que só são 5 mil trabalhadores afetados para amenizar a carnificina que está sendo feita.”

Júlio Bonfim, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Metalúrgicos de Camaçari

“A medida afeta o fechamento de fábricas no Ceará, Bahia e São Paulo. Foi decisão global da Ford Motors. No Estado serão mantidos setecentos trabalhadores em atividades no município de Tatuí e na Capital.”

João Dória Jr., via Twitter

“ACM era presidente do Senado quando, em 1999, usou do seu poder e influência para defender, mais uma vez, a Bahia. Enfrentou diversos interesses e trabalhou muito para derrotar as pretensões do Rio Grande do Sul, que também almejava ter a fábrica. É uma notícia triste para a Bahia essa”.

ACM Neto

“Quem perde emprego não tá pedindo nada, está apenas exigindo sua dignidade. A Ford, chantagista, vem para cá, mais uma vez, atormentar a vida do povo baiano.”

Pastor Sargento Isidorio, deputado federal do Podemos

“Nós não tínhamos nenhum indicativo. Até o ano passado estávamos conversando com a direção [da Ford] sobre a manutenção dos incentivos fiscais. Não tinha pleito não atendido deles aqui.”

Manoel Vitório, secretário estadual da Fazenda da Bahia

“Articulamos uma denúncia contra a Ford por descumprimento a vários acordos. Esperamos que a Ford respeite o trabalho e os trabalhadores do Brasil e que possamos reaver os benefícios definidos nesses acordos.”

Carlos Caramelo, diretor executivo do SMABC

“ ”

Lyle Watters, presidente da Ford América do Sul

102 ANOS, DO

1919

Fundação da Ford Brasil

1920

1921

Inauguração da primeira fábrica e linha de montagem de automóveis do Brasil, no bairro do Bom Retiro, em São Paulo/SP



1922

1923

1924

1925

1926

1927

1928

19

1960

Lançamento do primeiro trator no Brasil, um 8-BR diesel

1959

1958

Nacionalização do motor V8, com a inauguração da fundição de Osasco, SP

1957

Produção do primeiro caminhão no Brasil, um F-600

1956

1955

1954

1953

Inauguração da nova fábrica do Brasil, no bairro do Ipiranga, em São Paulo/SP

1952

1951

19

1961

Lançamento do caminhão F-600 diesel

1962

1963

1964

Produção da unidade 100 mil no Brasil

1965

1966

1967

Lançamento do Galaxie
Aquisição do controle da Willys Overland do Brasil



1968



Lançamento do Corcel

1969

Inauguração do Centro de Pesquisas em São Bernardo do Campo, SP



Lançamento da Belina

1970

19

2002

2001

Início da produção de caminhões na fábrica de São Bernardo do Campo, SP
Inauguração da fábrica de Camaçari, BA

2000

Lançamento do Focus

1999

Lançamento caminhões Ford F-12000, F-14000 e F-16000

1998

Lançamento da Ranger
Lançamento caminhões Ford F-250 e F-350

1997

Lançamento do Ka
Lançamento da Courier

1996

Início da produção do Fiesta no Brasil na fábrica de São Bernardo do Campo, SP
Inauguração da fábrica de motores e transmissões em Taubaté, SP

1995

Término da Autolatina
Lançamento do Fiesta importado
Lançamento do cavalo mecânico Cargo C-4030

1994

Produção de 1 milhão de caminhões Ford no Brasil
Lançamento do Mondeo

1993

19

2003



Lançamento do EcoSport
Início da exportação de motores Zetec RoCam para a Europa

2004

Lançamento do Fiesta sedan

2005

Lançamento do Fusion
Lançamento do motor 1.0 flex



2006

Aquisição da fábrica brasileira de veículos fora-estrada Troller, de Horizonte, CE

2007

Produção de 200 mil caminhões na fábrica de São Bernardo do Campo, SP
Lançamento do Edge

2008

2009

Lançamento da Transit

2010

Produção de 1 milhão de Fiesta em Camaçari, BA
Lançamento do Fiesta sedan mexicano

2011

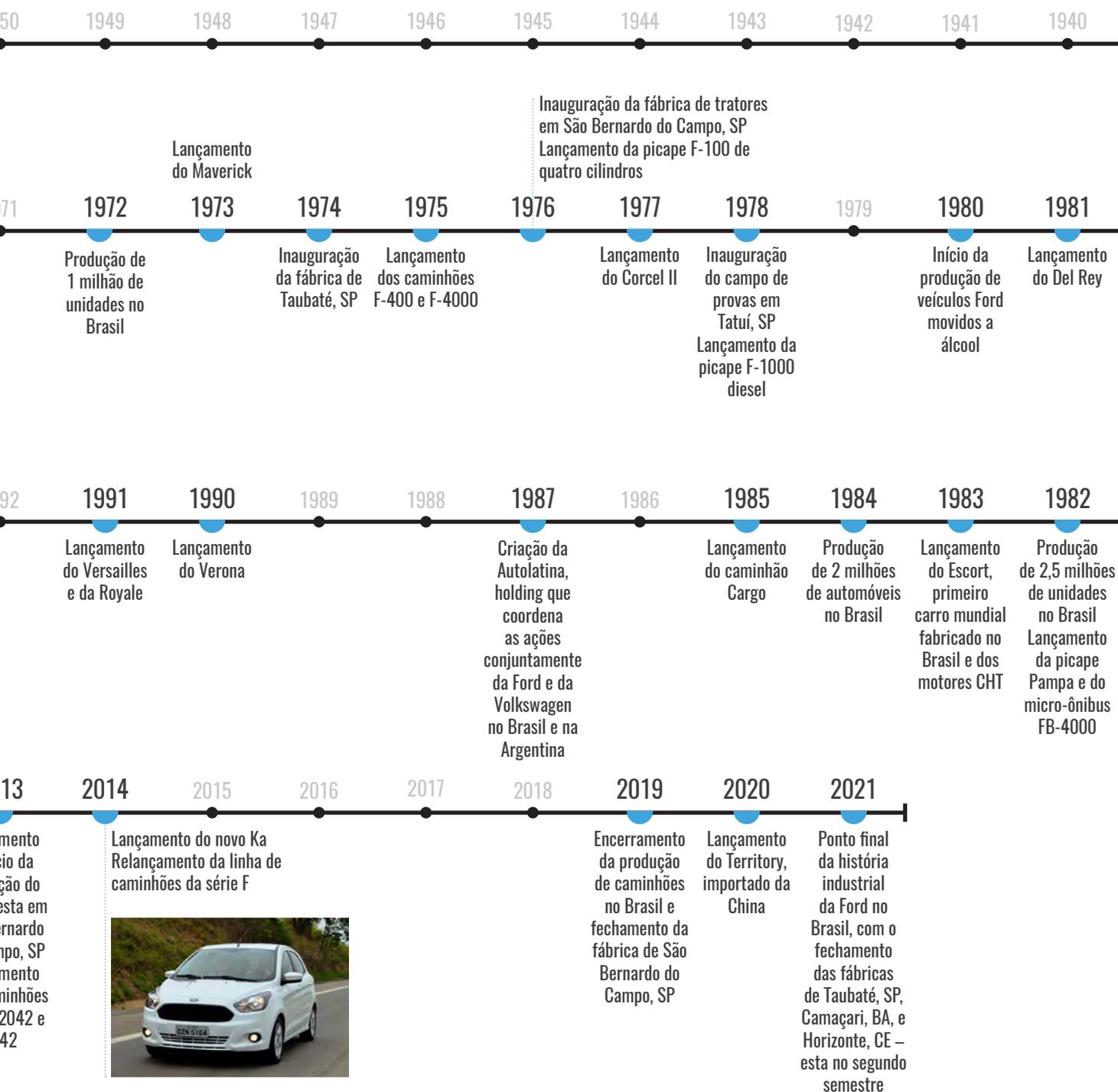
Lançamento do novo EcoSport

2012

Lançamento e início da produção do New Fiesta em São Bernardo do Campo
Lançamento dos caminhões Cargo 1.800 e 2.800

20

INÍCIO AO PONTO FINAL



TRAGÉDIA MAIS QUE ANUNCIADA

Se tivéssemos uma política tributária compatível com o resto do mundo e vendêssemos sete milhões de unidades/ano a decisão da Ford teria sido a mesma?

A triste notícia de que a Ford encerrou sua atividade industrial no Brasil, terminando uma história centenária no País, precisa ser interpretada com muito cuidado pois pode ser reflexo, antes de tudo, da falta de cuidado com que os últimos governos têm tratado o desenvolvimento brasileiro, principalmente o industrial, ao longo da última década.

Além disso esta decisão que, aliás, deve ter sido longamente discutida e tomada com antecedência pela alta cúpula da companhia em Dearborn, vinha sendo ameaçada já há alguns anos. O primeiro indício prático de que algo não estava bem aconteceu no início de 2019, quando a montadora anunciou que encerraria sua produção de caminhões no Brasil e fechou a fábrica de São Bernardo do Campo, SP.

Tudo aconteceu ao mesmo tempo em que a Ford decidira globalmente centralizar investimentos nos seus principais mercados, China e Estados Unidos, e em produtos que pudesse obter maiores margens de lucro, algo que, por sinal, já não vinha acontecendo há bom tempo na América do Sul.

Naquela época a montadora também anunciou sua decisão em deixar de produ-



Rafael Cusato

zir automóveis de passageiros nos Estados Unidos – e no mundo –, concentrando esforços nos produtos mais rentáveis como pick-ups e SUVs.

Sob este prisma é quase óbvio, portanto, que a decisão de fechar as fábricas brasileiras foi tomada também com base no fato de que não é de hoje que a Ford vem dedicando seus esforços mundiais para o desenvolvimento, produção e comercialização de veículos com muito conteúdo tecnológico e alto valor agregado.

E já que estes veículos não são a especialidade do Brasil e que existe hoje grande capacidade ociosa no mundo, nenhuma surpresa, portanto, em parar por aqui e continuar operando na Argentina e no Uruguai, cujas plantas são especializadas justamente neste tipo específico de produto.

FUNDO PERDIDO

Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford América do Sul e ex-presidente da Anfavea, direto e pragmático, cansou de dizer e avisar, pelo menos desde o início da recessão de 2016/2017, que as montadoras brasileiras convivem com prejuízo e carregam em razão disso endividamento muito alto, com praticamente todas as matrizes obrigadas a colocar dinheiro no Brasil para equilibrar as contas.

Talvez até antecipando o que estava por vir Golfarb sempre foi muito claro nas declarações, como quando afirmou que "esta situação é insustentável. Começamos pedindo empréstimos para a matriz com o compromisso de pagar no futuro.

Estamos solicitando agora investimentos a fundo perdido e não temos mais como defender isto".

Nunca é demais lembrar que as montadoras deixaram de dar lucro no Brasil no início da década passada, logo após o recorde registrado em 2013. Já se vai longe, portanto, o tempo em que as marcas remetiam bilhões de dólares às suas matrizes, ao mesmo tempo em que recebiam investimentos muito menores, na casa dos milhões.

Para se ter uma visão da situação financeira atual do setor automotivo no Brasil o fluxo negativo das montadoras brasileiras já acumulou US\$ 24 bilhões na última década, segundo balanço divulgado pela Anfavea. E somente o grupo das quatro mais tradicionais montadoras – FCA, GM, Volkswagen e Ford – tiveram um prejuízo acumulado de mais de R\$ 22 bilhões na América do Sul de 2014 a 2017. A Ford, por sinal, foi a marca que amargou maiores perdas nesse período, R\$ 11,9 bilhões.

Esta situação negativa persistiu ao longo dos anos seguintes e, obviamente, foi potencializada pela crise provocada pela Covid-19. As principais consultorias do País estimam que somente em 2020 o prejuízo gerado em razão da parada da produção e da queda das vendas verificada ao longo do ano possa ter ficado em torno de R\$ 40 bilhões.

DECISÕES GLOBALIZADAS

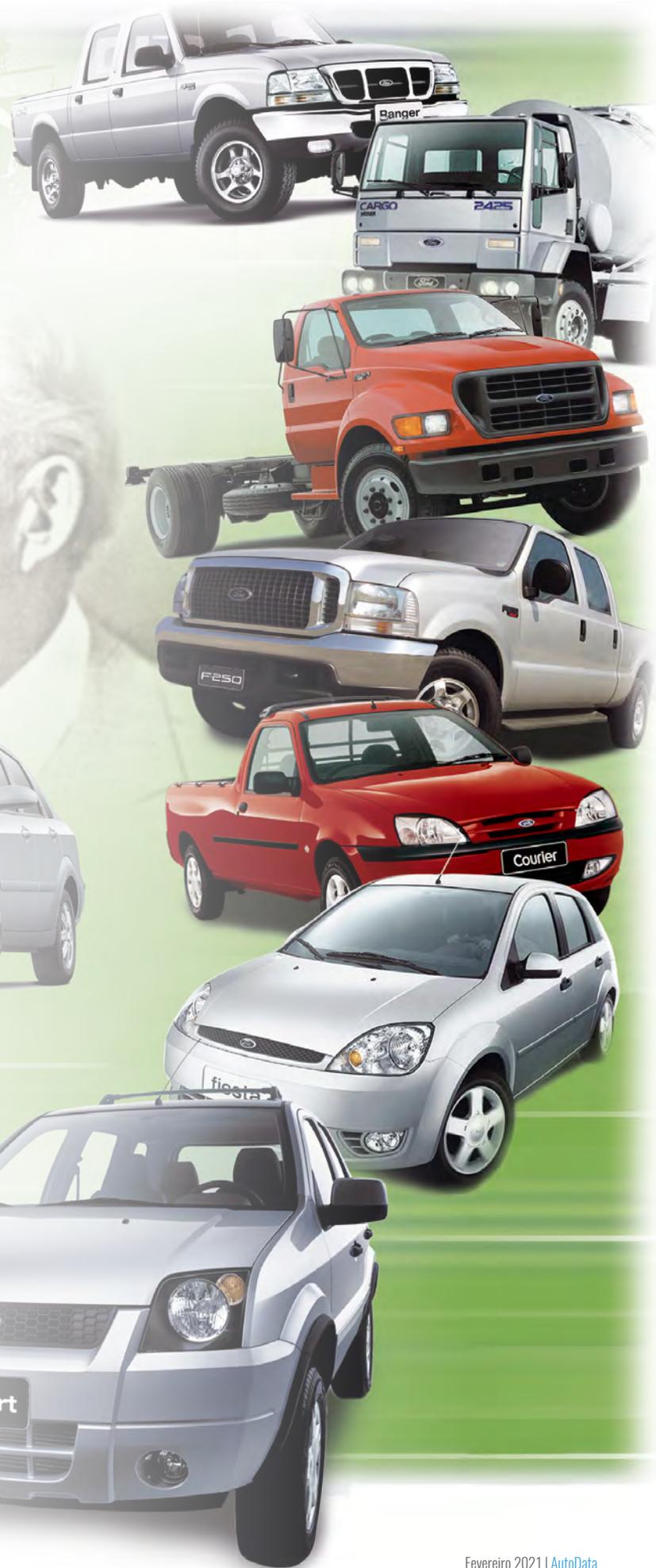
Além do aspecto financeiro negativo quando se analisa a decisão da Ford não se pode deixar de lado também o fato de que

vivemos hoje em um mundo com decisões cada vez mais globalizadas, que precisam obrigatoriamente levar em consideração uma série de situações estratégicas. "E nem sempre são boas para todo mundo e devem sempre preservar os interesses da companhia", diz Ricardo Bacellar, sócio líder da consultoria KPMG.

Para ele o setor automotivo está atravessando um período de grandes transformações. "Tanto os produtos como a forma de produzir e comercializar estão se transformando e serão totalmente diferentes no futuro próximo."

Como exemplos práticos ele aponta a eletrificação, cada vez mais próxima de se transformar em realidade no mundo, e a digitalização da comercialização, que também está evoluindo com muita força, inclusive no Brasil. Todo este processo exige pesados investimentos e, no caso específico da Ford, tudo indica que a matriz decidiu por não ter este gasto no País.

Nunca é demais lembrar que esta situação poderá influenciar também os negócios futuros de outras montadoras no Brasil. A Mercedes-Benz, por exemplo, anunciou recentemente o fechamento de sua fábrica de automóveis no município de Iracemápolis, SP, e a Audi pouco antes já havia paralisado a produção do A3 em São José dos Pinhais, PR. Isto sem contar que a GM fez todo um movimento estratégico para tornar sua operação brasileira mais competitiva no final de 2018, sob ameaça oficialmente anunciada, na época, de também repensar sua operação local.



Na terra, na água e no ar, a Honda faz mais do que levar pessoas de um ponto a outro. Nossa missão é conectar você ao que mais importa na sua vida: **os seus sonhos.**



**Onde seus sonhos estiverem,
nós estaremos juntos.**

HONDA
The Power of Dreams

“Tanto os produtos como a forma de produzir e comercializar estão se transformando e serão totalmente diferentes no futuro próximo.”

Ricardo Bacellar, sócio-líder da KPMG

POSIÇÃO DELICADA

É preciso muita atenção para o fato de que a indústria automobilística precisa se reinventar em todo o mundo e que os esforços no caminho da eletrificação estão cada vez mais intensos e rápidos.

A corrida para chegar a uma fórmula viável está deixando para trás empresas e países que entraram tarde ou ainda nem estão participando desta disputa. E esta infelizmente pode ser exatamente a situação do Brasil, ainda mais delicada quando vislumbramos a intensa crise de credibilidade institucional e política, com atrasos de várias reformas estruturais urgentes.

Pelo menos é isto o que dizem as principais entidades empresariais do País. Para a Fiesp, por exemplo, a decisão da Ford deve ser vista como “triste notícia”, além de alerta para os custos de produzir em solo brasileiro.

A Anfavea preferiu não comentar diretamente o assunto, afirmando que “trata-se de uma decisão estratégica global de uma das suas associadas”. E “isso corrobora o que a entidade vem alertando sobre a ociosidade da indústria (local e global) e a falta de medidas que reduzam o custo Brasil”.

A associação alerta para o problema de competitividade do setor automotivo há pelo menos dois anos. Em março de 2019 apresentou estudo da consultoria PwC que mostrava a diferença de custo de produzir um carro no Brasil e no México, com vantagens óbvias para os mexicanos.

O termo ‘manicômio tributário’ que ilustra a perversidade do sistema brasileiro surgiu pela primeira vez em conversa do presidente Luiz Carlos Moraes com jornalistas.

Nos fornecedores a decisão da montadora, apesar de considerada grave, não trouxe grandes preocupações vez que a Ford já vinha convivendo com produção debilitada em termos de volumes nos últimos anos. Entende-se que o vácuo deixado rapidamente poderá ser preenchido por outra marca, a exemplo que já aconteceu nos caminhões.

Terceiro ou quarto maior mercado

Outro aspecto deve ser observado com muito cuidado: talvez ainda como reflexo dos problemas com a pandemia, no ano passado o mercado brasileiro de o KM foi de pouco mais de 2 milhões de unidades e no mesmo período as vendas de usados ultrapassaram dez milhões. Boa parte desses negócios foi fechado com consumidores que não conseguem mais acesso aos novos.

Nunca é demais lembrar que o Brasil é campeão mundial de tributos automotivos, com mais de 30%. Os demais grandes mercados têm taxas de 15% em média e China, Estados Unidos e Japão, os três maiores mercados mundiais de veículos no ano passado, não chegam a 10%.

Questionado no Congresso AutoData Perspectivas 2021, no último outubro, sobre o comportamento do mercado se tivéssemos política tributária parecida com a do resto do mundo, Rodney Bernardino de Souza, diretor da área de veículos do Itaú, não teve dúvidas: “Boa parte das vendas de seminovos migraria para os novos, que seriam algo como sete milhões de unidades por ano. O Brasil seria terceiro ou quarto maior mercado do mundo”.

Em 2020 a Ford vendeu somente 119 mil veículos no Brasil, 39% menos que em 2019. Sua produção não ultrapassou uma centena de milhar. Se tivéssemos esta tal política tributária compatível com o resto do mundo e vendêssemos estas sete milhões de unidades/ano, a decisão teria sido a mesma?

Não é difícil imaginar a resposta... ■

Colorindo as estradas de todo o Brasil

De Oiapoque ao Chuí,
as soluções inovadoras em tintas
e revestimentos da PPG fornecem
proteção e durabilidade para veículos
de grande e pequeno porte
rodarem as estradas do Brasil.



Escaneie o QR code ou acesse: www.ppgbrasil.com.br



ppgbr



ppgbr



ppgbr



Carlos Tavares (esq.)
e John Elkann

Luz das estrelas iluminou FCA e PSA

Nova potência global dá os primeiros passos com a confiança de que pode transformar a mobilidade

O primeiro dia da Stellantis demonstrou que vem por aí a luz das estrelas nos negócios automotivos globais e nos dois grupos que agora formam a quarta maior força produtiva do mundo. Combinadas, FCA e PSA, faturamento somado de € 167 bilhões/ano, ganharam potência capaz de acelerar a transformação pela qual a indústria auto-

motiva passa e, ao mesmo tempo, garantir, ao menos neste princípio, que a transição ocorra sem redução da capacidade produtiva ou de funcionários.

Isso vai na contramão das decisões recentes tomadas por outras empresas e setores industriais, principalmente o automotivo, que convive há anos com excesso de capacidade produtiva. E tem a ver com



Divulgação/Stellantis

a forma como a Stellantis foi concebida.

A jornada começou em 15 julho de 2020, com a definição do nome, e de lá para cá, em apenas alguns meses dos mais difíceis registrados na história moderna da humanidade, os entendimentos para formar uma organização desse tamanho e com objetivos tão ousados devem ser apreciados como um grande acontecimento no ambiente executivo das empresas multinacionais.

Na história da indústria automotiva houve momentos de concentração de marcas como ocorre com a Stellantis. Algumas ficaram pelo caminho como a Daimler-Chrysler, mas o Grupo Volkswagen e a Renault-Nissan-Mitsubishi são exemplos de que as coisas podem funcionar e que esse é apenas um de muitos caminhos que a indústria automotiva trilhará daqui em diante.

Mas salta aos olhos a velocidade com que tudo aconteceu. O CEO Carlos Tavares considerou o processo uma "viagem

muito intensa até a assinatura do acordo na Comissão Europeia em 21 de dezembro de 2020". Ele contou que foram produzidas 12,5 mil páginas de documentos para as mais diversas autoridades que aprovaram a fusão da organização, que terá sede em Amsterdã, Holanda, mas, provavelmente, com centros de decisão espalhados pela Europa, Estados Unidos e América do Sul.

Com todas as posições de liderança do primeiro escalão nomeadas, dezenove da FCA e dezenove da PSA, já na largada Tavares não poderia demonstrar de outra forma sua confiança nessa equipe e no trabalho realizado nos últimos seis meses: "Essa fusão não é uma ação defensiva no mercado automotivo. Estamos desenvolvendo uma nova empresa com uma nova visão nessa era da mobilidade sustentável. A Stellantis quer redefinir o futuro da mobilidade".

Ele acredita que na próxima década a nova companhia tem potencial para crescer mais € 25 bilhões em valor, atenden-

do obviamente à demanda por modelos eletrificados que serão produzidos em plataformas versáteis, capazes de abrigar um powertrain híbrido, a combustão ou elétrico plug-in.

Para começar Tavares busca aliviar os custos em € 5 bilhões com sinergias, dos quais 40% virão de convergências dessas plataformas, módulos, sistemas e eficiências em processos de manufatura.

As compras de todas as marcas representarão outros 35% do objetivo aproveitando a enorme escala produtiva do grupo para diminuir o custo total dos insumos, autopeças e outros itens, em particular componentes elétricos e de alta tecnologia.

Os 25% restantes virão da integração de atividades em diversos departamentos como o de vendas e marketing, TI, logística, suprimentos, qualidade e operações de pós-vendas. O Brasil e a América do Sul passarão pelo que foi chamado de "melhoria de custos" das operações em regiões em que as duas companhias estão presentes: "80% das nossas compras serão comuns em quatro anos", calculou Tavares.

O momento é de organização dos diversos setores que compõem essa nova empresa. Assim, os líderes globais de engenharia e compras, por exemplo, estão definindo com os líderes regionais como será a equipe responsável pela gestão dessas áreas.

Apesar da eficiência para construir este grupo em tempo recorde o processo agora leva naturalmente mais tempo para definir essas equipes de acordo com as necessidades e possibilidades em cada região.

Para a América do Sul a tarefa é do COO Antonio Filosa, que reportará tanto para Carlos quanto para Mike Manley, o chefe para as Américas. Ou seja, ainda há uma etapa para a nomeação da equipe de Manley, que tem responsabilidades por 44% do faturamento da Stellantis só na América do Norte. Por isso deve levar uns bons meses para que essa estrutura organizacional esteja definida. A expectativa é que no segundo semestre todos os

“Utilizaremos a importante escala produtiva das marcas para trabalhar a inovação, sermos disruptivos, dentre outras iniciativas que algumas empresas não conseguem justamente por causa da menor capacidade produtiva. A Stellantis visará à excelência e não ao tamanho.”

Carlos Tavares

executivos estejam ocupando suas posições e a Stellantis comece a atuar com 100% de sua força.

SEGUNDO PASSO

É inegável o potencial para a operação na América do Sul com a integração das unidades produtivas e seus fornecedores das diversas marcas que atuam por aqui. No campo da especulação a maior delas é que os veículos feitos em Porto Real, RJ, possam utilizar o novo powertrain que a Fiat produzirá em Betim, MG. Outras sinergias como aproveitar a experiência da Fiat em ações e posicionamentos de mercado nas agora marcas irmãs de menor participação também são ventiladas nos bastidores para um futuro próximo.

O que já está definido, contudo, é o princípio básico que vai direcionar os negócios da Stellantis em cada região. Naquela terça-feira, 19 de janeiro, Tavares foi definitivo quanto ao processo de decisão para produzir e vender veículos eletrificados em certos mercados: "A eletrificação tem a ver com os governos. Como direcionarão suas políticas nesse tema? Desenvolvendo uma rota de mobilidade com baixa emissão ou copiar e colar o modelo de outra região? Essa é



POWERING PROGRESS TOGETHER

Não importa como serão o mundo e a tecnologia no futuro, pode ter certeza que estaremos lá.

Com experiência e valores de referência em inovação e excelência em manufatura, a missão da MARELLI é transformar o futuro da mobilidade brasileira e mundial.

A Marelli, presente no Brasil com uma história de sucesso de mais de 40 anos, desenvolve soluções avançadas para garantir mobilidade inteligente, acessível e sustentável.



MARELLI.COM

Quem é a Stellantis

14 marcas: **Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, Dodge, DS, Fiat, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot, RAM e Vauxhall**



Produção: 8,1 milhões de unidades



Instalações industriais em 30 países



400 mil funcionários



Lucro operacional combinado de € 12 bilhões



Margem de 7%



Fluxo de caixa livre de € 5 bilhões



Nome inspirado a partir do verbo latino *stellare*, que significa iluminar com as estrelas

uma decisão política. Vamos respeitar e ajustar nossas estratégias”.

Pareceu um recado direto ao governo brasileiro e de outros países que ainda não estão na rota da eletrificação. Mas como Tavares disse isso em uma conferência global a mensagem vale para todos. Inclusive a Europa, que terá mais de um terço das vendas de veículos elétricos na próxima década. Por isso até 2025 cada modelo do grupo terá uma versão elétrica para atender esses mercados, começando com dez novos elétricos este ano.

No Brasil a primeira grande ação da empresa foi comemorar os 20 anos de atividades da unidade de Porto Real, RJ, anunciando a produção de um novo veículo a partir do segundo semestre. Este é o tipo de vantagem que a Stellantis aparentemente tem para cumprir a missão de redefinir o futuro da mobilidade. Ao mesmo tempo em que está construindo praticamente do zero uma estratégia para atender as demandas que surgem a uma velocidade cada vez maior, terá à disposição estrutura industrial e participação em mercados importantes para sustentar essa transição.

Com todas essas armas Tavares espera “superar as expectativas dos clientes e criar liderança em sustentabilidade e experiências disruptivas”.





AHPAS

Transportando esperança a crianças e adolescentes com câncer.

Há 20 anos a **AHPAS** oferece transporte no trajeto casa-hospital-casa para crianças em situação de vulnerabilidade socioeconômica que estão em tratamento do câncer na cidade de São Paulo.

Esse trabalho pioneiro **aumenta as chances de cura**, uma vez que a dificuldade de acesso aos hospitais é uma das principais causas de abandono do tratamento do câncer infantojuvenil.

Seja um **transformador social** e **contribua!**

ASSOCIAÇÃO HELENA PICCARDI DE ANDRADE SILVA - AHPAS

CNPJ: 03.873.905/0001-64

Bradesco - Ag. 0450 | CC 123691-1

Itaú - Ag. 0445 | CC 09697-7

Conecte-se a essa causa!

www.ahpas.org.br



[/AHPAS](https://www.facebook.com/AHPAS)



[@ahpas](https://twitter.com/ahpas)



[/ahpas_org](https://www.instagram.com/ahpas_org)



[/canalahpas](https://www.youtube.com/canalahpas)

SEDE: Rua Joaquim Nabuco, 47, cj. 12/13 - Brooklin
BAZAR: Rua Joaquim Nabuco, 119 (sobreloja) - Brooklin

Façam suas apostas, senhores

Inspirada pela manchete de sua primeira capa **AutoData** lança desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva



A velocidade dos acontecimentos no mundo automotivo exige que os seus dirigentes estejam ainda mais atentos a uma lista enorme de prioridades. Tudo e qualquer coisa é prioridade. São elementos como ajustes macroeconômicos e setoriais, a sempre presente necessidade de eficiência logística e da cadeia de insumos, a busca por projeções precisas para que se faça a programação produtiva de forma mais inteligente, com redução de custos etc.

Inspirada pela manchete de sua primeira edição, em outubro de 1992, **AutoData** propõe hoje desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva nacional: mostrar como encaram ques-

tões específicas dessa agenda setorial.

A série **Façam suas Apostas, Senhores** buscará as respostas desses executivos em alguns episódios exclusivos publicados nesta e nas próximas edições de **AutoData**.

Para o primeiro capítulo foram convidados os presidentes de grandes sistematistas da cadeia automotiva nacional para abordarem questões específicas sobre projeções, legislação, política e cenário para nacionalização de componentes. Foram eles Antônio Carlos Galvão, da Eaton, Besaluel Botelho, da Robert Bosch América Latina, Carlos Delich, da ZF América do Sul, Marcos de Oliveira, da lochpe-Maxion, e Raul Germany, da Dana.

AUTODATA

1
ANO 1
OUT/92

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA
2

O ACORDO DE BRASÍLIA NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATISTA NEM COMO MERO "QUEBRA GALHOS", OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUIZ SALLES GONÇALVES.

PÁGINA
7

A PRESTIGIOSA SOCIETY OF AUTOMOTIVE ENGINEERS PROMOVE A SAE BRASIL 92, CONGRESSO EM QUE ENGENHEIROS E EXECUTIVOS DO SETOR VÃO DEBATER A REALIDADE E OS CAMINHOS DO FUTURO.

PÁGINA
11

A INCONSTÂNCIA DO MERCADO DE ÔNIBUS PREOCUPA PARTICULARMENTE A INDÚSTRIA, OS DISTRIBUIDORES E OS FROTISTAS, QUE BUSCAM UMA LUZ NO FIM DO TÚNEL.

PÁGINA
14

A TOYOTA ESTÁ PRÓXIMA DE COMEÇAR A PRODUZIR OS SEUS NOVOS MADE IN BRAZIL. A PORTA DE ENTRADA É A NOVA POLÍTICA INDUSTRIAL.

ON&OFF

A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER FRANCO DE MATTOS AINDA É LÍDER. O VICE-PREFEITURÁVEL DE CURITIBA. SUCESSÕES. O DÓLAR DE 90 CENTS. NOVO COMANDO NA MWM.

SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

Na sede da Ford, nos Estados Unidos, três executivos trabalham, hoje, com uma única preocupação: fazer o acompanhamento e análise permanente das fusões, associações, aquisições e acordos de cooperação tecnológica que estão ocorrendo diariamente no setor automotivo em todo o mundo.

É o espelho prático da verdadeira revolução pela qual passa, atualmente, em nível mundial, a indústria e o comércio de veículos e componentes, com reflexos diretos, imediatos e de grande vulto em todos os países nos quais o do setor têm suas bases.

No Brasil, em particular, os efeitos desta situação são potencializados ao extremo, em razão do processo simultâneo de modernização da economia que o País atravessa, com a gradativa, porém firme, queda das barreiras de proteção às indústrias que formam o setor.



Waldemar Verdi

Inicia-se, em consequência, no Brasil, a mais ampla, profunda e marcante fase de reorganização já vivida por este setor

Os fabricantes de componentes, de seu lado, equilibram-se entre a certeza de que 20% das empresas não terão como enfrentar esta nova concorrência e, no extremo oposto, a esperança de conseguir alinhar-se entre os fornecedores das grandes montadoras em nível mundial - ainda neste início de outubro, quase 70 fabricantes de compo-

nentes instalados no Brasil candidatar-se, nos Estados Unidos, ao cobiçado título de fonecedor da General Motors Corporation em todo o mundo.

As montadoras, de seu lado, agora às voltas com a concorrência de veículos importados, alteram radicalmente o sistema de produção, substituem as linhas de produtos em oferta, passam a dar prioridade total ao controle dos custos e, em decorrência, começam a buscar no exterior novas fontes de suprimentos.

O comércio doméstico de veículos também é afetado. Surgem as redes de importados e, mesmo, multimarcas. Ao mesmo tempo, estudos recentes mostram que os distribuidores autorizados dos veículos nacionais não vêm conseguindo repor seus estoques.

Além disso, segundo Waldemar Verdi, presidente da Abrad, a entidade das empresas de consórcio ligadas aos concessionários, "pelo menos 200 das atuais 550 administradoras de consórcios não terão como atender à nova legislação para o setor e fecharão suas portas"

Nunca, em síntese, o jogo foi tão pesado. Com a complicação adicional de que, num regime tão competitivo, quem fugir do jogo agora pode muito bem perder sua condição de parceiro e ficar sem seu lugar no futuro. (ver página 3)

SUCESSÃO NA FENABRAVE

A eleição de Sérgio Reze para a presidência da Fenabrave, sucedendo a Alencar Burti, no último dia 30, foi o penúltimo ato de uma intensa articulação nos bastidores das entidades que representam os distribuidores de veículos que operam no País. O último ato, solene, será realizado em 15 de outubro,

durante a cerimônia de posse da nova diretoria.

O principal foco de resistência ao nome de Sérgio Reze esteve fincado na Abracaf, a associação que reúne os distribuidores da marca Fiat, com ramificações espalhadas por algumas outras associações. (ver página 8)



Christian Castanho

Antônio Carlos Galvão



Divulgação/Empresas

Besaliel Botelho



Carlos Delich



Marcos de Oliveira



Raul Germany

O cenário para 2021 ainda é nebuloso em termos de volume total de vendas e produção. Há projeções para o mercado interno que variam de 2,4 milhões a 2,5 milhões e de 2,5 milhões a 2,6 milhões para a produção. Com quais projeções o senhor trabalha para este ano?

Antônio Carlos Galvão: Para produção total de 2,5 milhões a 2,8 milhões de unidades. No segmento de veículos comerciais os mercados de entregas urbanas, construção e agrícola impulsionam a demanda por caminhões. Entendemos que o mercado de ônibus deve se manter estável, com oportunidade de melhora se houver nova licitação do programa Caminho da Escola. No segmento de veículos leves ajudarão o inventário em seu mais baixo nível histórico, a disponibilidade de crédito a juros competitivos e a demanda de locadoras que precisa ser atendida. Entretanto temos vários desafios e incertezas à frente, como o desenrolar da pandemia da covid-19, desemprego alto, aumento da dívida pública e pressão inflacionária, além das dificuldades com o abastecimento de insumos, que podem limitar a retomada.

Besaliel Botelho: A recuperação em 2020 foi maior do que a expectativa considerando a pandemia e seus desafios e incertezas. Baseado no desempenho das vendas dos últimos meses do ano passado e também o baixo nível de estoque neste começo de 2021, o cenário mais provável é de produção próxima de 2,5 milhões de unidades, como projetado pela Anfavea, 25% de alta. Se desconsiderarmos a recuperação total dos estoques o crescimento poderá ser menor, de 20%, cerca de 2,4 milhões. É importante ressaltar que ainda existem riscos como uma possível aceleração do desemprego e a probabilidade do agravamento da pandemia no primeiro semestre. Por outro lado o processo de vacinação pode trazer um cenário mais otimista para o segundo semestre.

Carlos Delich: Nossas projeções de vendas refletem as últimas previsões da Anfavea. Prevemos expansão média de 15% em vendas, considerando veículos leves, comerciais e industriais. Na produção estimamos aumento médio de 18%, sendo que os leves responsáveis pelo aumento mais representativo. Em nossas projeções consideramos PIB em alta de

3,4%. Há muitas variáveis envolvidas em nossas projeções: a expectativa da imunização poderá transformar o ambiente econômico, tanto aqui como em todo o mundo. O primeiro efeito, psicológico, será uma sensação de alívio e otimismo e isso naturalmente causará impacto positivo sobre os negócios.

Marcos de Oliveira: Acredito que a projeção para a produção de 2,5 milhões a 2,6 milhões de unidades reflete adequadamente o potencial de demanda local e exportações para esse ano. Apesar do nível de desemprego ainda estar elevado há fatores muito importantes na determinação da demanda e da produção de veículos presentes, como taxas de juros mais baixas, oferta de crédito, baixos inventários na virada do ano, densidade veicular do Brasil, necessidade de atualização de frotas, desejo pela substituição de veículos particulares e o interesse na busca de alternativas pessoais ante o transporte coletivo.

Raul Germany: Confiamos no potencial do agronegócio, com um novo recorde de safra, como protagonista no crescimento do PIB acima de 3%, além de

demandas por transporte de carga, com estoques de veículos muito baixos e taxas de juros atrativas para financiamentos, com 70% de aprovação, como os principais geradores de uma demanda consistente e diferenciada. O mercado de pesados foi menos afetado pela pandemia e deve seguir assim, com os volumes similares aos de 2019. Olhamos para este ano como parte do processo de recuperação de médio prazo iniciado em 2017 no mercado de peças originais e de reposição, além da consistência nas exportações, que representam 20% dos nossos negócios.

Se o senhor pudesse escolher qual seria a pauta para o Legislativo tratar em 2021?

Antônio Carlos Galvão: A busca de uma agenda de reformas abrangente com o objetivo de promover o crescimento do País via redução de carga tributária e do tamanho do Estado, por meio de privatizações e PPPs, buscando principalmente o fortalecimento da infraestrutura. Também devem estar nesta agenda a desburocratização e a simplificação do ambiente de negócios, incluindo a reforma tributária. Por fim a educação precisa ser fortalecida desde o ensino básico.

Besaliel Botelho: A reforma tributária, pois resolveria aspectos significativos que causam impacto sobre a sociedade de forma geral, além de gerar um novo estímulo para as atividades econômicas e mais eficiência ao sistema de arrecadação. Essa reforma será importante no sentido de promover não apenas a redução de carga tributária mas também

“Nos veículos comerciais as entregas urbanas, a construção e o agronegócio impulsionam a demanda por caminhões”

Antônio Carlos Galvão, presidente da Eaton

“A reforma tributária resolveria aspectos significativos que causam impacto sobre a sociedade”

Besaliel Botelho, presidente da Bosch América Latina

a simplificação dos tributos e um cenário legal claro, evitando a insegurança jurídica, já que as legislações permitem interpretações conflitantes e com decisões proferidas muitos anos após o início da demanda. Sendo bastante pragmático a reforma tributária precisa ser simplificada e rapidamente colocada em prática para que possa atender aos anseios dos empresários, especialmente diante do cenário que vivemos desde o início da pandemia. Mas além da tributária as demais reformas estruturais, política e administrativa, são fundamentais para a sustentabilidade econômica e social do Brasil, e garantiriam mecanismos de gestão e equilíbrio das contas públicas e investimentos mais adequados para promover o crescimento do País.

Carlos Delich: Dados da ONU indicam que a taxa de mortalidade no trânsito no Brasil é acima da média mundial, superando em quase cinco vezes a da Alemanha, por exemplo. Torná-lo mais seguro requer ações de educação no trânsito, de acessibilidade e inclusão, infraestrutura e monitoramentos adequados e tecnologias de segurança nos veículos. Promover e defender uma

mobilidade mais segura e limpa, o que envolve direitos relacionados à vida, é essencial. E não apenas para 2021.

Marcos de Oliveira: A reforma tributária seria a pauta mais relevante para o futuro do desenvolvimento econômico do País em longo prazo. A complexidade e a ineficiência do nosso sistema atual geram custos elevados e desperdícios nas empresas, bem como as mudanças de legislações e as incertezas nas interpretações jurídicas ocasionam despesas que reduzem a competitividade da indústria nacional.

Raul Germany: A palavra-chave é reforma, tanto tributária como administrativa, imprescindíveis para aliviar o peso do setor público, que é onde está a maioria dos nossos desafios e problemas como País. Precisamos aproveitar a janela de um ano pré-eleitoral, e que já começa a se fechar novamente. Resolver estas questões requer tempo e vontade política, abandonando o modelo de buscar o atalho da transferência dos custos para uma cota de sacrifício a ser paga pelo setor privado. E isso não se resume ao governo federal: as sempre polêmicas ações de aumento de ICMS demonstram que as esferas estadual e municipal precisam ser incluídas, evitando soluções parciais como as adotadas na reforma previdenciária. Destas mudanças sairão as condições para aproveitar as oportunidades de desenvolvimento econômico e social de que tanto precisamos.

O senhor acredita que o Estado deveria oferecer incentivos, ou ferramentas assemelhadas, às grandes empre-

sas? Qual seria a melhor maneira de o Estado agir diante destas empresas, principalmente neste momento de pandemia?

Antônio Carlos Galvão: As empresas precisam de um melhor ambiente de negócios em lugar de subsídios. Para isso precisamos de uma agenda de reformas abrangente que gere um ambiente mais favorável aos negócios, reduzindo o custo Brasil e promovendo o crescimento sustentado do PIB. Com isso o setor industrial alcançaria economias de escala, melhorando a produtividade e a eficiência.

Besaliel Botelho: Acredito que o passo mais importante neste momento é tornar viável e ágil a vacinação contra a covid-19 para toda a população brasileira. Com isso teríamos uma esperança de conter a disseminação do vírus e retomar nossas rotinas pessoais e profissionais de maneira menos preocupante, mesmo que ainda mantendo os hábitos preventivos. No início da pandemia o governo adotou as medidas emergenciais necessárias para apoiar famílias e as empresas, o que foi essencial para muitos negócios

“O diálogo é muito importante para que qualquer iniciativa seja condizente e responda às necessidades”

Carlos Delich, presidente da ZF América do Sul

e, especialmente, para a manutenção dos empregos. Contudo estes incentivos têm impactos nas contas públicas, e uma eventual continuidade deverá ser avaliada com muita cautela para não onerar e gerar novos problemas ao País. É importante destacar ainda que o futuro dependerá da capacidade e do ritmo de recuperação dos mercados e das reformas estruturais necessárias.

Carlos Delich: A atuação conjunta dos setores público e privado com objetivo de beneficiar a economia e a sociedade é muito bem-vinda, e há muito potencial reservado. Em 2020, por exemplo, a flexibilidade concedida às empresas no cenário trabalhista foi muito importante para a manutenção de empregos e para os negócios. É importante reforçar que o diálogo é muito importante para que qualquer iniciativa seja condizente e responda às necessidades.

Marcos de Oliveira: Incentivos setoriais ou regionais são ferramentas utilizadas por diversos países de acordo com as prioridades e necessidades de desenvolvimento econômico, social e das prioridades de cada um. Mas no longo prazo carga tributária competitiva, consistência para implementar políticas públicas, marcos regulatórios e legislações adequadas, educação, formação profissional e infraestrutura que permitam a concorrência com os melhores países do mundo em condições de igualdade são muito mais importantes para o País, para a sociedade e para as empresas.

Raul Germany: Confiamos no papel, capacidade e potencial de nossa indústria

de transformação para que não dependamos apenas de commodities. Além de sermos uma potência mundial em commodities temos condições de desempenhar o mesmo papel na indústria de transformação. E elas não precisam de subsídios. Somos quase unânimes na indústria sobre não buscarmos incentivos, mas sim menos ônus, entendendo que segurança jurídica e previsibilidade não podem ser negociáveis. É por meio da tecnologia na indústria que conseguiremos dar o salto de melhoria de condições de emprego, qualidade de vida e renda para nossa população. O setor público precisa pesar menos para nossa sociedade, mas combinar ações de longo prazo com as demandas de curto prazo geradas pela pandemia é um desafio humanitário, econômico e social que não é exclusivo para o Brasil, sem esquecer de nossa escala. É preciso reduzir o ambiente de instabilidade e de falta de previsibilidade legislativa, regulatória, tributária e de relações trabalhistas, incluindo as tentativas de reverter as melhorias que a reforma trabalhista trouxe, como o negociado sobre o legislado. O complexo modelo tributário criou uma sucessão de jabuticabas que onera a produção e consumo para sustentar o setor público. Imobilizamos o setor privado e restringimos o potencial de atração de investimentos, que compõem a real força que move um País. Soltar estes freios nos trará condições de crescimento histórico.

Na sua opinião quais medidas deveriam ser colocadas em prática para diminuir os custos logísticos? A aduana brasileira precisa ser mais ágil?

Como esse serviço poderia ser mais eficiente?

Antônio Carlos Galvão: É preciso investir muito em infraestrutura, e de diferentes maneiras: governo, concessões, privatizações e PPPs. O momento atual, de grande liquidez global, é bastante favorável desde que se estabeleça credibilidade no ambiente de negócios. Com relação à agilidade da aduana, e para além das melhorias de infraestrutura, os processos devem ser digitalizados e revisados para conseguirmos melhor eficiência. Com as ferramentas certas e criatividade é possível tornar mais ágeis os processos sem afetar a segurança, algo muito importante para o comércio exterior.

Besaliel Botelho: Temos um modelo logístico baseado essencialmente no frete rodoviário. Neste aspecto o Ministério da Infraestrutura representa um papel relevante nos últimos tempos, e podemos observar evolução contundente e rápida nas principais rotas de escoamento do País. Há também forte investimento em portos, o que sem dúvida ajudará a distribuição de mercadorias. Aplicar recursos em diversos modais, inclu-

“A reforma tributária seria a pauta mais relevante para o desenvolvimento econômico do País em longo prazo”

Marcos de Oliveira, presidente da lochpe-Maxion

“Até mesmo a cor da caneta usada para assinar um pedido pode atrasar uma liberação de carga”

Raul Germany, presidente da Dana

do o ferroviário e o aéreo, é essencial para garantir maior competitividade e produtividade. Quanto à aduana o governo brasileiro e a Receita Federal têm trabalhado fortemente para colocar em prática diversas inovações operacionais, simplificando os processos, o tempo e os custos, tanto nas exportações quanto nas importações. Consequentemente teremos maior agilidade no prazo de desembaraço aduaneiro e redução de custos nas operações de comércio exterior. No geral estamos indo na direção correta, mas precisamos de agilidade para colocar em prática estas iniciativas e também para aplicar ferramentas de automação de processos para minimizar as interferências manuais.

Carlos Delich: Melhorar a infraestrutura do País é o primeiro e mais importante passo para uma logística mais eficiente. Certamente que maior agilidade aduaneira, com a oportunidade de simplificar processos, é fundamental tanto para quem importa como para quem exporta. Temos uma certificação da Receita Federal e com ela somos oficialmente reconhecidos como operador de nível mais seguro possível em negócios inter-

nacionais. Isso significa que usufruímos de maior agilidade logística, de redução significativa de tempo no desembaraço aduaneiro em portos e de outras vantagens que permeiam toda a cadeia.

Marcos de Oliveira: A melhoria da infraestrutura geral do País, seja em rodovias, aeroportos, portos etc., e a eficiente utilização de modais combinados de transporte são fundamentais para a diminuição do impacto dos custos logísticos no Brasil. A melhoria contínua na produtividade, velocidade, qualidade e eficiência deve ser o objetivo prioritário das empresas privadas e também de todas as organizações públicas para levarmos o País ao nível de competitividade internacional que requeremos.

Raul Germany: Assim como reconhecemos que uma série de melhorias de desburocratização e de combate ao corporativismo está sendo colocada em prática atualmente, todos sabemos que há muito por fazer. Precisamos combinar a busca pelo aumento da eficiência com um imprescindível ajuste de foco que coloque a estrutura para trabalhar para os processos, e não que os processos sejam adaptados às práticas nocivas da estrutura. Os processos aduaneiros de nossos portos geram ineficiência e lentidão, trazendo perda de competitividade: até a cor da caneta usada para assinar um pedido pode atrasar uma liberação de carga. Devemos seguir com os movimentos para tornar realidade condições que atraíam os investimentos necessários para um sistema multimodal de transportes, de forma a facilitar o comércio exterior. ■

Os trituradores SUVs

Escalada do segmento nos últimos anos, reforçada em 2020, reduziu mercado interno de automóveis a praticamente quatro faixas apenas

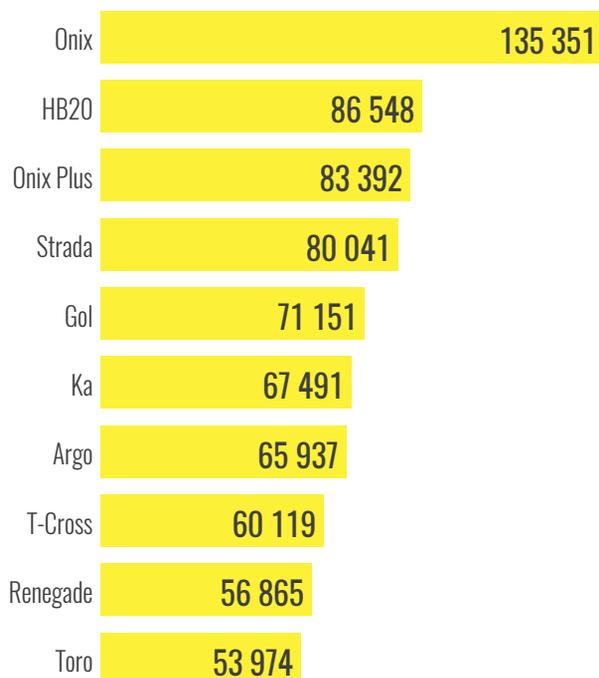
Eles não perdem o fôlego: em 2020 os SUVs continuaram sua escala sem precedentes no mercado brasileiro e abocanharam mais 6 pontos percentuais de participação, reforçando sua vice-liderança – e aqui a pandemia, que afeta menos os modelos mais caros, certamente teve alguma influência.

Segundo os critérios da Fenabreve os SUVs até já assumiram a liderança de

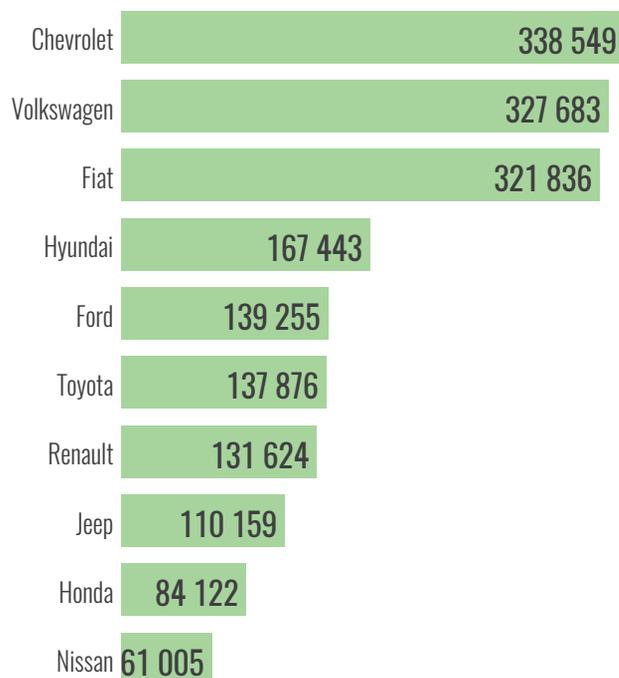
mercado por segmento ao término do ano passado, mas é preciso bastante cuidado e ponderação ao analisar esse dado. Isso porque a associação subdivide os segmentos de automóveis: hatchs compactos, por exemplo, estão separados em 'entrada' e 'hatchs pequenos', enquanto os sedãs da mesma faixa têm suas estatísticas alocadas em 'sedan compacto' e 'sedan pequeno'. Os SUVs, porém, estão

Os dez mais em 2020

Modelos (Automóveis e comerciais leves)



Marcas (Automóveis e comerciais leves)



O pódio de modelos por segmento em 2020

SUVs compactos

1º. T-Cross	60 119
2º. Renegade	56 865
3º. Tracker	49 372



Divulgação/VW

SUVs médios

1º. Compass	52 966
2º. HR-V	32 511
3º. Captur	10 870



Divulgação/Jeep

SUVs grandes

1º. Hilux SW4	9 128
2º. Equinox	4 812
3º. XC60	2 950



Divulgação/Toyota

Hatches compactos

1º. Onix	135 351
2º. HB20	86 548
3º. Gol	71 151



Divulgação/GM

Sedãs compactos

1º. Onix Plus	83 392
2º. Virtus	30 880
3º. Ka Sedan	25 743



Divulgação/GM

Sedãs médios

1º. Corolla	41 072
2º. Civic	20 447
3º. Cruze	8 802



Divulgação/Toyota

Monovolumes

1º. Spin	15 661
2º. Fit	12 833
3º. Doblò	3 342



Divulgação/GM

Picapes pequenas

1º. Strada	80 030
2º. Saveiro	30 964
3º. Montana	6 654



Divulgação/Fiat

Picapes médias

1º. Toro	53 974
2º. Hilux	32 394
3º. S10	26 639



Divulgação/Fiat

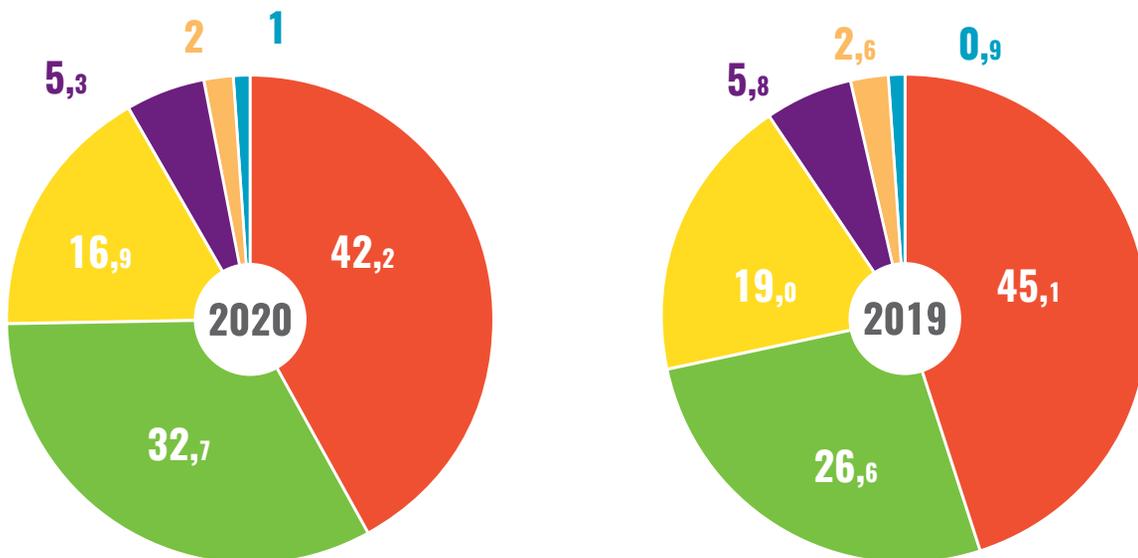
todos aglomerados em uma única categoria, independente do tamanho: vão de um VW Nivus a um Caoa Chery Tiggo 8, para citar modelos mais recentes.

Assim, para efeito de melhor entendimento, **AutoData** reuniu os 'entrada' e

'hatches pequenos' em uma única categoria, a de hatches compactos. Desta forma eles ainda lideram o mercado com 42,2% de participação em 2020, 3 pontos percentuais abaixo de 2019, com os SUVs em segundo com 32,7% ante 26,6% em 2019.

Participação por segmento (automóveis)

● Hatch compacto | ● SUV | ● Sedã compacto | ● Sedã médio | ● Monovolumes | ● Outros – Em (%)



Entendimentos estatísticos à parte o fato é que o avanço dos SUVs está sendo avassalador para outros segmentos, que simplesmente desapareceram do mercado. Ainda debruçando-se sobre os dados da Fenabrave pode-se claramente

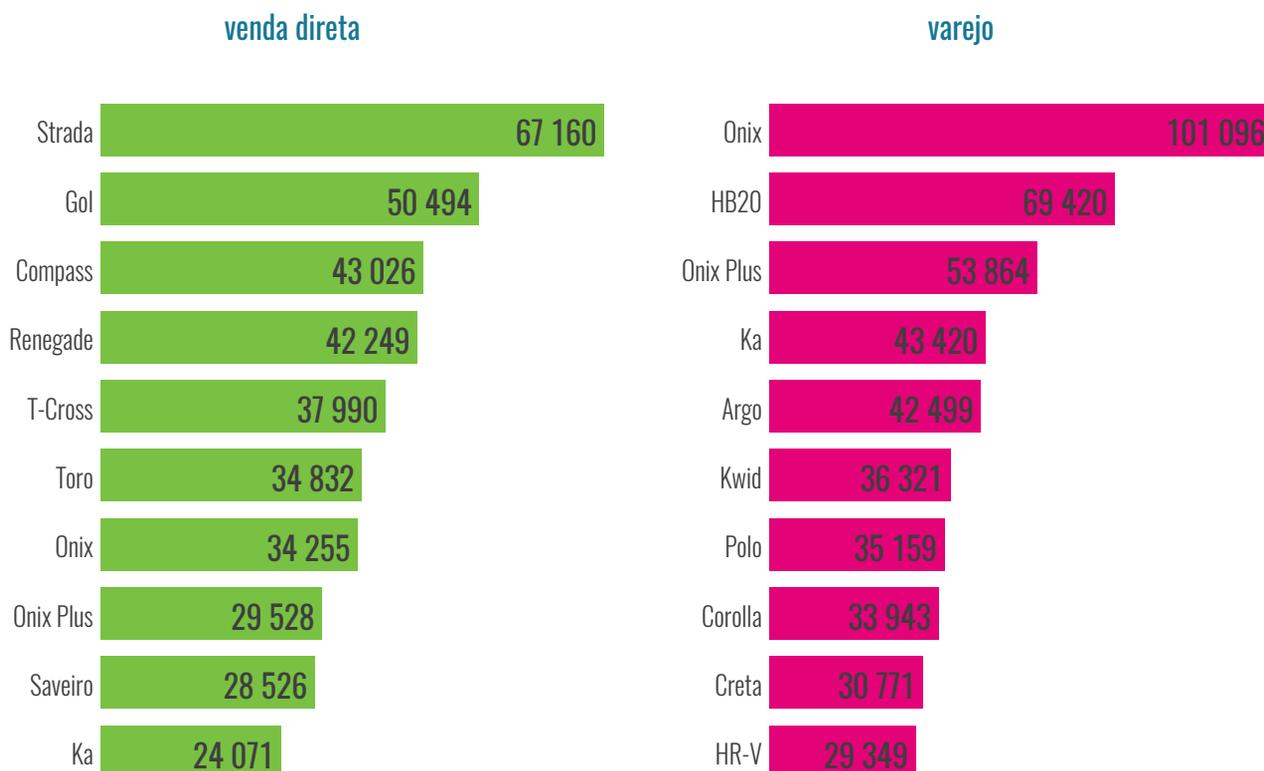
observar que só existem, na prática, quatro segmentos de mercado para automóveis no País hoje: hatches compactos, sedãs compactos, sedãs médios e SUVs. E só. Já morreram as station wagons, sejam pequenas, médias ou grandes, e os ha-

Ranking venda direta por marca 2020

Automóveis e comerciais leves (%)



Os dez modelos mais comercializados (Automóveis e comerciais leves)



tches médios. Os próximos da lista são os monovolumes, que agonizam na UTI automotiva.

Ainda que sejam os SUVs de longe os maiores responsáveis por este quadro os comerciais leves, e aqui em particular as picapes, também têm alguma dose de responsabilidade.

E falando em SUVs quem venceu a batalha particular do segmento foi o VW T-Cross, destronando o Jeep Renegade campeão de 2019, agora vice. Em comum ambos têm a maior parte de seu volume gerado por vendas diretas.

Por marca a campeã dos emplacamentos diretos foi a Fiat, que respondeu por 23% dos negócios nessa modalidade, considerados automóveis e comerciais leves no ano passado.

A seguir ficou a Volkswagen, com

20,5%, e a Chevrolet, 13,7%. Por modelo liderou a tabela a Strada, com Gol e Compass, pela ordem, fechando o pódio.

No ranking geral de vendas por modelo deu o óbvio dos óbvios: Chevrolet Onix, sem nenhuma possibilidade para os demais. Destaque ainda para seu irmão sedã, o Onix Plus, terceiro colocado. E no meio deles está o Hyundai HB20, provando que superou sem traumas o estranhamento que o design da nova geração causou a princípio. Fecharam a lista dos Top 5 Strada e Gol, justamente os dois primeiros em venda direta.

Por marcas no geral a vitória foi novamente da Chevrolet, perdendo 0,6 pp ante 2019, para 17,3%, com Volkswagen em segundo, em avanço de 1,2 pp para 16,8%, e Fiat em terceiro, com notável ganho de 2,7 pp, a 16,5%. ■

A solução não está lá fora

Mesmo com o dólar valorizado exportações caem, e pelo terceiro ano consecutivo. Não há perspectivas de melhora tão logo.

Linhas de montagem ociosas, mercado doméstico desaquecido e dólar valorizado. O cenário seria favorável para o avanço das montadoras rumo ao Exterior para incrementar os embarques de veículos não fosse a pandemia, mesma razão que influenciou de forma negativa o desempenho das vendas no Brasil.

Em 2020 as empresas produtoras de veículos amargaram a terceira queda consecutiva de embarques de modelos made in Brazil: segundo a Anfavea foram enviados a outros mercados 324,3 mil automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, 24,3% a menos do que em 2019.

O cenário fica ainda pior quando as comparações seguem para os anos anteriores. Em 2017, por exemplo, as exportações somaram 766,1 mil unidades – em três anos, assim, caíram para menos da metade. Retornaram ao nível de 2014, que já era de volumes baixos, sendo que o desempenho foi inferior ao de 2013.

A tendência, em 2021, é de leve recuperação. As projeções da Anfavea indicam alta de 9% nos embarques, para 353 mil unidades, com as exportações representando pouco mais de 10% da produção brasileira de veículos. É pouco, atesta o presidente Luiz Carlos Moraes: "O ideal seria que os embarques representassem de 30% a 40% de nossa produção".

Este nível, de acordo com o dirigente, ajudaria a equilibrar a balança comercial. Não é segredo que a indústria, somando

montadoras e empresas sistemistas, importa muitas peças e componentes para compor a produção, o que gera custo em dólar. A receita em moeda forte ajuda a chegar ao que se costuma chamar de hedge natural, ou seja, compensar os gastos mais elevados de peças importadas com os veículos prontos exportados com dólar e euro valorizados.

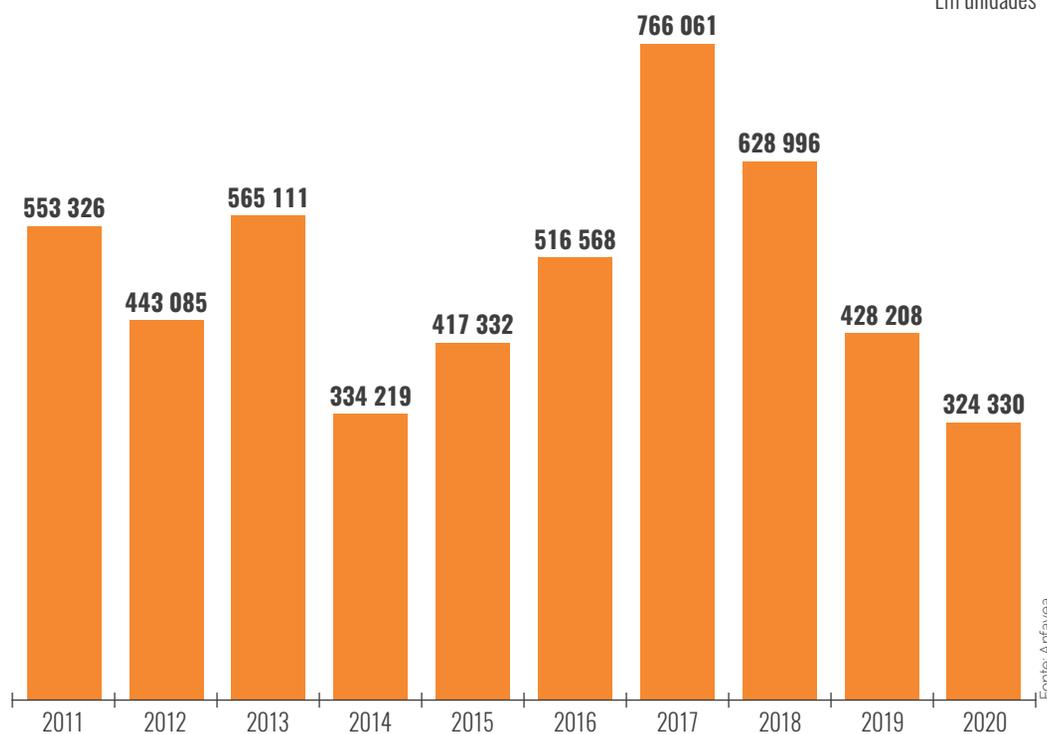
O problema é que a indústria não enxerga muita solução no curto prazo para ampliar volumes de embarques. O principal parceiro comercial do Brasil, a Argentina, já passava por crise econômica antes da pandemia, o que derrubava o volume de exportações, e não há qualquer sinal de recuperação em 2021. Mercados de veículos de outros países como Chile, México e Colômbia também caíram no ano passado por causa da covid-19 e são neles que as montadoras apostam, apesar dos volumes reduzidos.

"Estamos nos esforçando, buscando oportunidades para exportar mais para a América Latina, mais motores e outros componentes para mercados como África, Ásia. Já ajuda", entende Moraes. "O problema é que brigamos com outras fábricas, também ociosas, ao redor do mundo. Já era uma briga acirrada e com a pandemia e o achatamento das vendas globais ficou mais difícil ainda. Cada 1%, 2% de diferença no preço significa perda de contrato."

De novo o grande vilão, segundo Moraes, é o custo Brasil: "O dólar mais alto

Exportações brasileiras de autoveículos

Em unidades



corrige só parte da ineficiência”, Mesmo com o dólar valorizado e o cenário mais positivo para o produto brasileiro no Exterior ainda é difícil ser competitivo, na opinião do presidente da Anfavea. Além dos sempre lembrados fatores como dificuldades logísticas e tributos elevados existem regras específicas que nem sempre são cumpridas como, por exemplo, a devolução dos créditos tributários.

“Só em São Paulo são mais de R\$ 5,3 bilhões em créditos acumulados de ICMS cobrados na exportação, que deveria ser isenta. É um dinheiro que some, que não tem previsão de quando retorna e, quando volta, é sem juros. Empréstamos dinheiro a custo zero.”

Além de recuperar esses créditos a indústria pede, desde 2019, o retorno do Reintegra. Este é um programa do governo, oficialmente Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para Empresas Exportadoras, que em tese de-

volve às empresas que exportam parte dos tributos pagos em produtos que são destinados a outros países. Em 2018, no governo Michel Temer, essa devolução caiu de 2% para 0,1%. O ideal, segundo executivos do setor, é que a alíquota fosse de 10%. Mas, diante do cenário atual fiscal do Brasil, dificilmente haverá mudanças no curto prazo.

COMPETIÇÃO

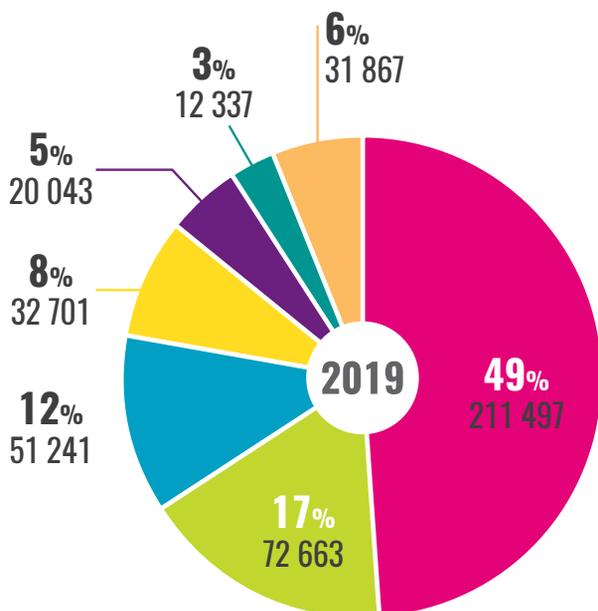
Executivos defendem que para ampliar a exportação o Brasil deveria, além de corrigir a estrutura tributária, que joga contra, contar com uma política industrial que permitisse, aqui, a produção de veículos globais, com maior potencial exportador. O que acontece, por exemplo, na Argentina: no ano passado mais de 60% dos veículos produzidos no país vizinho foram enviados a outros mercados.

O governo argentino quer mais: fechou em janeiro um acordo com a Adefa que

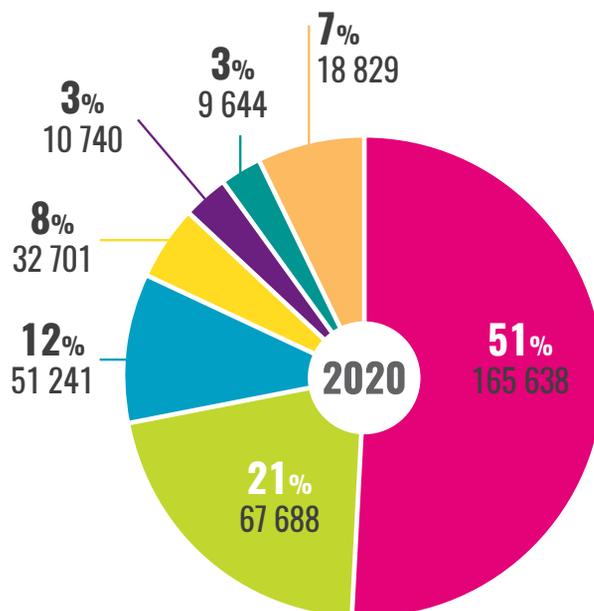
Destino dos veículos brasileiros exportados

Automóveis e comerciais leves

● Argentina | ● México | ● Colômbia | ● Chile | ● Uruguai | ● Paraguai | ● Outros



Total 432 349



Total 323 534

Fonte: Anfavea

isentar de impostos as exportações em 2021. Para conseguir o benefício basta que a montadora exporte este ano mais do que no ano passado.

Assim o país vizinho tem mais possibilidades de atrair projetos globais, como os de Volkswagen Amarok e Taos, Ford Ranger e Nissan Frontier, desenvolvidos já com intenção de abastecer outros mercados fora do Mercosul. Os veículos produzidos no Brasil têm, na sua maioria, intenção de abastecer os mercados brasileiro, argentino e, quando possível, outros vizinhos. Nada muito além disso.

Inserir o Brasil no mapa de produção global seria uma solução para elevar o potencial exportador da indústria de veículos. Mas, para isso, o País precisa oferecer infraestrutura física e tributária competitiva para vencer contratos que vislumbrem abastecer mais do que o Mercosul.

A Argentina, mesmo com a queda e o cenário econômico e pandêmico desfa-

vorável, ganhou participação nas exportações brasileiras em 2020. Segundo a Anfavea pouco mais da metade dos embarques de automóveis e comerciais leves brasileiros tiveram como destino o seu principal parceiro comercial, ou 165,6 mil unidades, 22% a menos do que em 2019.

No segmento de comerciais pesados a Argentina cresceu: importou 7,7 mil caminhões e ônibus brasileiros, 52% a mais do que no ano anterior.

A indústria de caminhões e ônibus, aliás, um pouco menos com a pandemia. Os embarques de pesados recuaram 4%, para cerca de 18 mil unidades, ante 18,6 mil de 2019.

Nos destinos de veículos brasileiros ganhou relevância o México: no ano passado os embarques de veículos leves ao país norte-americano caíram apenas 7% diante de um cenário geral de 25% de retração. Foram 67,7 mil automóveis e comerciais leves enviados para lá. ■



Máquinas

AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

Workshop AutoData

12

de Abril

Os segmentos de máquinas e equipamentos utilizado no agronegócio, na infraestrutura e na construção em geral foram os que obtiveram melhores resultados durante o início da pandemia, em 2020. Agora, com a perspectiva da vacina a economia tenta a retomar um ritmo mais acelerado. Como esses segmentos tão importantes para o desenvolvimento do País estão se preparando para este novo momento? AutoData convidou os líderes das empresas e especialistas do setor para mostrar neste workshop como estão sendo plantadas as sementes e construído o caminho em 2021.

Informações e inscrições:
(11) 95996 0516 | seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

AUTODATA
Seminários



E aquele Santanão, hein?

ABS e catalisador celebram neste 2021 trinta anos de sua chegada aos veículos nacionais. Estreia de ambos foi a bordo do VW Santana.

Nem parece, mas já se vão lá três décadas desde que o primeiro carro nacional saiu de sua linha de montagem com freios ABS e catalisador instalados, em uma estreia simultânea que ocorreu a bordo do então novo Volkswagen Santana GLS quatro portas, em outubro de 1991, já como linha 1992. O modelo foi uma das grandes estrelas da sétima edição da feira Brasil Transpo, realizada no Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi, dividindo holofotes com o Tempra, então também sonora novidade no estande da Fiat.

Era a fase em que o processo de abertura das importações de veículos começava a se consolidar e os modelos nacionais

iniciaram corrida para ganhar equipamentos mais modernos, como os que já estavam nos importados – alguns por força de mercado e outros por exigência de legislação.

NO GELO SUECO

No caso do freio ABS aquele Santanão só oferecia o equipamento na versão mais cara, a GLS, e ainda assim como opcional. Na época a Volkswagen apresentava-o como “um sistema que evita o travamento das rodas em situações de emergência, como uma freada brusca em uma pista molhada, ou até mesmo areia ou barro”: era preciso ser bastante didático, como em quase toda novidade essencialmente tecnológica.

Na demonstração para a imprensa, realizada na pista do aeródromo Campo de Fontenelle, em Pirassununga, SP, a prática foi mais hábil que as palavras. Um largo trecho da pista foi molhado com uma mistura de água e sabão, no qual o jornalista deveria frear o Santana de uma vez só, até a parada total, em duas oportunidades: primeiro com o ABS desligado e, na passagem seguinte, ligado.

Ao limite do trecho na primeira passagem havia uma barreira formada por grandes cubos de isopor que, invariavelmente, acabavam atingidos pelo carro e voavam longe, criando um belo efeito visual e psicológico. Na passagem seguinte, com o sistema ligado, grandes letras ABS também em isopor ocupavam o mesmo local e permaneciam estrategicamente intactas durante o teste, já que o carro parava metros antes.

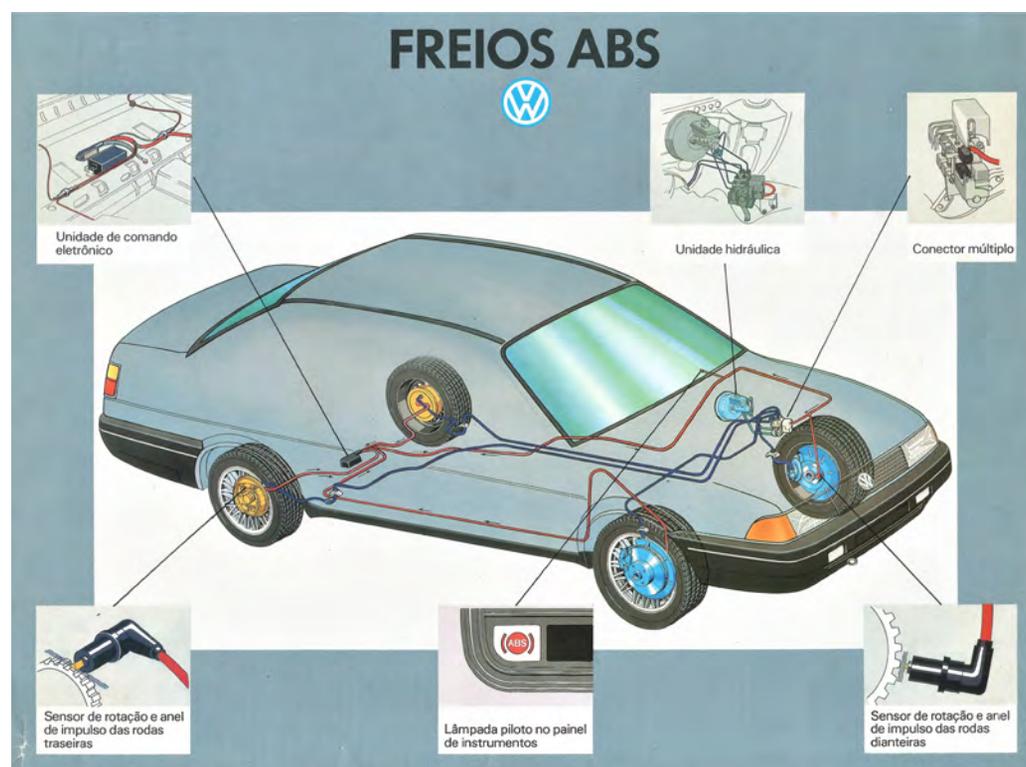
Até esse momento chegar, porém, muito trabalho foi feito. "Iniciamos o desenvolvimento em parceria com a Volkswagen e a Bosch alemã ainda em janeiro de 1990", recorda Geraldo Gardinalli, gerente de projetos da Bosch: na época 100% do

sistema ABS era importado. Os testes foram realizados no Brasil, na pista de testes da Ford em Tatuí, SP, pois eram tempos de Autolatina, e na Suécia, em pistas de gelo. O ABS do Santana, assim, ganhou software específico para o Brasil e suas peculiaridades de piso, como paralelepípedos desnivelados.

Segundo estudos da Bosch o ABS permite reduzir a distância de parada, em metros, em 20% a 30%, dependendo do piso e de suas condições, além de permitir o controle do carro durante a frenagem, algo impossível com as rodas travadas e os pneus cantando na pista.

Ali a questão foi meramente mercadológica, pois o ABS entrou na lista de itens obrigatórios nos carros nacionais apenas em 2009, e mesmo assim em uma escala progressiva que seguiu até 2014, quando 100% dos veículos nacionais passaram a contar com o equipamento. Foi uma demora bastante longa quando se recorda que na Alemanha o ABS chegou em 1978.

A Bosch produz o ABS no Brasil desde 2007; também foi um modelo da Volkswagen a recebê-lo de forma pioneira, mas



dessa vez o Polo. Marco de 1 milhão de equipamentos nacionais veio em 2012, e neste primeiro bimestre de 2021 a empresa celebra o significativo volume de 10 milhões.

A chegada do ABS foi importante também para introduzir no mercado nacional, depois, um complemento natural do sistema, o controle de estabilidade, que se utiliza basicamente do mesmo princípio de frear-soltar eletronicamente as quatro rodas. A Bosch também o produz aqui, desde 2014, de olho na legislação que previa sua obrigatoriedade em todos os veículos nacionais a partir de 2020 para projetos novos e 2022 para qualquer modelo. No ano passado, entretanto, a pedido da Anfavea, que alegou dificuldades para que as fabricantes pudessem cumprir o cronograma devido à pandemia da covid-19, o Contran adiou o prazo para 2024, sendo que até 2023 metade da produção terá que contar com o equipamento, que na Europa é obrigatório desde 2014.

OVO PODRE

Já o catalisador chegou por realidade bem diferente: o equipamento era funda-

mental para que os novos limites de emissão vigentes a partir de 1992 pudessem ser alcançados. De olho nessa demanda se instalou em Americana, no Interior de São Paulo, a Umicore, que na época se chamava Degussa. Foi dela o catalisador daquele primeiro Santana.

"As negociações para construção da fábrica começaram cinco anos antes, em 1987", lembra Stephan Blumrich, vice-presidente da Umicore. "Viemos inicialmente para atender a Autolatina."

Miguel Zoca, gerente sênior de aplicação do produto, viveu essa experiência de perto: "Lembro até de quando as paredes da fábrica começaram a ser erguidas". Assim como recorda a dificuldade inicial do consumidor diante da nova tecnologia, em especial quando os carros equipados com catalisador, apesar de ostentarem orgulhoso emblema com o nome do equipamento, começaram a exalar cheiro de ovo podre pelo escape:

"Era uma questão ligada ao enxofre então presente na nossa gasolina e também ao uso de carburadores".

Blumrich atesta que "criamos uma solução na época, mas o problema foi



QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



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

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

© Samuel Hauenstein Swan

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

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



Prêmio Nobel da Paz 1999



totalmente resolvido com a adoção da injeção eletrônica”.

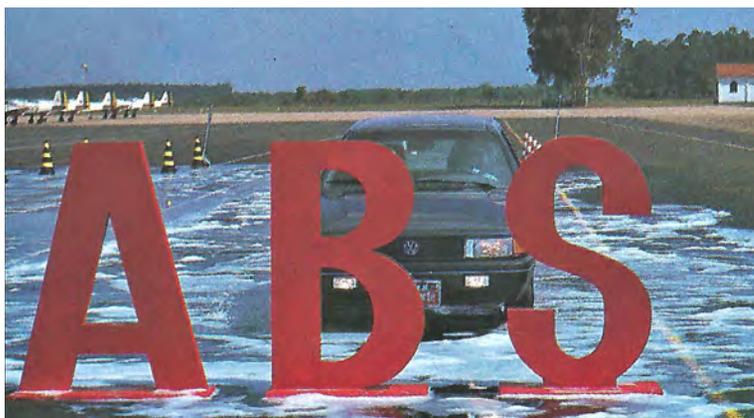
Contando até hoje a Umicore já produziu cerca de 54 milhões de catalisadores no Brasil, todos em Americana.

Quem também fabrica catalisadores há tempos no País é a Marelli: começou com a Kadron, em Amparo, SP. Depois a Cofap comprou a Kadron e a Magneti Marelli comprou a Cofap: na época os primeiros catalisadores Kadron foram equipar o Tempra. Como Magneti Marelli a empresa passou a vender seus catalisadores para a família Fiat Palio em meados dos anos 90, a partir de uma fábrica em Contagem, MG, construída exclusivamente para isso. Ela foi fechada em 2004, quando a produção foi transferida para Amparo.

“Hoje a Marelli fornece o conjunto completo, com o sistema de exaustão inteiro, incluindo o catalisador”, explica Vincenzo Testini, diretor da divisão Green Technology Systems.

Ele aponta que “nestes trinta anos houve uma grande evolução de engenharia para os catalisadores, que passaram da tubulação do escapamento para o coletor de exaustão, mais próximos da queima, aumentando sua eficiência”.

Atualmente há mais duas plantas Marelli na região que produzem catalisadores: Cabo de Santo Agostinho, PE, que atende Jeep, e Córdoba, na Argentina. A capacidade total ao ano somada é de aproxi-



madamente 1,4 milhão de catalisadores.

Outra fabricante local do equipamento é a Basf, que neste último dezembro celebrou 20 anos da fábrica de Indaiatuba, SP, de onde já saíram 20 milhões de catalisadores, incluindo aqueles para motos e caminhões, além de automóveis.

Pelos cálculos da empresa esse total contribuiu para eliminar 38 milhões de toneladas de poluentes que teriam sido lançadas na atmosfera por veículos nesse período, contando Brasil e seus vizinhos sul-americanos. A matriz alemã da Basf chegou a receber, ainda nos anos 80, prêmio e medalha da ONU, Organização das Nações Unidas, por seus esforços na criação e desenvolvimento de catalisadores automotivos, que iniciou lá na década de 70 – quando aquele Santana 1991 sequer havia sido imaginado. ■

AUTO DATA

Empresarial

60

BASF

Catalisadores mais eficientes e inovadores reduzem até 95% das emissões de poluentes nos veículos

O MAIOR PURIFICADOR DE AR DA HISTÓRIA AUTOMOTIVA

Premiados até pela ONU, catalisadores BASF são capazes de reduzir mais de 95% dos poluentes produzidos pelos motores à combustão e ainda reduzem o consumo de combustível

A divisão de Catalisadores da BASF é a fornecedora líder mundial no desenvolvimento, produção e comercialização desses equipamentos. No Brasil a empresa produz catalisadores há mais de 20 anos em sua moderna fábrica de Indaiatuba, SP, e os fornece para as grandes montadoras de motos, automóveis e caminhões que atuam no País.

Considerando apenas a produção nacional, a BASF já colocou no mercado brasileiro mais de 20 milhões de catalisadores e, fazendo-se uma contabilidade ambiental, esse volume con-

tribuiu para eliminar cerca de 38 milhões de toneladas de poluentes das emissões de veículos do Brasil e, também, países vizinhos que importam do País.

As novas legislações de emissões que entrarão em vigor no País elevarão a demanda por catalisadores, praticamente dobrando a necessidade de peças por veículo (no caso do PROCONVE P8, para veículos pesados) e novas tecnologias de alta performance (caso dos veículos leves, PROCONVE L7). A BASF está preparada para atender esta nova demanda do mercado, bem como para exportação para todos os outros países do mundo.

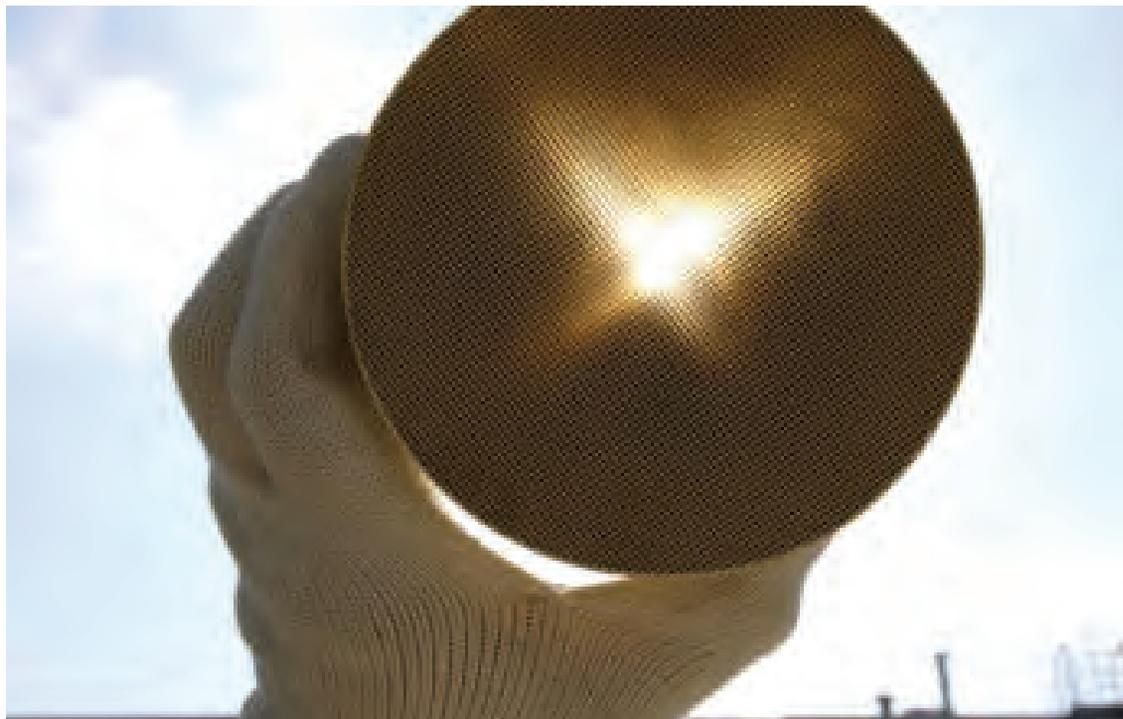
A BASF possui na prateleira as mais novas tecnologias de catalisadores para motores flex, como o FWC-Four Way Catalyst (catalisador de 4 vias), que além de converter os principais gases, também retém o material particulado, algo já exigido em mercados onde já estão em vigor legislações mais severas de emissões.

Além disso, buscando oferecer maior eficiência à indústria automotiva, a empresa também



Divulgação/Agência Brasil

Fábrica de Indaiatuba, aporte de
15 milhões de Euros



possui soluções para otimização do uso de metais preciosos que fazem parte da constituição dos catalisadores (platina, paládio e ródio). Com as inovadoras e exclusivas tecnologias trimetálicas, a BASF oferece um produto com menor contrapressão (que é a resistência à passagem dos gases), o que aumenta o rendimento do motor, reduzindo o consumo de combustível. Outra vantagem importante: além de mais eficiente, o produto também tem um dos menores preços do mercado.

Na década de 1970, a BASF foi uma das primeiras empresas a liderar os estudos sobre emissões de poluentes e é a responsável por uma importante inovação no setor automotivo: o catalisador de “três vias”. Considerado o dispositivo mais importante já inventado no combate à poluição, ele é um componente fundamental nos veículos capaz de reduzir mais de 95% das emissões produzidas pelos motores à combustão.

“O propósito da BASF é criar química para um futuro sustentável. Por isso, temos muito orgulho da empresa ter desenvolvido essa invenção revolucionária para a humanidade e o

meio ambiente, que é o catalisador”, comenta Letícia da Rocha Mendonça, diretora da unidade de negócios de catalisadores da BASF.

Desde que foram inventados, os catalisadores da BASF contribuíram para que carros, motos e caminhões deixassem de lançar no ar mais de 1,3 bilhão de toneladas de poluentes em todo o mundo. Por conta da importância dos catalisadores para o planeta, a BASF recebeu da ONU o Prêmio da Década de 1980 e a Medalha Nacional de Tecnologia pela invenção.

Na fábrica de Indaiatuba, nos últimos oito anos, a BASF fez aportes de cerca de 15 milhões de Euros para modernização e complementação da linha de produção de catalisadores para motores a diesel.

A unidade também implementou o programa zero aterro, descartando de forma sustentável todo os resíduos sólidos gerados na localidade. A iniciativa garantiu o selo internacional “Zero Waste to Landfill” da Instituição global UL Environment, que atesta por meio de auditoria que a unidade não destina mais resíduos para aterros. ◀

Caoa Chery cria centro de pesquisa em Jacareí

A Caoa Chery e a Prefeitura de Jacareí, SP, assinaram termo que estabelece a criação de um CDT, Centro de Desenvolvimento Tecnológico, automotivo. Com início das atividades projetado para janeiro, será o primeiro polo dedicado ao desenvolvimento de novas tecnologias no Vale do Paraíba.

Hyundai produziu 200 mil Creta em Piracicaba

A Hyundai chegou à marca de 200 mil unidades produzidas do SUV Creta em Piracicaba, SP. O veículo que simbolizou o marco, uma versão Smart Plus, equipada com motor 1.6 e câmbio automático de seis marchas, saiu das linhas de produção no final de novembro. O Creta começou a ser produzido em 2017, quando o SUV foi lançado no mercado nacional. Atualmente 90% da produção do Creta é dedicada ao mercado brasileiro, onde soma 41,1 mil vendas em 2020, o quarto SUV compacto mais vendido no País. Os outros 10% da produção são exportados para Argentina, Colômbia, Paraguai e Uruguai.

Honda adiciona décima turbina em Xangri-Lá

A Honda Energy, unidade de energia controlada pela Honda, aumentou sua capacidade de geração de eletricidade no parque eólico mantido em Xangri-Lá, RS. A companhia informou que foi adicionada à unidade mais uma torre, somando agora dez. A capacidade de geração da nova turbina é de 3,8 megawatts, 23% a mais do que os demais aerogeradores do parque. A capacidade instalada, agora, é de 31,7 megawatts, consumidos pela operação da Honda no Brasil.

VWCO: R\$ 2 bi em investimento.

A VWCO anunciou novo ciclo de investimento na sua operação brasileira, agora de R\$ 2 bilhões, de 2021 a 2025. O valor será aplicado no desenvolvimento de tecnologias de propulsão, para veículos comerciais elétricos, na digitalização e na conectividade dos serviços, localização de peças e componentes e na melhoria contínua das operações da fábrica de Resende, RJ, além do incremento ao processo de internacionalização da marca. É o maior valor aplicado em um mesmo ciclo na história da empresa. O último, encerrado este ano, foi de R\$ 1,5 bilhão. A empresa anunciou também a contratação de 550 trabalhadores.

Mahle celebra centenário

Há 100 anos era assentada em Stuttgart, Alemanha, a pedra fundamental do hoje Grupo Mahle. De uma pequena oficina mecânica, forjadora de pistões no distrito de Bad Cannstatt, a empresa, dos irmãos Ernst e Hermann Mahle, transformou-se em um dos maiores fornecedores automotivos, com mais de 160 unidades em mais de trinta países. Segundo a companhia metade de todos os veículos do mundo possui componentes Mahle. Hoje focada em tecnologias de transmissão e de gerenciamento térmico a Mahle mantém investimentos em P&D com dois focos: um em motor a combustão inteligente para o uso de hidrogênio e combustíveis não fosseis e outro em célula de combustível e mobilidade elétrica. No Brasil está instalada em Mogi Guaçu, SP, e possui unidades em Arujá, Jaguariúna, Jundiá, Limeira, São Bernardo do Campo, SP, e Itajubá, MG.

GM renova logotipo



A General Motors revelou no início de janeiro o seu novo logotipo global, que simboliza sua entrada em nova fase de adoção em massa de veículos elétricos. Serão investidos US\$ 27 bilhões em produtos elétricos e autônomos até 2025, para o lançamento de trinta modelos eletrificados montados sobre a plataforma Ultium. O novo logo, segundo a montadora, acompanha a transformação da GM para a visão de mundo com zero acidente, zero emissão e zero congestionamento.

T-Cross para a África

A Volkswagen iniciou as exportações do T-Cross, produzido em São José dos Pinhais, PR, para a África. Lá o modelo será vendido na Costa do Marfim, Gâmbia, Gana, Líbia, Madagascar, Ruanda e Sudão. Com estes mercados somam 26 os países para os quais é exportado o SUV. De acordo com a montadora a exportação para esse continente, o terceiro mais extenso do mundo, com mais de 1,2 bilhão de habitantes, é uma grande oportunidade de conquistar novos mercados com um grande potencial de consumo, além de fortalecer a posição da VW de maior exportadora de automóveis do Brasil. Foram exportadas as versões Trendline, Comfortline e Highline nas opções de câmbio manual e automático.



Divulgação/VW

Grupo ABG, da Neo Rodas, investe na Neo Steel

O Grupo ABG, proprietário da Neo Rodas, inicia em março as operações produtivas da Neo Steel, sua nova unidade de negócio para atender demandas por produtos e conjuntos estampados em aço. Localizada em Araçariguama, SP, a fábrica ocupa terreno de 45 mil m², com 20 mil m² de área construída, e capacidade pra produzir mais de 50 mil toneladas por ano em produtos. Seus clientes-alvo são fabricantes da indústria automotiva, leve e pesada. O portfólio envolve itens como conjuntos de trilhos, reclinadores, peças e componentes para sistemas de bancos, estampados para aplicações estruturais e conjuntos montados e soldados diversos. Mercados internacionais estão no foco da nova empresa, bem como atender a outros segmentos, como máquinas agrícolas e de construção, linha branca, eletroeletrônica e construção civil.

Nova logomarca Kia

A Kia também revelou no início de janeiro, na Coreia do Sul, seu novo logotipo corporativo e slogan de marca global que será utilizado a partir deste ano. O novo design, segundo a montadora, representa momento de transformação e compromisso da empresa de se tornar um ícone de mudança e inovação. O novo logotipo foi revelado durante uma exibição pirotécnica que entrou para o Guinness Book, o livro dos recordes: foi o maior número de veículos aéreos não tripulados, drones, lançando fogos de artifício simultaneamente da história.

BMW Brasil cria canal no WhatsApp Business

Ao aderir a um canal digital no WhatsApp Business a BMW, no Brasil, expande sua comunicação oficial para além de Instagram, Facebook e Tik Tok e dos sites Mercado Livre e Amazon, para espaço no qual os clientes farão consultas sobre produtos e novidades e solicitarão propostas de compra. O objetivo da companhia é atender as mudanças de perfil do consumidor e oferecer experiências únicas no ambiente digital. Desde o início de janeiro, o canal está disponível pelo número 55 11 94194 2810, pelo link bit.ly/bot_bmw e por QR code.

Volvo adere à etiquetagem veicular

A Volvo está aderindo ao Programa de Etiquetagem Veicular para itens de segurança em caminhões. A ideia central do programa é permitir a comparação de sistemas e equipamentos de segurança em oferta pelos fabricantes. O programa integra rol de requisitos regulamentados para a adesão, das empresas fabricantes de veículos, ao Programa Rota 2030, de incentivo à inovação e ao desenvolvimento tecnológico. No caso dos produtos Volvo as etiquetas estão colocadas junto às suas fichas técnicas no site www.volvotrucks.com.br.

FCA será a primeira a usar a nova Alexa

Agora será fácil, e rápido, criar experiência de voz inteligente dentro dos veículos produzidos pela FCA: ela será a primeira a utilizar o Alexia Custom Assistance, produzido pela Amazon. O sistema dispõe de capacidade única de duas assistentes de voz coexistirem e trabalharem juntas para atender às solicitações de seu cliente, motorista ou passageiro. Essa cooperação, de assistente dupla, é habilitada por inteligência artificial. Dentro dos veículos FCA a contrapartida ao Alexia é o sistema Uconnect.

Ambev compra 1 mil elétricos FNM

A startup brasileira FNM firmou parceria com a Ambev para o fornecimento de 1 mil veículos elétricos, incluindo caminhões e vans. As unidades serão montadas em Caxias do Sul, em uma das fábricas da Agrale, parceria da startup. A compra faz parte dos planos da fabricante de bebidas para que metade de sua frota rode com energia limpa até 2023, mas o valor do investimento não foi revelado. Em nota a Ambev informou que o projeto é "viável economicamente devido ao menor custo de energia e manutenção". Os veículos serão usados por transportadoras que prestam serviços de distribuição para a cervejaria. O veículo FNM piloto deste projeto fará rotas de entrega de bebidas no Rio de Janeiro, com autonomia de até 100 quilômetros por dia.

Renault por assinatura

A Renault também lançou, em janeiro, o serviço de assinatura de veículos Renault On Demand, evolução de um antigo produto, o Loopster, que estava sendo oferecido há sete meses em caráter experimental no Paraná. A nova oferta é formada por planos de doze, dezoito, vinte e 24 meses, com valores a partir de R\$ 869 mensais. Há também planos com preços que dependem da quilometragem utilizada pelo assinante. A contratação é feita por meio online, realizada no site www.renaultondemand.com.br, incluindo a assinatura digital do contrato e o acompanhamento durante o período de utilização do serviço. Os modelos aplicados na oferta são Kwid Zen 1.0, Kwid Outsider 1.0, Stepway Iconic 1.6 CVT e Duster Iconic 1.6 CVT.

Actros DE cabine brasileira à venda na Europa

A Mercedes-Benz abriu a pré-venda de 400 unidades da versão F do modelo extrapesado Actros na Europa. Esta é a primeira vez na história da Daimler que um projeto de cabina desenvolvido no Brasil é exportado, como é o caso desta versão especial limitada. O modelo produzido na Alemanha tem duas opções de motorização, no caso, os propulsores Mercedes-Benz OM 470 e OM 471. A cabine recentemente projetada nas variantes StreamSpace ou BigSpace tem 2,5 metros de largura. Há também nesta versão F o recurso Predictive Powertrain Control, que calibra a mudança automática de marcha de acordo com um estilo de direção adaptado à topografia e, portanto, economiza combustível. No interior da cabine o painel de instrumentos e as maçanetas são revestidas em couro, e as demais partes trazem visual de fibra de carbono.

Lexus RX 450h e NX 300h 2021 no Brasil

A Lexus anunciou a chegada ao mercado brasileiro dos seus SUVs RX 450h e NX 300h 2021. Os modelos ganharam mais tecnologia embarcada, como o sistema de segurança ativo LTA, Lane Trace Assist, que auxilia o motorista caso o veículo mude de faixa sem usar a seta. Outra novidade é o alerta sonoro e visual para o uso dos cintos no banco traseiro. O RX 450h 2021 possui sensor de pressão dos pneus, é híbrido e combina motor 3,5 V6 a gasolina de 262 cv com outros dois elétricos, gerando potência total de 313 cv. O NX 300h 2021 ganhou o ICS, assistente de estacionamento ativo, e dispõe de motor 2,5 l e um elétrico que, juntos, representam 200 cv de potência.

Castertech, da Randon, compra a CNCS

A Castertech, especialista em fundição e suas tecnologias que integra o grupo de Empresas Randon, de Caxias do Sul, ES, anunciou, no final de janeiro, a compra do controle da CNCS Tecnologia em Usinagem, com sede na mesma cidade, por R\$ 21,5 milhões. O objetivo mais imediato, de acordo com comunicado da Castertech, é a expansão dos seus negócios no setor agrícola e o crescimento de sua capacidade de produção.



Divulgação/Hyundai

HMB: RAMIREZ

Ken Ramirez é o novo presidente e CEO da Hyundai Motor Brasil e da Hyundai Motor América Central e do Sul. Ele sucede a Eduardo Jin, que retorna à Coreia do Sul onde assumirá novas funções.

Ramirez deixa o Grupo PSA, no qual ocupava a vice-presidência da Peugeot Europa, e passa a reportar-se a José Muñoz, COO global da Hyundai Motor e chefe da Região Américas. Engenheiro elétrico, formado pelo Instituto de Tecnologia da Geórgia, Estados Unidos, tem mais de trinta anos de experiência no setor automotivo, com longa carreira na Aliança Renault Nissan, na qual ingressou em 2002.



Divulgação/Maxion Wheels

MAXION WHEELS: NETO E OUTROS

Por meio de comunicado a Maxion Wheels informou que Zeferino Neto, antes vice-presidente de operações, é o seu novo presidente para as Américas, sucedendo a Don Polk, que se aposentou depois

de 31 anos de serviços na empresa. Zeferino Neto está na Maxion desde 1991. Valter Alves de Sales, diretor de vendas de rodas leves na América Latina, recebeu a tarefa de agregar responsabilidades por vendas de rodas pesadas e off-road. O comunicado anuncia, também, a aposentadoria do diretor de vendas Antônio Rodrigues, que agora será consultor sênior.



Divulgação/Volvo

VOLVO: MARTINS

A Volvo indicou Cyro Martins para exercer a vice-presidência de sua manufatura no Brasil, em Curitiba, PR. Ele será o responsável por toda a operação industrial da unidade, que produz

caminhões semipesados e pesados, chassis de ônibus, motores e transmissões. No novo cargo Martins passa a integrar a diretoria executiva da companhia. Ele é engenheiro eletricista pela UTFPR, o antigo Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná, e tem pós-graduação em engenharia de produção e economia pela FAE, de Curitiba, e MBA em negócios pela Fundação Dom Cabral.



Divulgação/Tupy

TUPY: BERBETZ

O engenheiro Erodes Berbetz, desde 2019 diretor de compras corporativas da Tupy, de Joinville, SC, foi promovido a vice-presidente de compras e logística. O cargo foi criado diante "do

bom desempenho da área e de sua relevância para os resultados da companhia", relata comunicado oficial. Ele se reportará diretamente ao CEO Fernando Cestari de Rizzo. Berbetz fez carreira na Volvo e na Mercedes-Benz.



Divulgação/MB

M-B: DIAS

A Mercedes-Benz indicou o seu novo responsável, no Brasil, para a área de pós-vendas de automóveis e vans: Dirlei Dias, que acumula 35 anos de vivência no setor e dez na gerência de

vendas de carros. De acordo com o CEO de carros e vans, Jefferson Ferrarez, "Dirlei é profissional que tem grande credibilidade no mercado e possui conhecimento muito amplo. Juntamente com a equipe contribuirá para proporcionarmos a melhor experiência aos nossos clientes com a excelência dos produtos e serviços da Mercedes-Benz".



Divulgação/AEA

AEA: ORIKASSA

A nova direção da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, por meio de seu presidente e de seu vice-presidente, Besaliet Botelho e Marcus Vinicius Aguiar, criou uma nova área

com status de diretoria: a de Meio Ambiente, que será ocupada por Edson Oriakassa. A ideia é que essa nova área seja a responsável por todos os assuntos relacionados à mobilidade sustentável nas situações de debate técnico na entidade. Também para o exercício 2021-2022 foram nomeados Gustavo Noronha para a diretoria de Eletromobilidade, sucedendo a Fábio Uema, e Éverton Silva para a de Tendências Tecnológicas, na sucessão de Marcos Clemente.

A Ford na Bahia representa...

2%

do PIB estadual

1,7%

da massa salarial do Estado

10%

da arrecadação de ICMS

“€ 9 bilhões estão à disposição para a eletrificação da mobilidade.”

Andreas Scheuer, ministro do transporte e infraestrutura da Alemanha

“Se tiver clima no parlamento a gente pode levar muita coisa avante, quem sabe até ressurgir ministérios” (sic)

Jair Bolsonaro em 29 de janeiro de 2021

“O País funcionará melhor com menos ministérios. O quadro atual deve ser visto como resultado da forma perniciosa e corrupta de se fazer política das últimas décadas.”

Trecho de material de campanha de Jair Bolsonaro em 2018

3%

é a estimativa do Banco Mundial para o PIB brasileiro em 2021. O PIB global, segundo a instituição, será de 4% este ano.

54%

dos entrevistados na pesquisa XP/lespe de janeiro de 2021 acreditam que a economia do Brasil no momento está no caminho errado. Para 34% está no caminho certo.

83%

do público das redes sociais foram considerados mal informados sobre política nacional pela pesquisa da Pew Research Center dos Estados Unidos.

“O EDF e a GM tiveram algumas diferenças importantes no passado, mas este é um novo dia na América. Um dia em que uma colaboração séria para alcançar a eletrificação do transporte, o progresso climático com base científica e oportunidades econômicas compartilhadas equitativamente podem mover nossa nação adiante.”

Fred Krupp, presidente do EDF, Environmental Defense Fund, grupo de defesa do meio ambiente

MWM MOTORES, GRUPOS GERADORES E PEÇAS DE REPOSIÇÃO. TRADIÇÃO E ALTO DESEMPENHO NAS MAIS VARIADAS APLICAÇÕES.



Reduza a velocidade, preserve a vida.

- MWM Geradores: de 10 a 1.250 kVA em 50 e 60 Hz
- MWM Motores: Veicular, Geração de Energia, Agrícola, Industrial, Construção e Marítimo
- Peças de Reposição MWM: Linhas de Peças Genuínas, Opcionais e Master Parts®

f    mwm.com.br

MWM

AUTO DATA

Os patrocinadores desta edição

