

AUTODATA



From the Top
Warren Browne - WP
Browne Consulting

RANKING GLOBAL

Brasil cai
a penúltimo
do top-10

MERCADO ABERTO

A batalha
pelo que a
Ford deixou

40 ANOS DE BRASIL

VWCO
festeja com
investimento

FAÇAM SUAS APOSTAS

Segundo
capítulo da
série especial



O abre alas

Nissan puxa fila quase interminável de novidades em SUVs de Toyota, Fiat, Jeep, Volkswagen, Gaoa Chery, Hyundai, Renault, Honda, Ford...



Caminhões
Ônibus

Chegaram os Novos Volkswagen Meteor

Os Extrapesados Sob Medida para o seu negócio



No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes

Acesse o QR code
e conheça as novas
tecnologias do Meteor



**MERCADO
LANÇAMENTO**

Apresentação do novo Nissan Kicks fez outras montadoras anteciparem seus próximos movimentos no segmento



Divulgação/Nissan

18**MERCADO
CENÁRIOS****22**

Quem aproveitará o espaço deixado pela Ford? A resposta é bem mais complexa do que se pode, hoje, calcular.

**FORNECEDORES
CAMAÇARI****28**

Aos fornecedores instalados na Ford Bahia parece não restar alternativa. Mas quem compensará os funcionários?

**PRODUÇÃO
RANKING****32**

América do Sul perdeu participação no cenário mundial em 2020, e cenário à frente não parece indicar recuperação rápida

**CONJUNTURA
EMPREGO****36**

Covid-19 pode ser responsabilizada por redução nos quadros, mas o que preocupa mesmo é o fechamento de fábricas

**SÉRIE ESPECIAL
MOTORES****38**

Inspirada por sua primeira manchete AutoData prossegue apresentando desafio aos líderes da indústria automotiva

**ANIVERSÁRIO
VWCO****48**

Volkswagen Caminhões e Ônibus segue celebrando: agora, seus 40 anos de idade. E não vai parar por aí.

**ANIVERSÁRIO
MARCOPOLO****54**

Unidade Ana Rech da Marcopolo completa 40 anos abrigando novos negócios em inovação, tecnologia e mobilidade

6**LENTES**

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

10**FROM THE TOP**

Warren Browne, da WP Browne Consulting, traz sua visão sobre nossa indústria direto de Detroit

58**GENTE & NEGÓCIOS**

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

62**FIM DE PAPO**

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

E um ano se passou

Por Marcos Rozen, editor

Chegamos a março, doze meses depois da primeira morte por Covid-19 registrada no Brasil, e é óbvio um sentimento de frustração, para dizer o mínimo. Após um período de arrefecimento dos casos voltamos a bater tristes recordes em uma segunda onda que mais se assemelha a um tsunami.

Isso trará o retorno, obviamente, e para nosso desespero, de inevitáveis e necessárias medidas mais agudas de distanciamento social, o que inclui restrições de funcionamento de atividades do comércio, como concessionárias de veículos. É um roteiro que já vivemos e que não deveria se repetir dado o conhecimento acumulado que temos agora da doença, de sua transmissão e tratamento.

Não há como desassociar esse triste, absurdo e lamentável quadro da errática postura de nossos governantes, em todas as níveis. Informações confusas, conflitantes e contraditórias minaram na população a necessidade evidente de combate à pandemia. Resumindo em um cenário prático, não há como explicar a um cidadão que ele não pode ir a um estabelecimento comercial ou reunião social mas pode, sim, livremente, pegar um ônibus urbano, trem ou metrô lotados, nos quais não há absolutamente nenhuma preocupação oficial por distanciamento, ocupação máxima, oferta de álcool em gel ou algo minimamente parecido com o que se é exigido da iniciativa privada. Em suma – e quantas vezes já não vimos isso! – o Estado exige dos outros o que ele mesmo não pratica. E, nas poucas vezes que o pratica, o faz de maneira atabalhoada, confusa e inepta.

Por isso, e não à toa, são comuns os casos de desrespeito às regras básicas da pandemia: quando o exemplo não vem de cima mais de 260 mil pessoas pagam com a vida – e essa conta, absurdamente, só aumenta.

Só nos resta exigir e batalhar pela única saída comprovada e efetiva para isso: a vacina. Para todos. E para já.



autodata.com.br



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora

AUTODATA

Direção Geral Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Leandro Alves, Marco Stéfani, Roberto Hunoff **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Divulgação/Nissan **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 Melkunias, 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 Luis, 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

IN MEMORIAM DE PAULO FRANCINI

Foi uma ventura, para mim, ter privado de algumas intimidades de Paulo Francini, um pensador industrial, que a covid levou embora em 11 de fevereiro. Tinha 79 anos. Foi o mais pop dos empresários de sua geração. Há uma obra a ser escrita a partir dele, um dos idealizadores do Manifesto dos Oito, documento pelo qual a burguesia brasileira deu adeus e jogou sua definitiva cal sobre a ditadura dos generais, aquela que começou em 1964, e de alguns de seus companheiros. Ele era, para os jornalistas de economia ligados nas coisas da época, um dos muitos democratas de plantão – daqueles que criticavam a alta do preço da abobrinha e completava lembrando que só eleições livres e diretas resolveriam esse problema. Foi diretor do Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos da Fiesp, quando a entidade ainda se dava ao respeito, e um dos fundadores do IEDI, o Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial.



Reprodução/YouTube

IN MEMORIAM DE PAULO FRANCINI 2

Para Júlio Gomes de Almeida, diretor executivo do IEDI, Paulo foi "defensor da consolidação de uma política industrial dinâmica e atrelada às transformações do mundo. Defendia temas até hoje atuais, como a inovação, a redução do custo Brasil e a formação de um mercado de crédito de longo prazo para as indústrias". O último parágrafo do Manifesto dos Oito, de sua lavra, dá inveja a empresários de hoje: "Mas defendemos a democracia, sobretudo, por ser um sistema superior de vida, o mais apropriado para o desenvolvimento das potencialidades humanas. E é dentro desse espírito, com o desejo de contribuir, que submetemos nossas ideias ao debate do conjunto da sociedade brasileira, e em especial de nossos colegas empresários e dos homens públicos". Assinaram Antônio Ermirio de Moraes, Cláudio Bardella, Jorge Gerdau, José Mindlin, Laerte Setúbal Filho, Paulo Vellinho, Paulo Villares e Severo Gomes, eleitos Líderes Empresariais do Balanço Anual da Gazeta Mercantil. Infelizmente Paulo Francini não foi um desses eleitos.



Por Vicente Alessi, filho

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

ALERTA PARA CEGOS

A fatal conjugação da pandemia com economia nacional em crise já deveria ter alertado os cegos de plantão, aqueles que dizem que efetuar a troca das rodas com o carro em movimento é algo perfeitamente razoável. Mas se uns não abrem os olhos os pneus continuam na sua marcha trôpega, e foi isto o que nos informaram os jornais da quinta-feira, 4 de março, citando dados do IBGE e do IPEA: a queda do PIB de 2020 chegou a 4,1%. Se considerado o aumento da população a queda do PIB per capita foi de 4,8% diante do resultado do ano anterior. O PIB industrial caiu 3,5%. Dizem mais os jornais: que o agravamento da pandemia coloca em xeque qualquer esperança de recuperação este ano.

ALERTA PARA CEGOS 2

No mesmo dia os jornais destacaram que, como consequência da queda do PIB, a terceira pior desde 1901, o Brasil deixou de constar no rol das dez maiores economias do mundo de acordo com a Austin Rating, uma agência de classificação de riscos. Passou a ocupar o décimo-segundo lugar, com 1,6% de participação no PIB global. Estados Unidos e China são os primeirões, com 23% e 18,4%. O Brasil foi ultrapassado por Canadá, Coreia e Rússia.

ALERTA PARA CEGOS 3

As dificuldades do setor industrial brasileiro, no qual está inserida a indústria de veículos, estão evidentes no índice retraído de 3,5% diante do resultado de 2019, já uma baixa base de comparação. E agora chega a prova dos 9, mais uma necessidade de superação diante da insistente presença da covid-19 e de todas as suas variantes. A observação interessante é que, ano após ano, as grandes empresas brasileiras da indústria da transformação ecoam seus ganhos de produtividade na forma de índices gordinhos e lustrosos que, aparentemente, não entram na corrente sanguínea do PIB.

ALERTA PARA CEGOS 3

Na mesma quinta-feira, pela manhã, o governador de São Paulo divulgou dados levantados pela Fundação Seade referentes a 2020, e o mais importante deles foi a constatação de que a economia do Estado cresceu 0,4% com pandemia e tudo. Ele destacou o desempenho do setor de serviços e de tecnologia: representaria 77% de toda a economia paulista e teria crescido 1,8% no ano passado. Sobre a indústria simplesmente nenhum pio, aparentemente dada à irrelevância a que está dedicada.

ESTRELA DO ANO

Muito simpática a reunião convocada pela Toyota na terça-feira, 2 de março, para que seus dirigentes Masahiro Inoue, para a América Latina e Caribe, e Rafael Chang, para o Brasil, falassem a alguns jornalistas sobre as virtudes do seu SUV Corolla Cross que seria lançado em mais alguns dias. As conversas desse tipo promovidas pela empresa têm a característica de poderem, sim, fugir um pouco do eixo principal, de abrirem-se para outras fronteiras. Imaginei, naquele dia, que a questão dos benefícios fiscais para a Região Centro-oeste (veja **AutoData** 372, de novembro de 2020, em Lentes), dos quais a empresa é altamente crítica, surgisse em algum momento. Mas nem jornalistas nem Inoue e Chang se dispuseram a cavocar esse buraco. Ficou a afirmação, de Rafael Chang, que poderá ser cobrada em dezembro: o Corolla Cross será a estrela da Toyota este ano.



Máquinas

AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

Workshop
AUTODATA

12
de Abril

O segmento de máquinas, tanto agrícolas como de construção, mesmo em meio a pandemia, viu seus negócios crescerem no Brasil. A tendência para 2021 não é diferente. O Brasil caminha para nova safra recorde e o Governo fará pesados investimentos em infraestrutura como forma de incentivar a recuperação da economia.

As perspectivas do setor que cresce na pandemia

O Workshop "Perspectivas Máquinas Agrícolas e de Construção" reunirá os principais executivos das maiores montadoras brasileiras destes dois segmentos, além da Anfavea e especialistas em agrobusiness e infraestrutura. O objetivo de AutoData será o de contribuir para que as análises e debates online possam apontar os caminhos para levar esta relevante indústria do setor automotivo a um novo ciclo de crescimento.

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

AUTODATA
Seminários



Avaliação do atual panorama produtivo e comercial do segmento

Durante os piores dias da pandemia no Brasil o segmento de máquinas agrícolas e de construção foi o único que apresentou crescimento no setor automotivo brasileiro. Com a expectativa de safra recorde e aceleração das obras públicas como forma de reativação da economia, qual a performance que se espera para o mercado brasileiro em 2021?

Andrea Park, Vice-presidente de máquinas agrícolas e de construção da Anfavea

Palestra das 14h às 14h40



Perspectivas máquinas agrícolas

O agrobusiness brasileiro já trabalha com a expectativa de nova safra recorde neste ano. Qual a perspectiva deste mercado em 2021? O que o cliente do agrobusiness está buscando nos novos equipamentos para melhorar o desempenho da safra? Os fabricantes estão preparados para atender essa demanda sem atrasos?

Giovana Araujo, Sôcia líder de markets para o setor de agrobusiness da KPMG; **Thiago Wrubleski**, Diretor de planejamento comercial da CNHi; **Alfredo Jobke**, Diretor de marketing da AGCO América do Sul

Palestra das 14h40 às 15h20



A tecnologia global na produção de máquinas e equipamentos

O Brasil é um dos mais importantes produtores mundiais tanto de máquinas agrícolas como de construção. Por isso esse segmento é um dos mais avançados da indústria automotiva nacional. Quais as evoluções tecnológicas que já estão sendo aplicadas nas máquinas e equipamentos no País?

Sérgio Soares, Engenheiro, Chief Innovation Officer para a América do Sul da CNHi

Palestra das 15h40 às 16h20



Perspectivas máquinas de construção

O setor de construção civil apresentou recuperação e crescimento ao longo de 2020 e tudo indica que esta boa performance se manterá em 2021. O governo federal, por meio do Ministério da Infraestrutura, já sinalizou com uma série de projetos que devem não apenas incentivar o desenvolvimento do País como também impulsionar a economia e os empregos. Como os fabricantes de equipamentos de construção analisam esse cenário?

Eduardo Redes, Sôcio líder de infraestrutura Brasil e Latam da KPMG; **Paula Araújo**, Vice-presidente da New Holland Construction para América do Sul; **Massami Murakami**, Diretor de planejamento estratégico da Volvo CE Latin America

Palestra das 16h20 às 17h05

Direto de Detroit

Warren Browne é um executivo raiz do setor automotivo. Coursou economia na Universidade de Detroit nos anos 70 e trabalhou por 39 anos na General Motors, até 2009. Durante a década de 90 foi diretor de planejamento da General Motors do Brasil, na qual participou ativamente de profunda renovação da gama Chevrolet no País, com a chegada de modelos

como Corsa, Astra, Vectra, Omega e S10.

Após sua passagem pela unidade brasileira foi nomeado diretor-geral da GM na Polônia. Ocupou o mesmo cargo depois na Rússia, além de ter sido diretor executivo de pós-vendas da GM Europa. Seu último cargo na empresa foi diretor executivo de novos negócios na Europa.

De volta a Detroit abriu sua

própria consultoria, a WP Browne Consulting, especializada em análise e pesquisa de mercado para empresas do setor automotivo.

Nesta entrevista exclusiva, concedida por videoconferência, ele mostrou um ponto de vista da nossa indústria diferente do habitual, diretamente do cerne da cultura automotiva dos Estados Unidos.

Confira.

Nos anos 90 o senhor conduziu estudo para identificar quando, e se, o mercado brasileiro chegaria a 3 milhões de unidades. Algo daquele estudo poderia ainda ser aproveitado hoje?

Na época esse foi um pedido de André Beer e de José Carlos Pinheiro Neto. Vendia-se no Brasil cerca de 1,5 milhão de unidades ao ano e algumas das propostas para chegar a 3 milhões seriam apresentadas ao governo. Elencamos quatro fatores-chave: 1) baixar os impostos, 2) incentivar o crédito, 3) incentivar a modernização dos veículos e 4) desenvolver mercados de exportação, especialmente América Latina, o que tinha relação com o item anterior.

Chegamos às 3 milhões por volta de 2009, mas depois regredimos. A previsão para 2021 é por volta de 2,4 milhões. O que houve?

Poderia estar hoje até na faixa de 5 milhões, dada a capacidade instalada. Na época duas coisas funcionaram: o governo brasileiro aceitou algumas das su-

gestões do estudo e, ao mesmo tempo, a economia cresceu cerca de 2,4% ao ano nos anos 90 e 3,4% ao ano de 2000 a 2009. Mas de 2010 a 2019 caiu para 1,4% ao ano, a metade. E nos últimos cinco anos foi só 1%. Minha projeção para o mercado brasileiro em 2025 é de 2,8 milhões de unidades, porque a economia ainda vai crescer pouco até lá. 1% ao ano é muito pouco.

Diante deste cenário as montadoras ainda podem investir no Brasil levando em conta apenas o mercado interno?

Sim, sem dúvida. O Brasil ainda é um dos dez maiores mercados do mundo. Um mercado desta magnitude requer presença local para se obter sucesso, não há outro caminho.

Um importante presidente de montadora no Brasil já disse que os volumes na América do Sul são inexpressivos nos cálculos para uma fabricante alcançar a liderança global. O senhor concorda?

Isso é papo furado. Não se pode ignorar



“Minha projeção para o mercado brasileiro em 2025 é de 2,8 milhões de unidades, porque a economia ainda vai crescer pouco até lá. 1% ao ano é muito pouco.”

os maiores mercados mundiais quando se quer ser líder global, e o Brasil ainda é um dos maiores mercados mundiais.

A indústria automotiva nacional vive um cenário de transformações e incertezas. Fornecedores dizem que em muitas situações não vale a pena investir aqui, que é mais barato importar da China...

Eu não acredito nisso. Só se for para feramental ou para autopeças de baixo volume. Importar tem um custo de inventário muito alto, além das dificuldades logísticas. É uma ineficiência. E menos interessante ainda quando considerarmos que o dólar está acima dos R\$ 5. Quem diz que sai mais barato importar está buscando argumentos para alguma negociação.

E no caso de um fabricante de transmissões, por exemplo? Como justificar um investimento aqui para fabricar câmbio automático, cuja demanda tem crescido claramente?

Nesse caso específico eu concordo. Transmissão é uma espécie de commodity, há poucos fabricantes no mundo, e os carros elétricos não têm transmissão. A equação é diferente, mas é um caso à parte. Se falarmos de peças plásticas, metálicas, interior, iluminação, carroceria, tanto faz se for um carro a combustão ou elétrico, as oportunidades no Brasil existem e são as mesmas. Sai mais barato fazer localmente do que importar, e isso valerá inclusive para os híbridos e elétricos. Temos que lembrar também que há

exigências mínimas de conteúdo local que precisam ser atendidas, e não há nada de errado nisso. Até um país grande e poderoso como os Estados Unidos têm esse tipo de regulamentação, não se pode fazer qualquer coisa a qualquer preço no México e importar.

E a transição para os elétricos? Como acontecerá no Brasil e qual o maior desafio para os fornecedores?

É preciso considerar três coisas: o ambiente de negócios, o produto em si e a política governamental. Falando dos Estados Unidos, não há um bom ambiente para vender elétricos agora porque o galão da gasolina está custando US\$ 2,70. E a maioria das fabricantes não tem mais incentivos para vender elétricos, como houve na administração Obama: custam de 10% a 15% mais. No segundo fator o melhor dos elétricos ainda tem só 350 quilômetros de autonomia e demora sete horas para ser carregado. Há hoje um ponto de recarga de elétricos para cada duzentos postos de gasolina. Assim como no Brasil as pessoas aqui dirigem longas distâncias e os elétricos ainda não têm a autonomia e nem o tempo e a oferta de carregamento ideais.

E quanto às políticas federais?

Na China e na Europa os governos já disseram: até 2030 nada mais de carros a combustão. O recado é claro: se você quer continuar a ser competitivo, se quer manter a sua fatia de mercado, tem que se preparar. E há incentivos neste processo. Qual a política nos Estados Unidos? Nada. Aqui nós somos cowboys [risos].

“Não se pode ignorar os maiores mercados mundiais quando se quer ser líder global, e o Brasil ainda é um dos maiores mercados mundiais.”

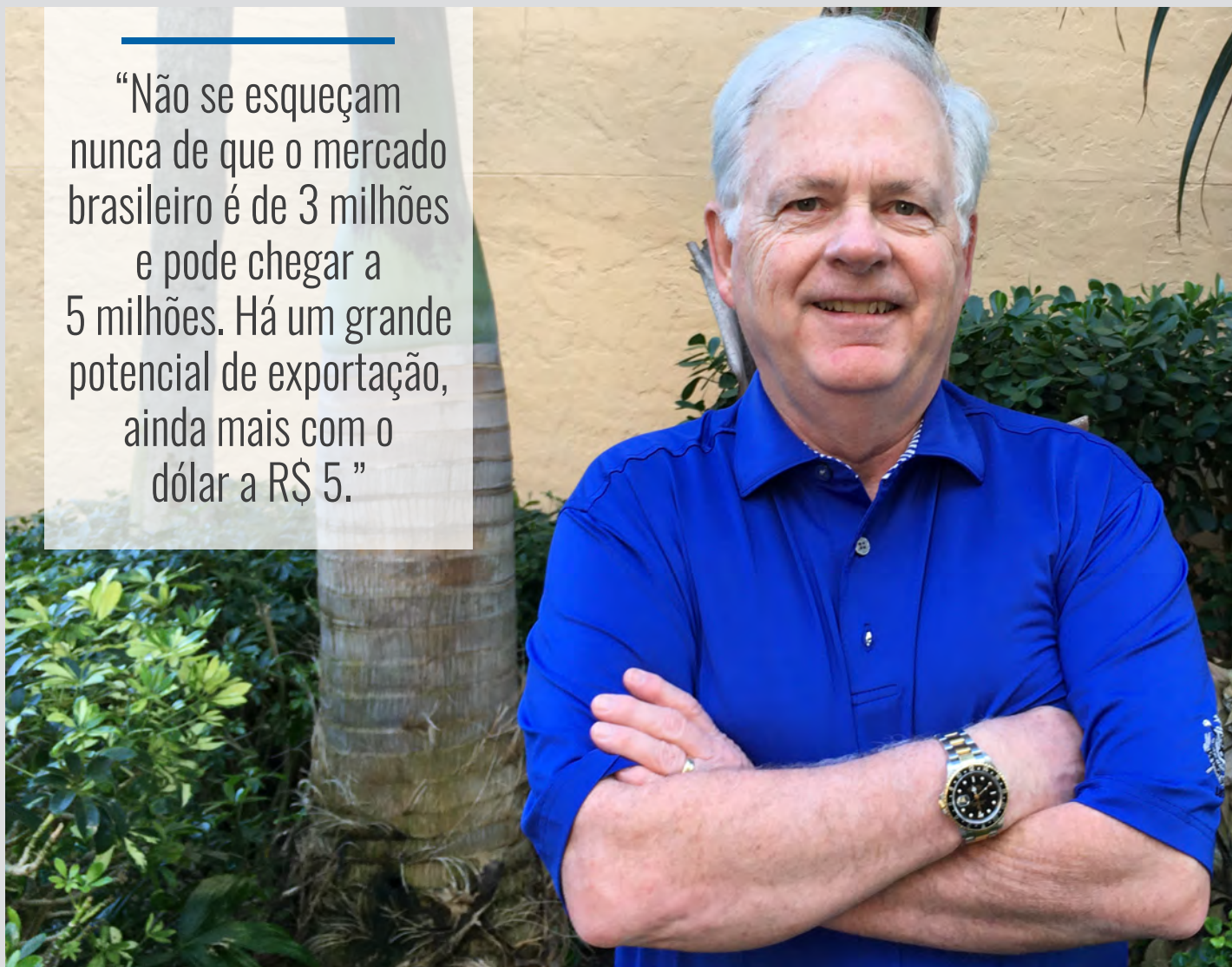
Na terra, na água e no ar, a Honda faz mais do que levar pessoas de um ponto a outro. Nossa missão é conectar você ao que mais importa na sua vida: **os seus sonhos.**



Onde seus sonhos estiverem,
nós estaremos juntos.

HONDA
The Power of Dreams

“Não se esqueçam nunca de que o mercado brasileiro é de 3 milhões e pode chegar a 5 milhões. Há um grande potencial de exportação, ainda mais com o dólar a R\$ 5.”



Ainda não sabemos qual é a coisa certa a se fazer. Por isso a indústria estadunidense enfrentará uma pressão competitiva enorme. Na Europa no ano passado foram vendidos 1 milhão de elétricos e híbridos plug-in, enquanto nos Estados Unidos foram 300 mil. No caso do Brasil a distância é ainda maior. Os elétricos podem fazer sentido na cidade de São Paulo, por exemplo, para ajudar a reduzir a poluição. Há demanda, mas é preciso que o cálculo do custo por quilômetro faça sentido e que exista uma política governamental a respeito. E não há nenhuma. Se existisse, mesmo que apenas para grandes cidades, como é na Califórnia, fabricantes e fornecedores olhariam

para o Brasil de outra forma. O mercado interno brasileiro é suficiente para isso. Vocês vão deixar todos os elétricos serem importados?

Há quem diga que temos problemas mais urgentes do que este...

O Brasil tem problemas, sim, mas também oportunidades. Um dos problemas: não há envolvimento governamental nos elétricos, não há estação de recarga no Brasil que não seja da iniciativa privada. Não se esqueçam nunca, por favor, que o mercado brasileiro é de 3 milhões e pode chegar a 5 milhões. Há um grande potencial de exportação, ainda mais com o dólar a R\$ 5. Essa é a oportunidade.



A GM anunciou recentemente que até 2035 encerrará a produção de veículos a combustão no mundo. O que senhor pensa disso?

A GM tem hoje 34 produtos em oferta nos Estados Unidos, considerando todas as marcas, e não se consegue converter todos esses programas de gasolina para elétrico em cinco anos. Não há como. É muito trabalho, muita engenharia, muita mudança envolvida. Ou seja: é preciso começar antes. Então, se você quer ser 100% zero emissões em 2035, não dá para começar em 2030. Vamos assumir que acreditamos na promessa de Mary Barra e que até 2035 ela não estará aposentada, tomando caipirinhas em alguma praia, e que ninguém dirá "ops, não conseguimos, nos desculpem": para isso o trabalho terá que começar em 2024. Isso leva a uma segunda questão: qual produto será convertido primeiro? Qual será aquele que quando o consumidor chegar à concessionária você dirá "oh, lamento, não fazemos mais esse modelo a gasolina, só elétrico"? Se você fizer isso com o Equinox, por exemplo, o cliente responderá "ah, ok, então vou dar uma olhada na loja da Ford mais ali à frente, obrigado". Não estou falando de modelos de nicho, específicos, estou falando de modelos de volume.

“Qual será o primeiro produto que quando o consumidor chegar à concessionária você dirá ‘oh, lamento, não fazemos mais esse modelo a gasolina, só elétrico’ ”?

E qual seria a resposta?

Dentro desses 34 modelos alguns estão se aproximando de seus ciclos finais de vida, o que ocorrerá por volta de 2023, 2024. E é quando terá que começar a transformação para os elétricos para atingir a meta de 2035. A decisão que a GM precisou tomar, então, foi converter tudo, começando nesta etapa, ou esperar mais para ver o que acontecia com o mercado. Mas você acha que a GM vai começar com a linha de picapes grandes, de onde ela tira sua maior lucratividade?

E o Brasil, como fica nesse cenário?

O Brasil está em uma situação parecida com a do México. Lá eles também estão preocupados: o que faremos, o que venderemos? Vejo uma oportunidade. Pode ocorrer de o México não produzir tantos elétricos se a administração Biden diferenciar incentivos para os modelos produzidos no México e nos Estados Unidos, mas caso isso não ocorra o Brasil poderia se tornar exportador de modelos a gasolina para lá. Mas é preciso planejar.

O que o senhor pensa da decisão da Ford de encerrar a produção no Brasil?

A Ford perdeu a sua competitividade no Brasil muito antes de 2019. O meu entendimento é o de que se você não consegue ser lucrativo em um mercado de 3 milhões de unidades precisa trocar a liderança da empresa. Não há muitos mercados globais com esse tamanho, que oferecem tantas oportunidades.

Mas todos os presidentes de montadoras daqui dizem que não fazem lucro no Brasil, e há vários anos.

Vou contar uma história. No fim dos anos 80, começo dos 90, a GM vendia cerca de 170 mil unidades por ano no Brasil. E perdia dinheiro todo ano. Em 1991 o Rick Wagoner foi nomeado presidente. Era um líder diferente, com outro estilo. Ele me chamou e disse, anotando em um papel: aqui vendemos Chevette, Monza, Opala, D20. Fez um X em todos. "Vamos modernizar a linha inteira, vamos trazer os



“O que vocês querem da indústria brasileira de veículos nos próximos vinte anos? O foco será em elétricos, em combustão, em etanol? O momento de planejar e decidir é agora.”

“Se você não consegue ser lucrativo em um mercado de 3 milhões de unidades precisa trocar a liderança da empresa. Não há muitos mercados globais com esse tamanho e oportunidades.”

carros Opel da Europa e os utilitários Chevrolet dos Estados Unidos. Vamos sair do terceiro lugar para a liderança. Esse é seu trabalho: faça um plano para isso acontecer.” Nós fizemos, e a GM ganhou muito dinheiro nessa época. Não posso dizer quanto, mas foi muito. A partir disso todos os executivos que fariam carreira na GM tinham que passar pelo Brasil, pois havia a operação completa, todas as ferramentas à disposição. Vieram Mark Hogan, Fritz Henderson, e todos se tornaram líderes globais da GM mais tarde. Esse é meu ponto: os líderes fazem muita diferença. Se você não consegue fazer lucro em um mercado de 3 milhões de unidades qual será sua desculpa quando não o fizer em um de 10 milhões, como a Europa? Talvez os líderes não estejam tomando as decisões corretas. Mas, de qualquer forma, para mim o mais importante é que aquele momento dos anos 90, aquela janela em que a liderança empresarial fez mudanças internas e apresentou sugestões, as quais o governo entendeu e acatou, está se repetindo agora. O que vocês querem da indústria brasileira de veículos nos próximos vinte anos? O foco será em elétricos, em combustão, em etanol? O momento de planejar e decidir é agora. ■



Identificamos fortes
tendências e usamos
tecnologias inteligentes



Combustão



Híbrido



Elétrico

Identificando fortes tendências que garantam mobilidade sustentável através de tecnologias inteligentes, é o que estamos fazendo agora mesmo. Todos os dias, nós buscamos inovação tecnológica para oferecer soluções que contribuam para um mundo mais limpo e energeticamente eficiente.

O PRIMEIRO DA FILA



Divulgação/Nissan

Apresentação do novo Nissan Kicks fez outras montadoras anteciparem seus próximos movimentos no segmento

Março testemunhará a chegada à rede do facelift do SUV compacto Kicks, batizado pela Nissan como Novo Kicks. Mas o modelo já causou rebuliço antes mesmo de chegar às lojas: com sua apresentação, no fim de fevereiro, várias fabricantes anteciparam ou reforçaram seus planos de comunicação e marketing para novidades que preparam no mesmo segmento, aparentemente o único de grande interesse no atual momento do mercado brasileiro.

Falando especificamente do Nissan foi mantida a ideia de oferecer quatro versões, mas agora com novos nomes, bem como os preços, mesmo diante do cenário de

pressão de custos que vive a indústria. A iniciativa, porém, é temporária, conforme revelou Tiago Castro, diretor sênior de vendas e marketing: a ação tem mesmo o objetivo de servir como chamariz para os potenciais clientes.

Ficou, então, assim: por ora e em pré-venda especial na loja virtual da Nissan, o modelo de entrada, Sense MT, é ofertado por R\$ 90,4 mil. É seguido por Sense CVT, R\$ 98,4 mil, Advance CVT, R\$ 106,4 mil, e Exclusive CVT, R\$ 116,4 mil, o topo de linha. Além do novo visual há sistema de áudio Bose e tecnologias semiautônomas, oferecidas em pacotes separados. A Nissan adotou também a

tática de comercializar acessórios separadamente, ampliando as opções. O motor segue o mesmo 1,6 litro 16V de até 114 cv.

O Kicks representa muito para a Nissan brasileira. É seu modelo mais vendido, 36,4 mil unidades no ano passado, ou mais da metade dos seus 61 mil emplacamentos totais aqui, é exportado para outros mercados da América Latina e foi, segundo Castro, "desenhado para o consumidor brasileiro com um valor gigantesco para a Nissan. O comprador do Kicks fala do carro aos amigos e atrai novos clientes para a marca".

ROBÔS E AGVS

Para este facelift foram investidos R\$ 100 milhões, inclusive desenvolvimento e alterações na fábrica de Resende, RJ. Ganhou novos equipamentos para auxiliar os cerca de 2 mil funcio-

nários, como um novo molde de estam-
paria, novos robôs e AGVs, os pequenos
carros autopropelidos que conduzem de
kits de peças a plataformas.

Trabalhando em um turno Resende
tem, de acordo com Castro, capacidade
suficiente para atender à demanda progra-
mada para o Kicks: "Projetamos vender 50
mil unidades nos próximos doze meses.

O momento é bom para o segmento,
que está em crescimento".

O cenário crescente deste co-
meço de ano de falta de
matéria-prima e compo-
nentes eletrônicos não
prejudicou a operação
industrial da Nissan bra-
sileira, que lança mão de
várias alternativas para
buscar peças com mais
rapidez: "Acompanhamos
tudo atentamente, diaria-
mente, para que não falte
produto para as conces-
sionárias".

Essa lista de alternati-





vas inclui até um helicóptero, que recebe peças vindas por frete aéreo direto na pista do aeroporto e segue rapidamente para Resende. A solução, ainda que extrema e custosa, foi adotada para que as linhas de produção do Kicks e do V-Drive não fossem interrompidas. O desafio é diário, segundo o presidente Marco Silva: "Temos conseguido manter a produção a todo vapor, em um turno. Mas o problema existe e afeta a toda a indústria".

O caso mais crítico é o de semicondutores, componente eletrônico que já interrompeu linhas de Honda e de General Motors. Silva acrescenta à lista dificuldades dos próprios fornecedores para conseguir matéria-prima, como aço – o que influencia, assim, até as entregas de parafusos e porcas.

"A própria operação logística está prejudicada", confirma o presidente. "Há menos voos e rotas de navios operando, o que limita o transporte, especialmente de peças importadas. As soluções adotadas para contornar esse quadro acabam gerando impacto direto nos custos."

Ele garante, de qualquer forma, que não há perspectiva de paradas em Resende. E nem pode: em que pesem as inúmeras variantes capazes de afetar negativamente o mercado brasileiro de veículos no curto prazo a Nissan mantém, ainda, visão otimista a respeito do desempenho para 2021. Segue a estimativa de crescimento de mais de 20% ante o volume dos doze meses anteriores, medido pelo seu ano fiscal, ou seja, resultado apurado de abril a março.

"No ano fiscal corrente o mercado brasileiro somará algo em torno de 1,9 milhão de unidades. Para 2021 esperamos 2,4 milhões a 2,5 milhões de unidades, com potencial até para um pouco mais além."

Silva confessou, entretanto, que ainda há nebulosidade no horizonte e citou três motivos: o agravamento da pandemia e a consequente adoção de novas medidas de restrição em diversos estados, a falta de disponibilidade de peças em toda a cadeia e a reação do mercado a todas essas variáveis.



Divulgação/Toyota

A ordem na Nissan, de todo modo, é acelerar. No ano passado suas vendas caíram 36,5%, além da média do mercado, 26,6%. A missão do diretor sênior de marketing e vendas é neste ano fazer subir a participação, que foi de 3,1%: "No primeiro mês já ficamos acima dos 3,4%. Vamos trabalhar para manter o crescimento acima da média do mercado".

AÇÃO E REAÇÃO

Há mais um fator a complicar estes planos, não citado por Castro: a concorrência reagiu imediatamente à apresentação do novo Kicks.

A Volkswagen, por exemplo, convocou enxame de jornalistas à sua fábrica de São Bernardo do Campo, no ABCD paulista, para conhecerem pessoalmente, um por vez, com dia e horário marcado e distanciamento social, o novo Taos, que ainda que não seja exatamente um concorrente direto do Kicks, e sim do Jeep Compass, por seu porte maior, é sua nova aposta para os SUVs ao lado de T-Cross e Nivus. Gravação para redes sociais estava liberada, revelando todos os pormenores internos e externos do carro que chega ainda no primeiro semestre, vindo da Argentina.

A Toyota também não perdeu tempo e revelou diversos pormenores de seu novíssimo Corolla Cross, que será produzido em Sorocaba, SP, e exportado para 22 países da América Latina. É um passo

importante no plano de internacionalização da produção brasileira, segundo Masahiro Inoue, CEO para a América Latina e Caribe. O SUV nascerá como o Toyota made in Brazil de maior alcance externo: atualmente o Corolla, produzido em Indaiatuba, SP, é exportado para cinco mercados: Argentina, Colômbia, Paraguai, Peru e Uruguai.

Além de Sorocaba já produzem o Corolla Cross unidades Toyota na Tailândia e em Taiwan. O modelo é destinado a mercados emergentes e terá, no Brasil, seu centro de produção para a América Latina.

O SUV, resultado de investimento de R\$ 1 bilhão anunciado pela Toyota em 2019, é a grande aposta da companhia para 2021: "Será nossa grande estrela", considerou o presidente para o Brasil Rafael Chang. Assim como a versão sedã o Corolla Cross terá opção de motorização híbrida flex, tecnologia ainda exclusiva da Toyota brasileira.

E para não ficar para trás a Fiat usou a audiência do programa Big Brother Brasil, na TV Globo, para confirmar a iminente chegada do SUV do Argo, que identificou apenas pelo nome-código Progetto Fiat 363 e o slogan "Está chegando o Novo SUV da Fiat". O carro não foi mostrado no programa, mas foi anunciado que o vencedor receberá uma unidade do modelo: a atração televisiva está agendada para terminar na primeira semana de maio. ■



Divulgação/Fiat

Todos de facas nos dentes

Quem aproveitará o espaço deixado pela Ford? A resposta é bem mais complexa do que se pode, hoje, calcular.



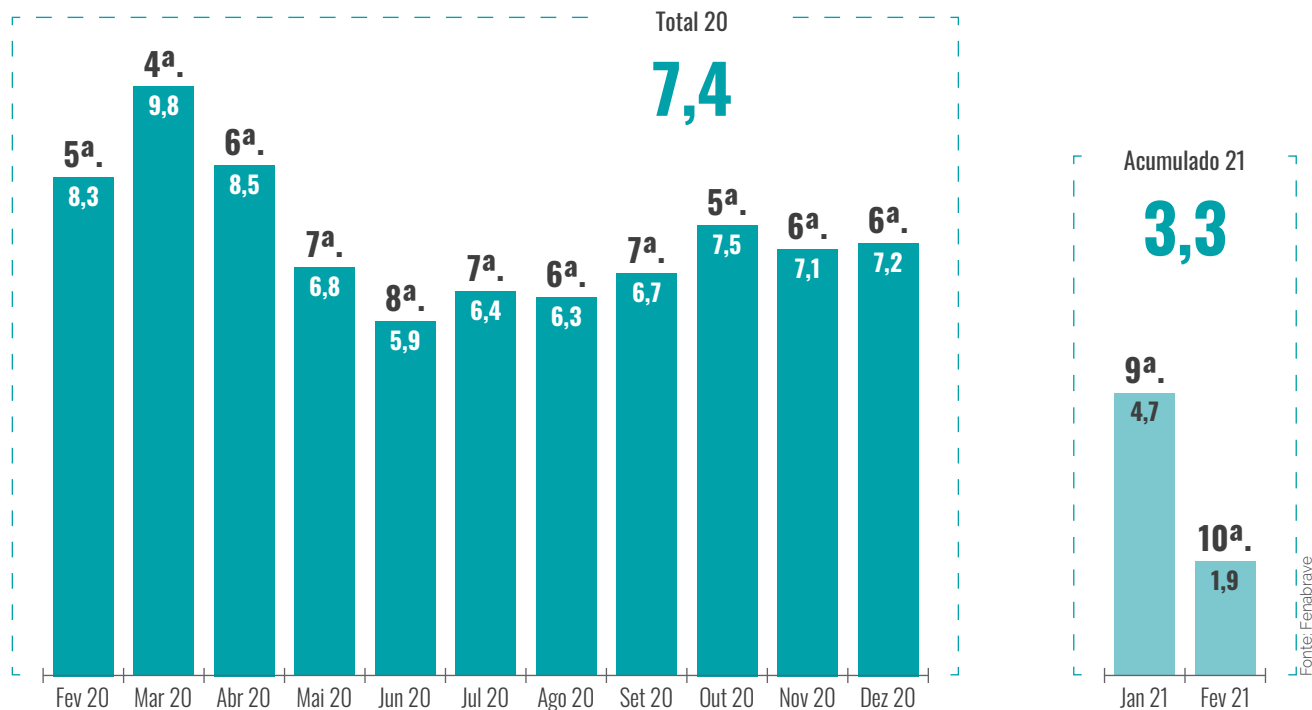
Divulgação/Ford

Quando se trata de projeções, previsões, impressões ou até adivinhações há uma velha máxima a indicar que a dúvida mais importante e mais reveladora é a pergunta que vale US\$ 1 milhão – um jeito elegante e simpático de dizer que ninguém faz a mínima ideia da resposta.

E a pergunta de milhão de dólares no mercado nacional de automóveis hoje é: quem ocupará o espaço deixado pela Ford? Como toda boa pergunta desse valor não se sabe, agora, a resposta. Mas há boas pistas que podem valer, ao menos, algumas dezenas de milhares de dólares pelo caminho.

Participação de mercado: Ford.

Somente automóveis. Em %



QUANTO PARA QUEM

A primeira indicação, naturalmente, é tentar quantificar o tamanho do espaço que será deixado pela Ford antes de buscar quem é que poderia ocupá-lo majoritariamente. Para isso os dados disponíveis até agora são insuficientes ainda que, ao mesmo tempo, e ao menos por enquanto, reveladores.

Fevereiro foi o primeiro mês cheio de vendas da Ford depois do anúncio do encerramento da produção local de veículos, que ocorreu em 11 de janeiro. Ao menos o primeiro terço daquele mês, o primeiro, portanto, ficou livre do impacto. Na prática isso representou apenas uma semana de vendas, porque o primeiro dia útil do mês, e do ano, foi a segunda-feira, 4, e o anúncio ocorreu na segunda-feira da semana seguinte. Claro que existiam negócios já fechados e ainda não registrados no Detran, então pode-se considerar, na média, que foi mesmo a segunda metade do mês – geralmente

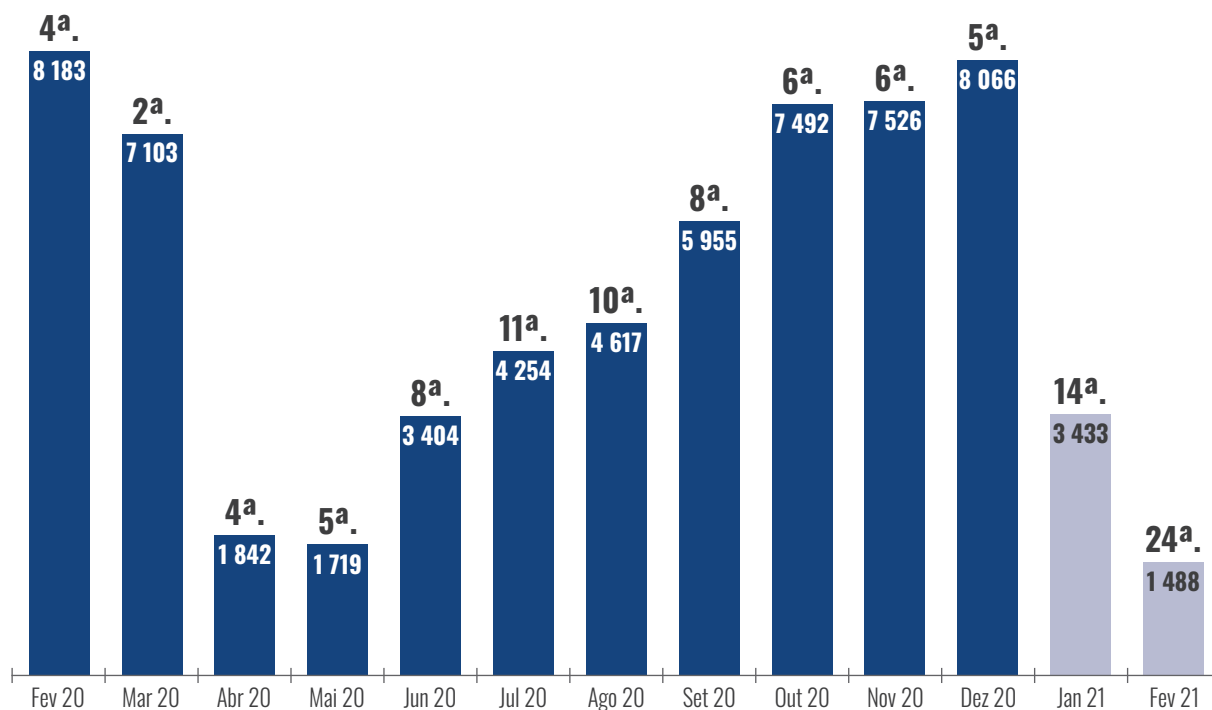
a mais forte – que teve seus resultados afetados diretamente pela notícia.

Já fevereiro contava desde o primeiro dia com o fato já sabido, concreto e até, digamos, digerido. E o resultado foi impressionante. A participação de mercado Ford simplesmente derreteu no mês e chegou a um patamar nunca visto em sua rica história de mais de 100 anos no País: fatia de apenas 1,9%, com meros 2,4 mil automóveis licenciados ao todo durante o mês inteiro – excluindo-se os comerciais leves, no caso a picape Ranger. Com isso a fabricante retrocedeu para a décima posição do ranking, atrás de, pela ordem, Volkswagen, Chevrolet, Fiat, Hyundai, Jeep, Renault, Toyota, Honda e Nissan. Só foi melhor, igualmente pela ordem, do décimo-primeiro em diante, do que Caoa Chery, Peugeot, BMW, Citroën e Audi, formando os quinze primeiros.

Sim, é preciso considerar que desde o anúncio a produção de automóveis Ford em Camaçari, BA, ficou paralisada, sen-

Ford Ka: vendas.

Em unidades



Fonte: Fenabrave

do que o retorno às atividades ocorreu somente na última semana de fevereiro (veja mais na pág. 28). Ou seja: durante o mês de fevereiro inteiro as concessionárias só puderam contar com o que tinham anteriormente em seus estoques e alguma eventual sobra na fábrica, de antes da interrupção. E segundo dados da Anfavea os estoques médios ao fim de janeiro, considerando toda a indústria, eram baixos, equivalentes a dois dias de venda nos pátios das fábricas e de dezesseis dias nos da rede.

Ou seja: mesmo que houvesse uma fila de compradores nas concessionárias Ford – o que certamente não foi o caso – em busca de seus modelos ainda disponíveis, provavelmente oferecidos com descontos tentadores, não haveria produto para entregar. Isso explica uma parte do forte tombo da marca em fevereiro, mas o fato não justifica, sozinho, tamanha redução: em 2020 a Ford fechou o ano com 7,3% de participação nos automóveis,

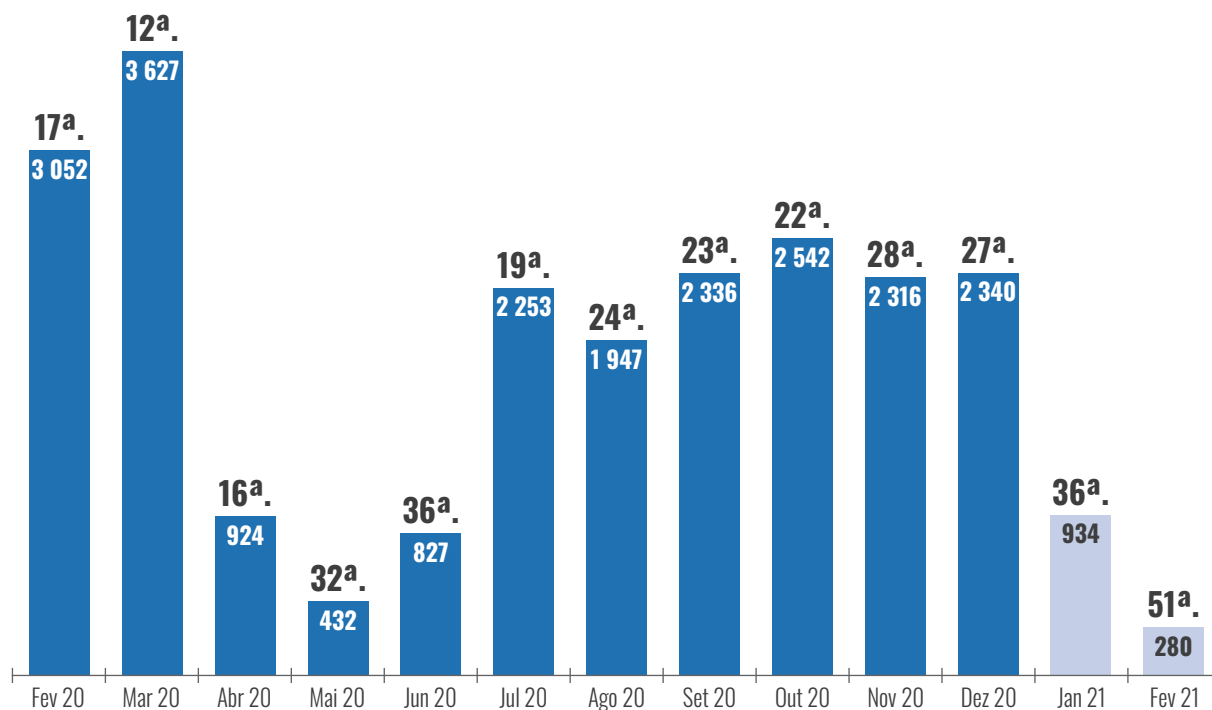
sexta colocada atrás de Chevrolet, 19%, Volkswagen, 17,7%, Fiat, 10,3%, Hyundai, 10,1%, e Renault, 7,4%.

O maior responsável pela queda abrupta foi mesmo o efeito negativo do anúncio do fim da produção nacional Ford, que reverberou na ponta final do mercado como sendo a saída total e completa da empresa do País, o que não é o caso, já que ela permanecerá por aqui exclusivamente com importados. Corroborando essa realidade o número da participação de mercado da Ford em janeiro, que já descera a 4,7%, ou 2,6 pontos percentuais a menos ante o fechamento de 2020 e 2,5 pp abaixo de dezembro.

Independente de qualquer cenário externo ou, neste caso, interno, o fato real e concreto é que o fim da produção nacional atingiu em cheio justamente os três modelos Ford mais vendidos no Brasil: Ka, Ka Sedan e Ecosport. O Ka, em todo o ano passado, se viu apenas em um mês fora da lista dos dez mais vendidos,

Ford Ka Sedan: vendas.

Em unidades



Fonte: Fenabrave

o que compensou com um belo segundo lugar no pódio em março, ainda que ali já vivendo os primeiros reflexos da pandemia de Covid-19. No geral foi o quinto modelo mais comercializado no País no ano, com 67,5 mil unidades licenciadas segundo a Fenabrave.

Em janeiro, porém, caiu para o décimo-quarto posto, ainda que em dezembro do ano passado, isoladamente, tenha mantido a quinta posição. E em fevereiro desceu ainda mais, para vigésimo-quarto. Saldo do bimestre: apenas 5 mil unidades vendidas.

O Ka Sedan foi o segundo modelo mais vendido da Ford no Brasil no ano passado e vigésimo no geral, com 25,7 mil unidades. Em dezembro já estava perdendo participação: ficou na décima-oitava posição do ranking. Em janeiro a situação se agravou para o trigésimo-sexto lugar e em fevereiro chegou a um deprimente quinquagésimo-primeiro. Na soma dos dois primeiros meses de 2021, 1,2 mil emplacamentos.

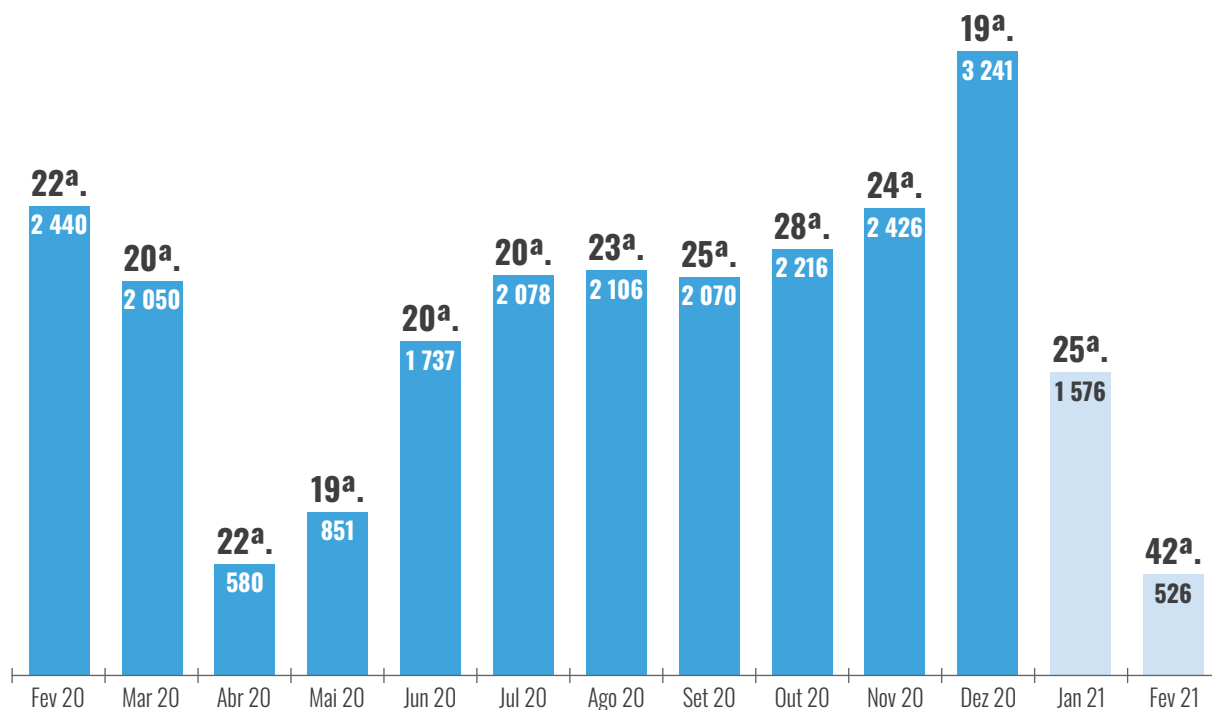
O Ecosport fechou o pódio particular da Ford Brasil no ano passado, o que representou o vigésimo-segundo posto no geral, 24 mil unidades. Em dezembro foi até melhor que a média, em décimo-nono, mas baixou a vigésimo-quinto em janeiro e a quadragésimo-segundo no mês passado. No saldo da soma de janeiro e fevereiro, vendeu só 2,1 mil.

O que mais impressiona, porém – em que pese fevereiro ser o mês mais curto do ano –, é que no último mês as vendas dos três modelos foram menores até mesmo do que em abril e maio do ano passado, quando a grande maioria das concessionárias no País, de todas as marcas, estava fechada devido à pandemia. São números, assim, verdadeiramente perturbadores.

Na média do primeiro bimestre a participação de mercado da Ford foi de 3,3%, também a décima posição. Considerando que a linha de automóveis ficará restrita a Territory, Edge e Mustang Black Shadow,

Ford Ecosport: vendas.

Em unidades



Fonte: Fenabrave

aos quais se somarão ao longo do ano os já anunciados Bronco e Mustang Mach 1, além do fato de que Camaçari trabalhará por mais pelo menos noventa dias, é razoável estimar que a fatia da Ford ao fim de 2021 deverá gravitar ao redor deste índice, ou seja, algo como 3%, possivelmente um pouco menos, talvez quem sabe até um pouco mais, mas nada extremamente fora disso. Ante os 7,3% do ano passado sobriam para a concorrência, assim, algo de 4 a 5 pp de mercado em disputa. Mas o quadro é ainda mais complexo do que simplesmente dividir essa fatia.

NA TEORIA E NA PRÁTICA

Em um raciocínio meramente simplista, naturalmente se beneficiariam as montadoras que têm produtos nas mesmas faixas de mercado de Ka, Ka Sedan e Ecosport. Aqui poderíamos citar, por exemplo, a Chevrolet com seus Onix, Onix Plus e Tracker, produtos ainda bastante atuais, bem como a Nissan, que acaba de

lançar o novo Kicks (veja na pág. 18), que receberia de braços abertos os clientes do Ecosport, bem como o igualmente novo Versa, que atenderia aos órfãos de Ka Sedan tanto com o modelo atualizado quanto com o anterior que seguiu em linha rebatizado V-Drive, mais barato.

Ocorre, porém, que o fim destes três produtos coincide com uma mudança muito profunda na oferta de mercado como um todo. Não se trata de outras montadoras aproveitarem os clientes do Ka, o campeão de vendas da Ford, com seus respectivos produtos, e que cada uma se vire com a melhor condição de negócio possível e pronto. Isso porque esta faixa de mercado está claramente em baixa: oficialmente o Ka já ganhou a companhia do Toyota Etios no obituário dos compactos no mercado interno e a eles se seguirá, em breve, o Fiat Uno. Os VW Up! e Fox, por seu lado, não veem caminho melhor à frente.

As opções disponíveis aos que seriam

futuros clientes do Ka, assim, estarão mais restritas. E então não será de se estranhar, portanto, que este cliente por um lado migre para um segmento superior ou também, por outro, para o inferior, em direção aos subcompactos Renault Kwid ou Fiat Mobi, se a questão for meramente financeira. E neste caso ele poderá optar ainda por buscar o que mais lhe convier também no mercado de seminovos.

Já o caso do Ecosport é inversamente proporcional: a oferta é violenta e a briga por este cliente é feroz, fazendo prever a sobra de um pedaço muito pequeno para cada interessado daquilo que a Ford deixar sobre a mesa. Além do já citado Kicks uma larga série de novidades para este segmento desponta no horizonte, como o Corolla Cross, o VW Taos, o novo Caoa Chery Tiggo 2, o SUV baseado no Fiat Argo, o Renegade Turbo e o novo Hyundai Creta, que ainda terão de brigar



Divulgação/Fiat



Divulgação/Toyota

com os já estabelecidos T-Cross, Nivus, Tracker e companhia.

A este cenário um tanto diverso ainda se somam outros importantes fatores, como para qual ou quais lados sairão os concessionários que deixarão de ser Ford, a escalada dos preços no varejo, a capacidade produtiva e/ou interrupções fabris por falta de componentes em cada montadora, o próprio cenário de agravamento da pandemia, que tende a novamente fechar concessionárias pelo País, os vários níveis de investimento em publicidade e tantos outros, para não citar a condição econômica geral brasileira.

Por enquanto só estão todos com suas facas em punho esperando o bolo ser servido. Quem ficará com o maior naco? Bem, a resposta a essa pergunta pode valer muito mais do que aquele milhão: estimativas relativamente antigas avaliavam que cada ponto porcentual do mercado brasileiro valeria mais de US\$ 1 bilhão...



EFEITO COLATERAL



Aos fornecedores instalados na Ford Camaçari parece não restar alternativa fora indenização e fechamento. Mas quem compensará os funcionários?

Quando a Ford desenhou o que seria sua nova fábrica de Camaçari, BA, ex-Guaíba, RS, no comecinho dos anos 2000, já partiu desde o princípio com o propósito de dividir a produção com seus fornecedores dentro da planta. E assim foi feito: a convite da Ford, segundo documentos da época da inauguração, mais de vinte empresas investiram para instalar unidades dentro do complexo. Enquanto a Ford gastou US\$ 1,2 bilhão na fábrica, os denominados parceiros colaboraram com mais US\$ 700 milhões.

Foi a primeira experiência deste tipo em uma fábrica da Ford em todo o mundo.

Nos primeiros meses de funcionamento da fábrica lá estavam, instaladas, Alliance, Arvin Exhaust, Arteb, Autometal, Benteler, BSB, Borlem, Colauto, DDOC, Dow, Renner Dupont, Ferrolene, Invensys, Kautex, Kru-pp, Lear, Mapri, Metagal, Petzer, Pilkington, Pirelli, Saargummi, SAS, Siemens, Sodecia, TWE, Valeo e Visteon. Ao longo de vinte anos, naturalmente, algumas chegaram e outras saíram, além dos movimentos de



Divulgação/Ford

vendas, fusões e aquisições de empresas e de operações internas.

Hoje dentro do complexo estão instaladas, de acordo com o Sindicato dos Metalúrgicos de Camaçari, só dez fornecedores: Acument, Autometal, Benteler, Faurecia, Ferrolene, Flex, Moura, Sodecia, TPC e Yazaki. A eles, mas do lado de fora, se somam Magna, em duas operações, SIAN e Tenneco.

A ideia de levar os fornecedores para dentro da fábrica era prover os modelos Ford made in Camaçari com alto conteúdo local e, mais especificamente, alto conteúdo baiano. O que efetivamente ocorreu: segundo dados do Investe Bahia, braço da secretaria de desenvolvimento econômico estadual, de 2019, na média os Ka, Ka Sedan e Ecosport ali produzidos carregavam 95% de conteúdo nacional, sendo 76% fornecidos pelas parceiras dentro do complexo.

Também de acordo com o Investe Bahia, ao todo, somando as sistemistas, o complexo de Camaçari empregava aproximadamente 7,7 mil pessoas diretamente, sendo responsável por mais 77 mil empregos indiretos. Para o presidente do presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Camaçari, Júlio Bonfim, são 12 mil diretos e 60 mil indiretos.

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico, durante reunião com vereadores de Camaçari, em janeiro, afirmou que são 7 mil funcionários diretos ao todo, sendo que 2,8 mil contratados dos fornecedores. O total de empregos indiretos, nos cálculos da SDE BA, vai de 75 mil a 80 mil.

Essas empresas sistemistas parceiras da Ford na montagem em Camaçari, naturalmente, foram impactadas em sua totalidade e em 100% das operações com a decisão da montadora de fechar a planta, já que forneciam, mesmo que em estruturas menores do que as de uma fábrica convencional, exclusivamente para a operação. Elas serão indenizadas pela Ford, em termos ainda desconhecidos publicamente.

Existe no Estado expectativa de encontrar alguma fabricante que se interesse

pela área e pela estrutura já pronta, aproveitando ainda o fato do complexo estar junto ao Polo Petroquímico de Camaçari. "A Ford fechou mas vamos abrir novas 'Fords' em Camaçari", disse durante a reunião João Leão, secretário de Desenvolvimento Econômico e também vice-governador do Estado, acrescentando ser iminente a assinatura de protocolo de intenções para instalação de mais uma empresa no Polo, geradora de 1 mil empregos na soma de diretos e indiretos com investimento de R\$ 1 bilhão.

Ainda segundo Leão a SDE fechou 2020 com 92 protocolos de intenções assinados, que somariam investimentos de R\$ 34 bilhões e 7,6 mil empregos diretos – isso considerando o Estado inteiro: "Temos também 412 empreendimentos em fase de estabelecimento com previsão de investimento de R\$ 68,5 bilhões e geração de 52,4 mil vagas de empregos diretos".

Depois da saída da Ford duas empresas anunciaram investimento no Polo Petroquímico: a Valfilm Nordeste, produtora de filmes plásticos flexíveis, para expandir unidade já existente, e a Titânio América, mais conhecida como Tiasa, que produzirá ali dióxido de titânio em nova planta a partir do fim do ano que vem. Disse Leão que, "com a saída da Ford, nós precisamos abraçar todas as empresas do Polo Petroquímico, de todos os setores industriais, porque nós temos que renovar os empregos da montadora que estamos prestes a perder".

90 DIAS DE TRÉGUA

Na segunda quinzena de fevereiro, após reunião, Ford e sindicato definiram retorno às atividades dos trabalhadores contratados pelos fornecedores instalados no complexo, o que ocorreu na segunda-feira, 22, o mesmo dia da volta também dos funcionários Ford, em total de 740.

Mas são poucos e apenas os das empresas que aderirem ao acordo intermediado pelo TRT, Tribunal Regional do Trabalho, da região: exclusivamente para os funcionários dos fornecedores foi definido cronograma de retorno de 340 trabalha-

dores imediatamente, 327 em março, 189 em abril e 31 em maio. Trabalhadores no grupo de risco para covid-19 ficam automaticamente de fora da lista.

Para os seus próprios funcionários a Ford se comprometeu a pagar os salários enquanto as rodadas de negociação seguirem, estejam eles nas linhas ou em casa. Os salários dos dias parados também serão honrados.

O sindicato cobra ainda o fato de a Ford "ter assinado em março de 2020 um acordo em que garantia estabilidade coletiva do emprego por quatro anos, o que é incompatível com a decisão de fechar a fábrica em Camaçari".

Até maio haverá negociações envolvendo as indenizações aos funcionários, no que Bonfim considerou uma "trégua". Mas segundo ele Magna, SIAN e Tenneco

já haviam, nesta altura, encerrado as operações e demitido todos os trabalhadores, em total de 1,2 mil pessoas: "Queremos que a Ford assuma a responsabilidade também por estes funcionários, a partir do momento em que foi ela a encerrar as atividades. Eles também têm que entrar nas discussões".

Ele propõe que os funcionários dos fornecedores recebam rescisão complementar, bancada pela Ford, além da que já receberam das próprias empresas.

É um efeito colateral do sistema de trazer os fornecedores para dentro da fábrica que certamente ninguém, naquele hoje longínquo início dos 2000, imaginou que pudesse se manifestar hoje, vinte anos depois.

Agora resta, apenas, a mesa de negociações. ■



Divulgação/SMC



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

Pandemia derruba produção global em

17%

América do Sul perdeu participação no cenário mundial em 2020, e perspectiva à frente não parece indicar recuperação rápida dos índices

O mundo produziu exatos 61 milhões 356 mil 408 automóveis em 2020, o que significou queda de 17% ante os 73 milhões 811 mil 205 de 2019 – em números absolutos, portanto, foram 12,4 milhões de carros a menos a deixar as linhas de montagem espalhadas por aí.

Os números constam de relatório divulgado pela ACEA, a associação europeia das fabricantes de veículos, no começo de março. Para a entidade, naturalmente, a culpada pela significativa retração foi a pandemia da covid-19.

Mas a redução, de qualquer forma, foi menos drástica do que se poderia imaginar. Segundo o estudo da ACEA na China, que manteve com tranquilidade o posto de maior fabricante mundial, "a economia continuou a melhorar durante o último trimestre de 2020, levando a uma recuperação na produção de automóveis de passageiros: embora tenha permanecido em índice negativo, a queda em

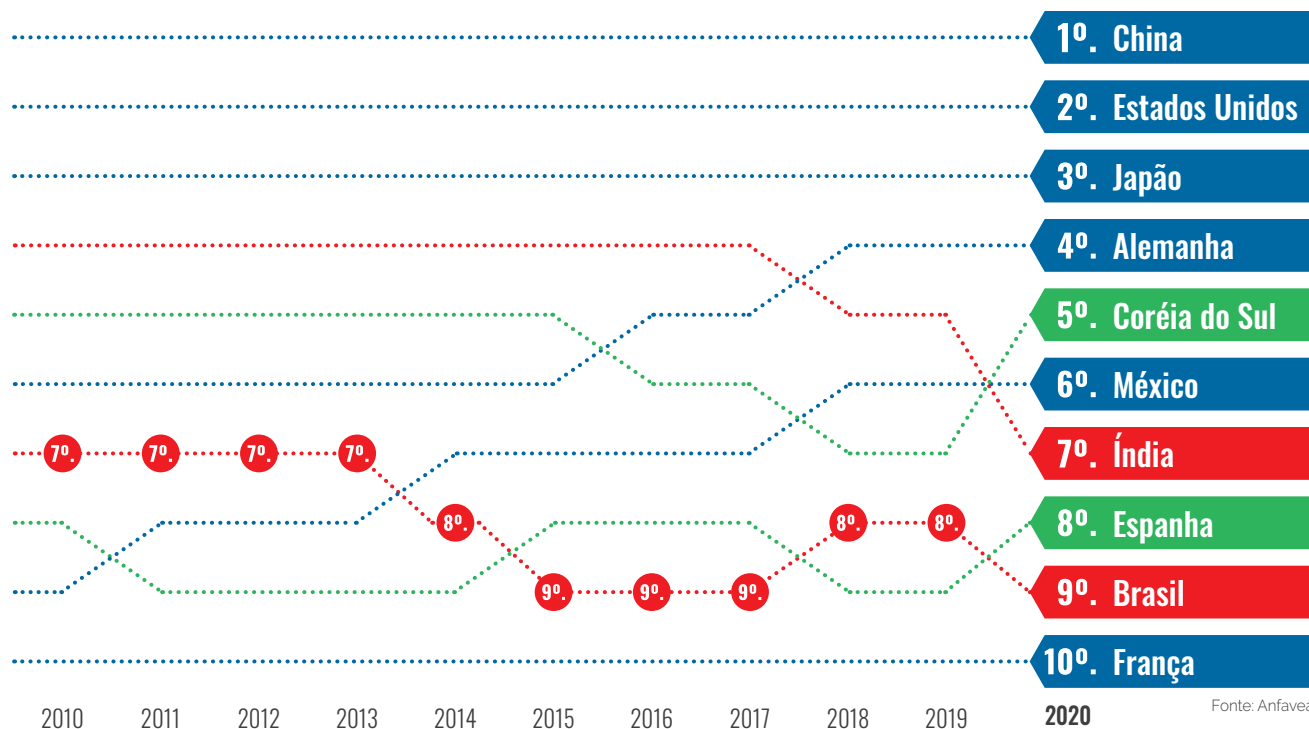
comparação com 2019 reduziu-se de 19% no acumulado até setembro para 6,4% no fechamento do ano". Foram mais de 19,3 milhões de automóveis produzidos na China em 2020, ou 31,5% da produção mundial.

Bem, e o Brasil? Segundo estudo da Anfavea apresentado em janeiro, com base em dados preliminares, o País em 2020 caiu para a nona posição no ranking dos maiores produtores mundiais, perdendo o oitavo posto para a Espanha. A melhor posição do Brasil nos últimos dez anos foi o sétimo lugar de 2010 a 2013, hoje ocupado pela Índia. O Brasil retorna, assim, à penúltima posição do top-10, na qual já esteve de 2015 a 2017.

Para a ACEA, porém, o Brasil continua na oitava posição. Ocorre que a metodologia da associação é diferente: ela agrupa todos os países da União Europeia em apenas um, o que não é o caso da Anfavea. Para a ACEA a ordem do Top 10

Maiores produtores mundiais de veículos leves por país/Ranking

Em unidades



de 2020 foi China, União Europeia, Japão, Estados Unidos, Coreia do Sul, Índia, México, Brasil, Canadá e Rússia.

Independente de metodologias observa-se que a região da América do Sul perdeu relevância no volume global no ano passado.

Registrou seu melhor índice dos últimos anos em 2009, com 6% de participação e 3,9 milhões de unidades. Em 2014, apesar de ter alcançado os 4 milhões, viu a participação descer a 4%, índice repetido em 2019, ainda que em redução em volume para 3,4 milhões.

A encrença é que em 2020 a região respondeu por somente 2,9% da produção mundial – redução portanto de mais de 1 ponto porcentual de um ano para outro –, em 1,7 milhão de unidades, sendo que o Brasil, sozinho, foi responsável por 2,6%, com 1,6 milhão, sempre de acordo com a ACEA.

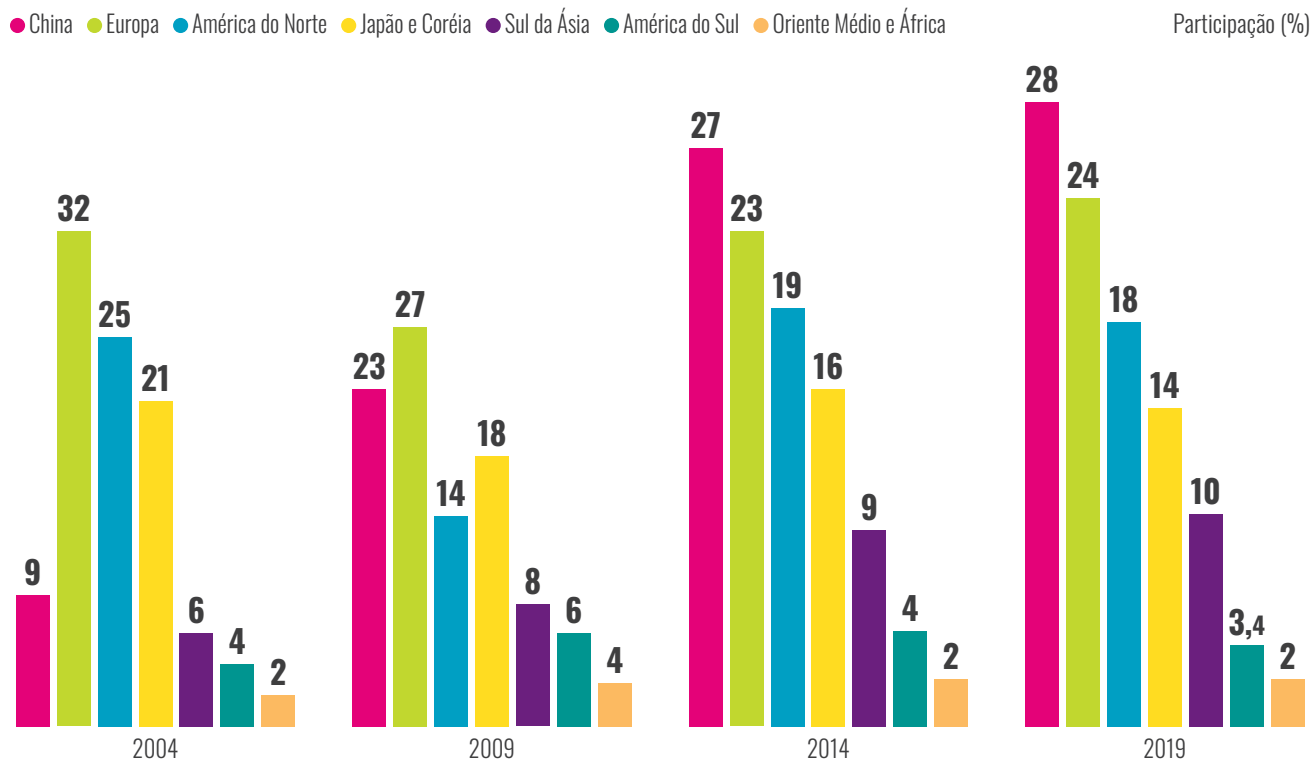
E o quadro em 2021 tende a se com-

plicar ainda mais com os recentes anúncios de fechamento de fábricas na região, como da Honda na Argentina e de Ford e Mercedes-Benz no Brasil, além do agravamento da crise da covid-19 no País, que, para dizer o mínimo, forçará o fechamento de concessionárias por mais alguns períodos.

Para Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, "pior do que os resultados negativos foi ver novamente as cargas do Custo Brasil expostas em curto período. E dessa vez elas estão fazendo estragos na economia como um todo, inclusive em nosso setor. O anúncio do fechamento de quatro das nossas fábricas na virada do ano, contando uma que já tinha sido fechada em 2019, fez um sinal de alerta se acender sobre toda a cadeia automotiva".

Ele conclui considerando que "nosso mercado interno tem grande potencial de crescimento, apresentando uma das

Maiores produtores mundiais de veículos leves por regiões



menores relações de motorização per capita no mundo. E temos todas as condições de ser um polo exportador de veículos de alta tecnologia, não só para nossos vizinhos mas para diversos mercados globais. Para isso precisamos de mais acordos comerciais, menos entraves às exportações e, insisto, de um ataque frontal ao Custo Brasil. O Brasil precisa ser mais ambicioso: temos de romper as amarras históricas que prejudicam nosso potencial. E temos pressa, pois já estamos atrasados em demasia”.

Quem avançou na participação global nos últimos anos, é claro, foi a China, que tinha só 9% de fatia em 2004 e teve 28% em 2019. A Europa, considerando países da União Europeia e mais Rússia, Reino Unido, Turquia e outros, também perdeu terreno: em 2020 ficou com 23%, sendo que em 2019 tinha 24% e em 2004 32%. Idem para América do Norte, que fechou o ano passado com 15,8% e 2019 com 18%. Em 2004? 25%.

As projeções da Anfavea, divulgadas em janeiro, apontam recuperação dos índices nacionais, com avanço de 25% na produção brasileira neste ano, para quase 2,4 milhões de veículos leves, graças a alta prevista de 15% no mercado interno e de 8% nas exportações – em março a associação manteve esses números.

No acumulado do primeiro bimestre de 2021, porém, a produção nacional de leves ficou relativamente estável, em redução de 0,6% ante o mesmo período de 2020, com 373 mil unidades.

E a Argentina não conseguiu ajudar, pois fechou o mesmo período em retração de 1,5%: produziu na soma deste janeiro e fevereiro só 46 mil veículos leves.

Ambos mercados precisarão alcançar índices positivos o quanto antes se não quiserem ver a participação global da América do Sul cair ainda mais em 2021 – estatisticamente, pelo menos, deve ajudar a base reduzidíssima dos próximos três meses.

COMPRAS AUTOMOTIVAS

"Novo Normal"

EVENTO
ONLINE
17 e 18 de maio

Montadoras, sistemistas, fabricantes de matérias-primas, entidades de classe e consultores farão parte do grupo de líderes do setor convidados para falar sobre estes e outros importantes temas no Seminário Compras Automotivas, as oportunidades de nacionalização e a política de compras no "novo normal".

A relação comercial de fornecedores e montadoras será cuidadosamente repensada a partir de agora. Outros atores entraram em cena no mundo pandêmico e passarão a influenciar a forma como são feitos os negócios não apenas no setor automotivo, mas em todas as cadeias produtivas.

A regionalização como alternativa à quebra da cadeia de abastecimento durante um novo lockdown global é apenas uma das oportunidades para os tomadores de decisões na área de compras de montadoras e das outras empresas do setor automotivo. A redução de custos logísticos fixados em dólar, o próprio câmbio, desfavorável para as importações de componentes são citados como oportunidades para este momento não apenas no Brasil, mas também no Mercosul.

Como vão se comportar as compras automotivas este ano? Qual desses caminhos pode apresentar melhores resultados? Os fornecedores estão preparados para atender às novas necessidades em termos de tecnologia e custos? Existe ambiente e segurança para investir em produtividade e modernização no Brasil? Como conviver com preços internacionais de matérias-primas?

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

AUTODATA
Seminários

Como se uma pandemia já não bastasse

Covid-19 pode ser responsabilizada por redução nos quadros, mas o que preocupa mesmo é o fechamento de fábricas

De fevereiro de 2020 a fevereiro de 2021 o setor automotivo brasileiro perdeu 2,6 mil empregos diretos. A redução, em termos percentuais, foi de 2,4%.

Pode-se dizer que em termos de enxugamento de quadros o cenário nem foi tão ruim, dados os índices de retração bem maiores em produção, vendas, exportações e no PIB do ano passado. Para isso as medidas de manutenção do emprego colocadas em prática tais como suspensão do contrato de trabalho, redução de jornada e salários e outros assemelhados certamente foram fundamentais.

Parte do resultado se deve ainda a janeiro e fevereiro de 2021, que recuperaram um pouco os cortes registrados mensalmente, ainda que usualmente abaixo de 1%, ao longo de 2020. De dezembro para janeiro o aumento foi de 2% e de janeiro para fevereiro mais 1%.

O perfil das vagas preenchidas, porém, é diferente, observa Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea: "Boa parte veio da área de pesados, que está aumentando o volume de produção. É uma notícia boa apesar da situação, que ainda requer cuidados. Parte destes empregos são temporários, porque não temos visão clara de como ficará o mercado daqui para a frente".

E é preciso observar que a redução nos quadros do setor automotivo não é exclusividade da pandemia. O enxugamento vem

pelo menos desde 2018, quando o total empregado pelas fabricantes de autoveículos, também em fevereiro, era de 111,8 mil: no mês passado o número foi de 104,7 mil, ou seja, uma preocupante redução de mais de 7 mil postos de trabalho em apenas três anos.

Há dez anos, 2011, eram 124,7 mil. Há vinte, 2001, bem menos: 84,8 mil. O melhor índice histórico é de 2013, época de recordes de produção e vendas, com 135,3 mil empregos diretos gerados nas montadoras.

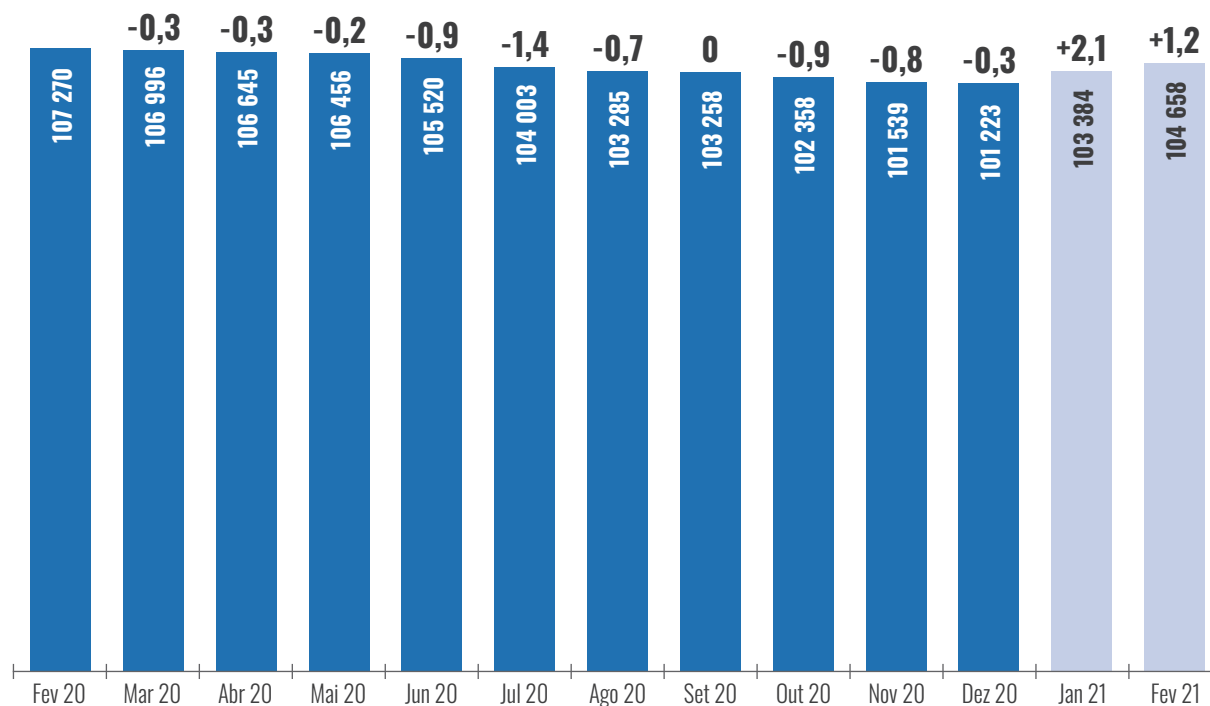
O que traz a maior preocupação, porém, para o total de empregos, não é a pandemia em si mas sim o fechamento de fábricas. Em 2019, quando a Ford fechou a unidade do Taboão, em São Bernardo do Campo, foram dispensados cerca de



Divulgação/SMABC

Nível de empregos no setor automotivo

Em unidades



Fabricantes de automóveis. Fonte: Anfavea

2 mil funcionários, ainda que a maioria tenha aderido a PDV, Programa de Demissão Voluntária, negociado pela Ford e Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. Em dezembro, com o encerramento da produção de automóveis Mercedes-Benz em Iracemápolis, SP, mais trezentos.

E agora, com o fim definitivo da produção da Ford no Brasil, podem se somar de 5 mil a 7 mil demissões, ou até mais – o número de funcionários envolvidos não é preciso e varia de fonte para fonte. Apenas essa iniciativa, portanto, representaria algo como de duas a três vezes o número de empregos perdidos no último ano.

Para Rafael Marques, presidente do Instituto Trabalho, Indústria e Desenvolvimento, ex-presidente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, mandato 2012 a 2017, e ele mesmo ex-funcionário da Ford Taubão, "o caso Ford pode nos trazer uma oportunidade de debater profundamente a desindustrialização no Brasil", afirmou em artigo publicado na edição de março

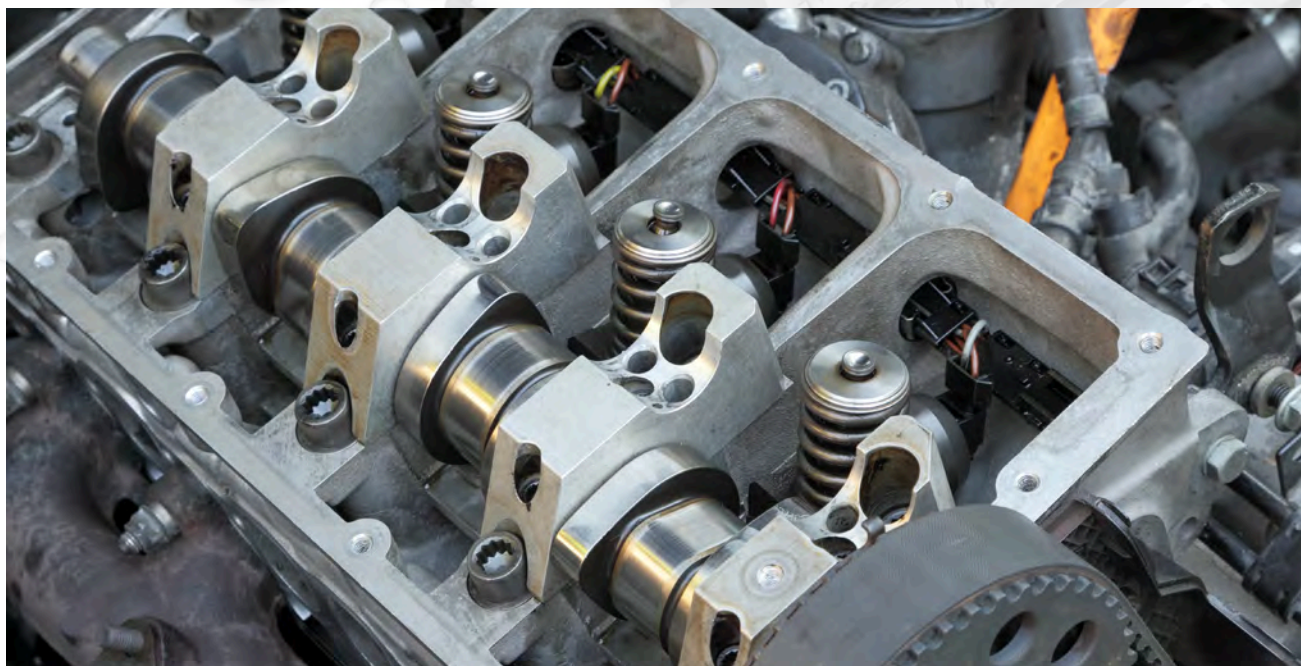
da Carta de Conjuntura da USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul.

No caso específico da montadora ele cita exemplo de uma unidade fechada na França: "A Ford teve que indenizar todos os trabalhadores, dialogar com a região onde estava instalada, devolver todo o incentivo fiscal e ainda negociar com o Estado o futuro do parque industrial. O acordo de revitalização e reindustrialização da comunidade francesa prevê investimentos de € 18 milhões pela montadora, com € 4 milhões para a reindustrialização e o restante para apoio ao desenvolvimento econômico local e geração de 1,5 mil empregos até 2024, 16% a mais do que os postos de trabalho perdidos".

Ele acrescenta que "os novos empregos da Indústria 4.0, da Inteligência Artificial, existirão. Estudos do Senai mostram que é possível compensar com empregos tecnológicos o que eventualmente se perdeu com a automação, mas para isso a indústria tem que estar no Brasil". ■

Façam suas apostas, senhores

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



@iStockphoto.com/anasinin

O segundo capítulo da série especial *Façam suas apostas, Senhores* apresenta entrevistas com executivos das empresas fabricantes de motores instaladas no País. Eles apresentaram uma trajetória clara para o transporte e o trabalho das mais diversas operações com veículos pesados nos próximos anos.

Errou quem apostou tudo em motores elétricos. A vocação e a disponibilidade, no Brasil e na América do Sul, de diversas fontes alternativas mais limpas está na agenda dos fabricantes. A visão unânime

de que biometano e GNV, principalmente, podem atender de forma competitiva não só as exigências para reduzir emissões mas, também, a complexa equação do operador desses veículos e equipamentos coloca um futuro promissor diante das restrições aos combustíveis fósseis.

Confira nas respostas de José Eduardo Luzzi, presidente e CEO da MWM Motores Diesel, Luís Pasquotto, presidente da Cummins Brasil e vice-presidente da Cummins Inc., e Marco Rangel, presidente da FPT Industrial para a América do Sul.

AUTODATA

1
ANO 1
OUT/92

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA
2

O ACORDO DE BRÁSILIA 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 PRODUIR 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)



Luciano Falconi

José Eduardo Luzzi



Divulgação/Cummins

Luís Pasquotto



Divulgação/FTP

Marco Rangel

O mundo está exigindo hoje uma alternativa urgente aos combustíveis fósseis para preservar o seu futuro. Sua empresa é uma fabricante de motores diesel. Como o senhor vê este futuro e como sua empresa está se preparando para ele?

José Eduardo Luzzi: Primeiramente, muito antes de extinguir o uso de combustíveis fósseis existem outras ações que podem colaborar para um meio ambiente mais saudável em um espaço de tempo muito mais curto, sem causar impacto sobre as questões de infraestrutura e estabilidade econômica, principalmente em países da América Latina, que dependem tanto do transporte comercial rodoviário a diesel. A MWM tem investido sempre para estar em linha com os programas de emissões veiculares em todos os mercados em que atua, oferecendo soluções cada vez mais limpas e eficientes em combustão a diesel, tanto para os veículos rodoviários, como o Euro 6 e o Proconve P8, como o MAR-I e Tier 3 para as máquinas agrícolas e de construção. Além disso seus motores prezam sempre pelo baixo consumo de

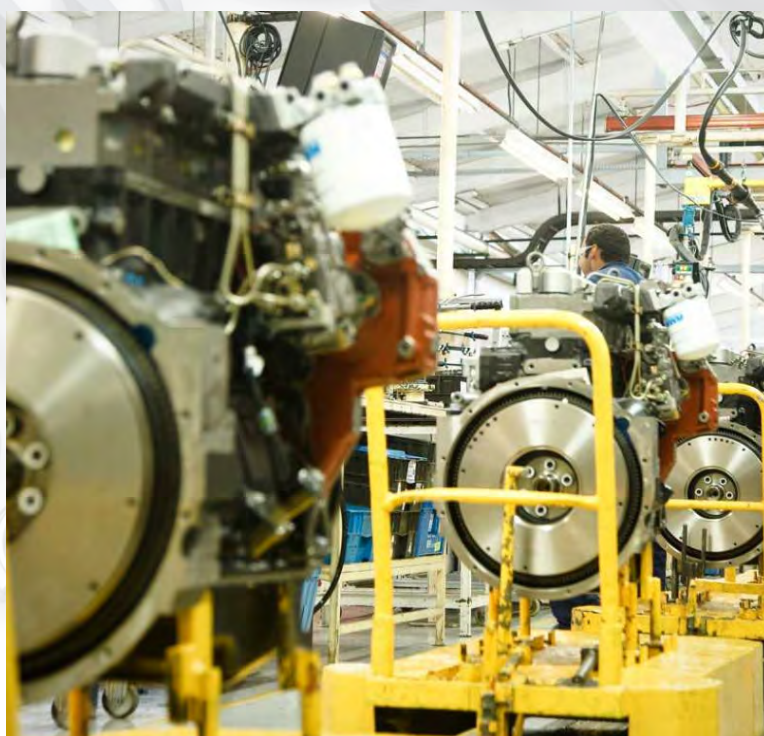
combustível, o que significa menores emissões de gases de efeito estufa, além de elevada rentabilidade para o cliente. A MWM acredita que os motores a diesel, nos segmentos em que atua, possuem grande longevidade, principalmente pelo fato de que ainda existe espaço para adoção de sistemas de pós-tratamento para redução de material particulado e gases poluentes, que há muito tempo foram adotados por países denominados desenvolvidos. Outros combustíveis fósseis, como o gás natural e o biometano, este último renovável, devem ganhar mais espaço nos veículos comerciais e máquinas equipados com motores a combustão, tecnologias estas nas quais a MWM já possui produtos de alta tecnologia.

Luís Pasquotto: A mudança climática é real e precisamos agir. Como uma líder global em energia a Cummins entende seu papel, e está muito focada no desenvolvimento e na oferta de tecnologias que sejam melhores para nossos clientes, o meio ambiente e nossas comunidades. Estamos investindo significativamente em soluções de tecnologia que vão desde motores mais limpos

e eficientes a gás natural e motores a diesel avançados, híbridos, elétricos a bateria e motores elétricos de célula de combustível. Continuaremos também a nos envolver com legisladores, entidades e formuladores de políticas para levar energia eficiente, confiável e econômica aos nossos clientes e para garantir que as mudanças regulatórias tenham sucesso na obtenção das melhorias ambientais de que precisamos.

Marco Rangel: Como marca com DNA inovador e soluções Multi-Power, para diferentes segmentos, a FPT Industrial enxerga um conjunto de soluções em combustíveis alternativos, que se complementam com características específicas para atender cada tipo de missão e

região de atuação. Nossos projetos em desenvolvimento, somados a parcerias e aquisições, confirmam este pensamento, voltado a um futuro cada vez mais verde. Mesmo durante o momento difícil da pandemia em 2020 ampliamos nossa equipe na divisão de powertrain elétrico, a e-Powertrain. Adicionalmente completamos a aquisição da Potenza Technology, empresa especializada no design e desenvolvimento de sistemas de propulsão elétrica e híbrida que faz parte do nosso plano estratégico no fornecimento de múltiplas fontes de energia. Destacamos neste âmbito os projetos de sustentabilidade Longrun, de desenvolvimento de trem de força de longa distância eficiente e ecológico para caminhões pesados e ônibus, e Imperium, powertrain controlado para emissão e consumo reais de condução limpa e econômica, firmados por entidades públicas e privadas na União Europeia. Para nós a energia do futuro, associada ao uso de diferentes combustíveis, apresenta como benefícios menor consumo, maior eficiência operacional e consideráveis reduções de emissões. A busca da FPT por um futuro mais verde é sintetizada no motor conceito Cursor X, vencedor do renomado prêmio de excelência Good Design Award de 2020. Exibido no Brasil durante a última Fenatran, o Cursor X é o símbolo de como a marca enxerga inovação. Ele mescla quatro características principais que moldam a arquitetura, a lógica e o modo de operação do motor do amanhã: é multipotência, modular, multiplicação e conectado. O Cursor X pode usar qualquer fonte de energia disponível e, acima de tudo, ser



“A MWM acredita que os motores a diesel, nos segmentos em que atua, possuem grande longevidade”

José Eduardo Luzzi

sustentável, atingindo potência máxima com uma bateria elétrica. Ao mesmo tempo pode ser um powertrain híbrido de plug-in a gás natural. Sua célula de combustível de hidrogênio proporciona até 800 quilômetros de autonomia para veículos pesados de longas distâncias.

Quando será o ponto da virada da motorização a diesel para alternativas como elétrico, biomassa e célula de combustível no Brasil e na América do Sul? Essa transição mudará a carteira de clientes da sua empresa?

José Eduardo Luzzi: Os combustíveis alternativos deverão conviver com o diesel, com o gás natural e com o biometano por muito tempo, dependendo da aplicação e da viabilidade econômica da solução. Veículos e máquinas que trabalham em regimes de 'confinamento', com operações de curta distância, poderão utilizar soluções elétricas ou híbridas com maior facilidade, como é o caso de máquinas agrícolas, de construção, veículos de distribuição e ônibus urbanos, desde que a infraestrutura esteja disponível e a fonte de geração elétrica seja totalmente livre de

emissão de carbono. Seria totalmente incoerente ligarmos termoelétricas no País para geração de energia elétrica 'limpa', problema hoje que já é realidade mesmo sem a utilização em larga escala da eletrificação na mobilidade. A adoção em massa de tecnologias livres de emissão de carbono dependerá da viabilidade econômica, pois um frotista jamais colocará veículos elétricos em sua frota se não houver benefícios com relação às soluções atuais, incluindo preço de revenda e custo de manutenção, desafios ainda enfrentados pelo uso de bateria, por exemplo.

Luís Pasquotto: Não creio em um ponto de virada, mas sim em uma transição gradual, na qual diferentes aplicações/veículos farão esta transição de tecnologia em momentos diferentes, com base em uma série de fatores, tais como disponibilidade maior de uma ou outra fonte de energia, estágio de desenvolvimento da sociedade local, poder aquisitivo da população, capacidade de investimento privado ou estatal do País e por aí afora. Isto vale para nossa região e para o mundo. Como dito a Cummins está avançada no desen-

volvimento de soluções necessárias para que os clientes tenham sucesso a cada momento, incluindo diesel limpo avançado, gás natural, elétrico, híbrido, hidrogênio, dentre outros. Estamos bem posicionados a curto e longo prazo para oferecer o que for melhor para cada cliente no momento certo. Dito isto e, pensando no conceito de sustentabilidade como o melhor balanço em meio ambiente, economia e aspectos sociais, acredito que no Brasil e na América Latina o motor a combustão, seja a diesel limpo, gás natural, biogás ou outros combustíveis alternativos, deve perdurar por muito tempo. Do ponto de vista ambiental, o avanço da tecnologia já permite emissões próximas a zero. Economicamente falando o motor a combustão ainda oferece uma melhor combinação de custo e densidade de energia para um grande número de segmentos de mercado e regiões. No aspecto social temos que considerar que temos investimentos privados e estatais enormes, já consolidados, e uma base de empregos muito grande em torno desta tecnologia. Quanto à carteira de clientes estamos confiantes de que a Cummins vá aumentá-la. Ve-

mos oportunidades locais e globais significativas em tecnologias de motores a combustão, especialmente no curto e médio prazo, e já fizemos parcerias importantes com clientes aplicando as tecnologias de powertrain elétrico, híbrido, célula de combustível, geração de hidrogênio verde etc. Não são apenas clientes automotivos mas também de outros segmentos tais como geração de energia, industriais etc.

Marco Rangel: Acreditamos que já iniciamos um período de transição com gás natural e biometano, área em que somos líderes de mercado com produtos em operação na Argentina, Chile e Peru e começando no Brasil. É uma tecnologia madura e comprovada nos mais diversos mercados mundiais, como Europa, China etc., com menor impacto em toda a cadeia, representando, inclusive, economia de custos com combustível de até 20% no motor FPT Cursor 13 Gás Natural em comparação à motorização equivalente a diesel, além de menor ruído de funcionamento. Grandes transportadores brasileiros já adotaram o gás natural como conceito de combustível sustentável. Na Argentina o motor FPT Cursor 13 GNC equipa com unidades do Iveco Stralis NP da NRG, fornecedora de areia de fratura para a indústria petrolífera, em especial na região de Vaca Muerta, próximo à Patagônia, onde está localizado um reservatório de petróleo e gás. Outras 35 unidades do Stralis NP com o motor FPT Cursor 13 GNL foram entregues à empresa de transporte chilena San Gabriel, que tem uma longa história no mercado do Chile e atende empresas como a cervejaria AB InBev.

“No Brasil o motor a combustão, seja a diesel limpo, gás natural, biogás ou outras alternativas, deve perdurar por muito tempo”

Luís Pasquotto

“Mesmo durante o momento difícil da pandemia em 2020 ampliamos nossa equipe na divisão de powertrain elétrico”

Marco Rangel

Ainda na América do Sul, no Peru circulam mais de oitocentos ônibus movidos com motores FPT a gás, entregues pela Modasa, parceira de longa data neste mercado. A FPT Industrial trabalha há mais de 25 anos com tecnologia própria para utilização de gás. Somos líderes na Europa com mais de 50 mil motores comercializados. Nossos motores são criteriosamente desenvolvidos e validados para operar com gás natural comprimido, gás natural liquefeito e biometano, equiparando-se a um motor diesel de mesmo porte, o que chamamos de Diesel Like.

O GNV, o HVO e o biodiesel podem surgir como alternativas para manter motorizações a combustão interna viáveis no mercado de veículos pesados? O que falta para isso acontecer?

José Eduardo Luzzi: O GNV e o biometano são tecnologias muito interessantes para o Brasil como alternativa para o diesel, mas ainda não encontraram viabilidade por falta de infraestrutura de distribuição e pelas políticas de proteção e centralização pública. O PL 6407/13, que voltou ao Senado em de-

zembro, busca aumentar a competitividade do gás natural com a permissão de entrada de empresas privadas no setor, um importante passo para tornar viável o combustível como alternativa ao transporte e atividade agrícola e de infraestrutura do País, inclusive para geração de energia elétrica para os futuros automóveis híbridos e a bateria. O HVO e o biodiesel encontram grande desafio no custo para fabricação, uma vez que o País não oferece competitividade sem contrapartida de subsídio, o que vai na contramão das políticas públicas atuais. Portanto, diferente do GNV e do biometano, não devem ser alternativas de curto prazo, ao menos fora das fazendas que trabalham com o subproduto destes combustíveis.

Luís Pasquotto: Sem dúvida alguma. O biodiesel já é uma realidade. Creio que no longo prazo as tecnologias de eletrificação a baterias, células de combustíveis predominarão, e estarão maduras e com custos de aquisição ou operação bem acessíveis. Neste meio tempo, com os avanços das tecnologias do motor a combustão, o GNV ou o biogás serão ótimas alternativas para fazer a transição nos veículos comerciais, e aqui não falo de automóveis. É uma tecnologia pronta, testada, de custo de aquisição bem menor que os veículos elétricos e células de combustível. A Cummins tem versões dos motores a gás chamadas Near Zero, ou Ultra Limpos, com nível de emissões de NOx muito menores que os limites da Euro 6. Quando pensamos em sustentabilidade estes motores seriam um ótimo balanço dos pilares do meio



“O GNV e o biometano são tecnologias muito interessantes para o Brasil como alternativa para o diesel”

José Eduardo Luzzi

ambiente, com quase zero emissões, econômico, considerando a relação investimentos/custos, e social, dada a preservação de empregos locais, até que as outras tecnologias amadureçam e se tornem mais acessíveis. O que falta para isto acontecer? O Brasil tem muito gás natural e muito biogás, e ambos podem ser misturados. O País precisa levar adiante plano de reestruturação do mercado de gás. Penso que fomentaria o investimento na rede de distribuição e baixaria os custos. Assim a demanda viria. O HVO é uma excelente alternativa técnica para acelerar a redução de emissões, mas precisamos desenvolver regulamentações claras e políticas públicas que estimulem o investimento para atingirmos um melhor custo e escala de produção que leve à disponibilidade suficiente.

Marco Rangel: Sim, sem dúvida. Na América do Sul o uso do gás é recorrente em países como Argentina, Bolívia, Colômbia e Peru. Para ampliarmos sua utilização em veículos pesados no Brasil precisamos do fortalecimento da cadeia produtiva e da rede de distribuição, como formas de incentivo. Neste sentido trabalhamos como grupo CNH Industrial apoiando o desenvolvimento de ecossistemas para produção de biometano a partir de biomassa, o que ampliará a oferta do gás natural renovável. A FPT Industrial conta com um amplo portfólio para operação com gás natural, que inclui os motores F1C, N60, Cursor 9 e Cursor 13, este último o mais potente motor a gás à venda no Brasil, com 460 cv de potência e torque máximo de 2 mil Nm a 1,1 mil

“Com a reforma tributária o País tende a se tornar muito mais competitivo, atraindo mais investimentos”

Luís Pasquotto

rpm. O Brasil e os países da América do Sul têm uma enorme oferta de gás natural. Com o know-how que temos não existe motivo para deixar de investir neste mercado e trabalhar para conquistar novos clientes, sobretudo no segmento on-road, de transporte de cargas e passageiros.

Considerando as recentes decisões envolvendo fabricantes de automóveis, na sua avaliação existe algum risco de montadoras de caminhões deixarem de produzir no Brasil?

José Eduardo Luzzi: A MWM não comenta sobre os destinos estratégicos de outras empresas.

Luís Pasquotto: Risco sempre existe, mas não creio que mais montadoras que estão aqui sairão no curto prazo. Vejo até a volta de uma montadora que havia saído. Além dos custos de saída serem muito altos todas as que estão atualmente em operação no Brasil anunciaram recentemente investimentos enormes, alguns até bilionários em reais. Após a longa recessão os volumes já vinham se recuperando antes da pan-

demia da covid-19 e imagino que elas estejam mirando agora na retomada da demanda, que já está acontecendo. Com a aplicação das vacinas, o sucesso da agricultura, a esperada recuperação econômica e investimentos em infraestrutura o mercado deve voltar a crescer bastante. O Brasil precisa ser observado sempre em ciclos plurianuais para as análises de retorno, e não em análises de curto prazo. O que pode acontecer, no entanto, são montadoras se reestruturando e talvez se tornando menos verticalizadas para melhorar o retorno financeiro, abrindo assim oportunidades para as autopeças, principalmente as sistemistas.

Marco Rangel: Como fabricante de powertrain não nos cabe avaliar cenários específicos envolvendo montadoras de caminhões. Contudo os recentes dados da Anfavea demonstram tendência de crescimento neste mercado, puxado por segmentos como o agronegócio e commodities.

Se pudesse escolher uma pauta para o Legislativo tratar em 2021, qual seria? Por favor justifique a sua opção.

José Eduardo Luzzi: Reforma tributária e reforma administrativa.

Luís Pasquotto: A reforma tributária, sem dúvida. Com ela o País tende a se tornar muito mais competitivo, atraindo mais investimentos, exportando mais, gerando empregos e renda. Deve trazer mais desenvolvimento econômico e com ele mais desenvolvimento social, inclusive mais educação, a base trans-

formadora de tudo. Mas as camadas sociais mais pobres precisam de uma renda mínima para poder tirar mais proveito das oportunidades de educação. É a escala de Maslow. Quase tão importante quanto é a reforma administrativa, pois além de arrecadar melhor precisamos gastar melhor. Nada contra o servidor público, que é importante e contamos com ele, mas sou contra conhecidos privilégios e gastos ineficientes da administração pública. Especificamente no setor de veículos comerciais a renovação de frota é uma política ampla que contribuiria efetivamente para os pilares da sustentabilidade. Temos no mercado cerca de 2 milhões de caminhões e ônibus sendo, na grande maioria, muito antigos e, portanto, mais poluentes. Só colocar um produto novo e moderno nas ruas e estradas não vai limpar o meio ambiente. Nós temos que tirar os veículos antigos da frota. Isso traria vantagens para a indústria, claro, mas também para o meio ambiente e para sociedade, pois incentivaremos a empregabilidade e o lado socioeconômico, fechando assim uma equação sustentável.

Marco Rangel: Como fabricante líder nas tecnologias de motores a gás natural nós acreditamos que os investimentos na produção e na infraestrutura e distribuição do GNV facilitarão a adoção de uma matriz compatível com esta tecnologia nos mercados de transporte e logística, favorecendo assim o custo total de operação e o meio ambiente, considerando a possibilidade de utilização do gás natural renovável, o biometano.



“O Brasil e os países da América do Sul têm uma enorme oferta de gás natural. Não existe motivo para deixar de investir neste mercado”

Marco Rangel



Os primeiros 40

Volkswagen Caminhões e Ônibus segue celebrando: agora, seus 40 anos de idade. E não vai parar por aí.

Muito celebrou a Volkswagen Caminhões e Ônibus nos últimos meses: 25 anos da fábrica de Resende, RJ, recentemente ampliada e modernizada para o lançamento de seus novos caminhões extrapesados Meteor, 1 milhão de veículos produzidos desde a sua fundação e investimentos de R\$ 2 bilhões até 2024.

As celebrações continuam neste 2021, quando a companhia comemora seus 40 anos. A cereja no bolo é seu primeiro caminhão elétrico, o e-Delivery. O passo no elétrico é importante para os próximos 40 anos, avalia o CEO Roberto Cortes.

Ele garantiu, entretanto, que o motor a combustão seguirá ainda por muito anos convivendo com os elétricos. Confira.



Divulgação/VWCO

O senhor acompanhou de perto boa parte dessa história. Quando olha para a empresa hoje como se sente?

Em primeiro lugar é o sentimento de um trabalho realizado. De reconhecimento dos clientes, que é o mais importante, porque tudo o que fazemos é para satisfazer o cliente. Saímos de uma marca inexpressiva de mercado brasileiro para uma das protagonistas do setor, o que nos enche de orgulho. Me sinto bem de estar neste momento comemorando os 40 anos e vislumbrando outros quarenta anos de muita prosperidade.

Ao longo de todos esses anos o senhor deve ter vivido muitas boas histórias dentro da VWCO. Poderia compartilhar algumas?

Tenho bastante histórias que me emocionaram. Uma delas é a de ter o privilégio de participar do conceito, do estudo e do estabelecimento da fábrica de Resende, que era, e ainda é, algo revolucionário. Eu era o controller da Volkswagen na época e quando acabou a Autolatina ficamos sem fábrica. Então tivemos que fazer uma fábrica e veio a ideia do consórcio modular. Participei do desenvolvimento desse conceito e posso afirmar que é uma fábrica dos sonhos para um controller: por ter fornecedores envolvidos no projeto e ter nível de verticalização muito baixo. Outra história que me emociona foi que, em 2003, depois de vinte anos de trabalho, atingimos a liderança do mercado brasileiro, algo difícil de se imaginar. Desbancamos um arquirrival e mantivemos uma posição de destaque desde lá. Também fico bastante emocionado em lembrar que recebi diversos convites para dar aula magna ou fazer palestras sobre caminhões e ônibus em universidades de renome, no Brasil e no Exterior, sempre para falar desse modelo de negócio da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

Quais são suas perspectivas no curto e médio prazo para caminhões e ônibus no Brasil?

Antes da pandemia estávamos nos recuperando ainda daquela crise de 2016, 2017. A recuperação começou em 2018, 2019 e aí veio a pandemia. Imaginávamos queda maior do que a que tivemos. Para 2021 há um consenso nas projeções da Anfavea e Fenabreve: aumento de 13% a 20% nos mercados, o que nos coloca com nível de produção e vendas equivalente ao que tínhamos antes da pandemia. Uma recuperação em V.

A VWCO anunciou investimento de R\$ 2 bilhões no fim do ano passado para o período 2021-2024. Como será aplicado?

Desde 1996, com o R\$ 1 bilhão em Resende, depois em produtos, sempre fizemos ciclos de cinco anos de investimento. O último terminou com o lançamento da linha Meteor, nossa entrada nos extrapesados, que já é sucesso no mercado. Continuamos acreditando no Brasil, um mercado muito importante para a VW, para o Grupo Traton. Esses R\$ 2 bilhões representam o maior investimento da história e, com ele, trabalharemos nas novas tendências do mercado automotivo: energia limpa, veículos conectados e digitalizados, tudo o que vem de novo, além de atualizar a linha de produto, trazer mais eficiência para o nosso cliente. E também em um plano de internacionalização da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

O que significou a chegada do Meteor para a VWCO e como está evoluindo a linha no mercado?

O segmento extrapesado tem importância fundamental em caminhões, muito pelo agronegócio. A Volkswagen lidera médios, leves e pesados e não poderia ficar de fora desse segmento. O resultado é o melhor possível: pedidos em carteira para muitos meses e muito boa aceitação na mídia e nos clientes.

O lançamento do e-delivery está confirmado para o primeiro semestre?

Gostaríamos de tê-lo lançado no fim do ano passado, mas a pandemia atrasou o

desenvolvimento pelas dificuldades de testes. Pretendemos lançar em meados deste ano: então sim, está confirmado, e esperamos que seja o primeiro caminhão desenvolvido, produzido e vendido para o brasileiro. Uma curiosidade: quando desenvolvemos o novo Delivery já pensamos em uma aplicação elétrica. Por isso sairemos na frente, não precisamos desenvolvê-lo do zero.

Será uma disrupção no transporte urbano?

Será, sem dúvida, uma inovação. Mas não me iludo que será uma disrupção total do mercado porque o diesel é difícil de ser batido do ponto de vista de produtividade, eficiência energética. O e-delivery será uma opção a mais que o cliente, ao fazer a conta na sua aplicação, pode chegar à conclusão de que será a melhor escolha, por ter menor manutenção e custo de consumo.

A Volkswagen apresentou há algum tempo o projeto de um ônibus híbrido. Este produto ainda está no radar?

Estamos agora dando prioridade ao lançamento do e-delivery. Naturalmente virão outras aplicações, em outros modelos e o ônibus, com motor do Golf e elétrico, será uma das próximas propos-

tas a chegar aos nossos clientes. Está sim no radar, mas precisamos fazer uma coisa por vez.

Como será o processo de internacionalização?

Temos três vias para nos internacionalizar. A primeira é: se temos 30% do mercado no Brasil, por que não temos 30% na Argentina, 30% no México? É porque conhecemos e provemos da melhor forma possível os clientes brasileiros e relativamente bem os outros. Então uma parte do investimento será direcionada para entender exatamente o produto que melhor se adequa à Argentina, Chile, México, para depois investir e prover para aquele cliente de uma forma competitiva. A segunda via é entrar em novos mercados, o que é natural. Estamos na África, mas ao Norte do Saara não temos presença tão forte quanto nos países mais do Sul. E o terceiro ponto, mais a longo prazo, é encontrar outro mercado que nos dê volume interessante. Um mercado suficientemente grande, para respirar melhor com capacidades globais de produção. Nossa competência está em mercados emergentes, não precisamos ir para Europa, América do Norte: nestes atuamos com as outras marcas do Grupo Traton.



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®

Linha do tempo Volkswagen Caminhões e Ônibus



Novembro de 1980	Volkswagenwek AG adquire 100% da Chrysler Motors do Brasil Ltda.
Fevereiro de 1981	A Chrysler anuncia a mudança de nome para Volkswagen Caminhões Ltda.
Março de 1981	Lançamento da nova geração de caminhões VW 11.130 e 13.130.
Julho de 1982	Integração da Volkswagen do Brasil S/A com a Volkswagen Caminhões Ltda. O nome passa a ser Volkswagen do Brasil S/A - Divisão Caminhões.
Julho de 1985	A Volkswagen apresenta, na China, o VW 1.130 e dá início ao programa de exportação.
Julho de 1987	Formação da Autolatina.
Julho de 1990	A produção de caminhões foi transferida para o Complexo Industrial do Ipiranga, junto à Ford.
Abril de 1993	Lançamento do chassi de ônibus Volksbus 16.180 CO.
Março de 1994	100 mil caminhões Volkswagen produzidos.
Junho de 1995	Resende foi escolhida sede da nova fábrica.
Novembro de 1996	Inauguração da fábrica em Resende.
Janeiro de 2000	A Volkswagen Veículos Comerciais, da Alemanha, com sede em Hannover, assume a operação de Resende.
Abril de 2001	A Volkswagen alcança a liderança do mercado de caminhões.
Outubro de 2003	Anunciada a criação das operações de caminhões e ônibus da Volkswagen no México, com linha de montagem em Puebla.
Julho de 2005	Lançamento da linha Delivery de veículos leves.
Setembro de 2005	Apresentação das linhas Constellation, Delivery, Worker e Volksbus.
Outubro de 2005	Início das operações Volkswagen Caminhões e Ônibus na África do Sul.
Novembro de 2008	A Volkswagen Caminhões e Ônibus torna-se parte do Grupo MAN AG.
Outubro de 2011	Anuncia investimento de R\$ 1 bilhão até 2016.
Fevereiro de 2012	100 mil Volksbus produzidos.
Novembro de 2012	100 mil veículos exportados.
Maio de 2013	Inauguração do Parque de Fornecedores em Resende.
Abril de 2015	Lançamento do MAN TGX 29.480.
Dezembro de 2016	Anunciados investimentos de R\$ 1,5 bilhão até 2020.
Maio de 2017	Inauguração do Campo de Provas em Resende.
Maio de 2018	Lançamento do Delivery Express.
Julho de 2018	Criação do Grupo Traton.
Setembro de 2018	Lançamento da Rio, empresa do Grupo Traton para soluções digitais de logística.
Outubro de 2019	Anúncio da criação do e-Consórcio.
Outubro de 2020	1 milhão de veículos produzidos no Brasil.
Dezembro de 2020	Anunciados investimentos de R\$ 2 bilhões até 2024.

**INOVAÇÃO
PERFORMANCE
SEGURANÇA**

**SOLUÇÕES
PARA
VOCÊ
CHEGAR
MAIS
LONGE**

Siga-nos



Baixe o APP PROMETÉON



PHP:Series™
Maior resistência e
tratividade

TM95™
Versatilidade e
alta durabilidade

FR:01™
O máximo em
desempenho

FR88™
Referência em
economia e durabilidade

PROMETÉON



www.prometeon.com



Divulgação/Marcopolo

De ônibus a biossegurança

Unidade Ana Rech da Marcopolo completa 40 anos abrigando novos negócios da empresa em inovação, tecnologia e mobilidade

O complexo industrial da Marcopolo, na Região Administrativa de Ana Rech, em Caxias do Sul, RS, comemorou, em fevereiro, 40 anos de atividades. Com investimentos contínuos em inovação, modernização e otimização de processos para garantir maior eficiência e produtividade, a unidade passou a

abrigar as operações dos novos negócios da companhia, como a Marcopolo Next, Marcopolo Rail e Marcopolo BioSafe, para tecnologia, inovação e eficiência da mobilidade.

Maior fábrica de carrocerias de ônibus do Brasil e uma das mais modernas do mundo, responde sozinha por mais de



20% da produção nacional. Inaugurada em 1981, tem capacidade para produzir cerca de 30 veículos diariamente e já fabricou mais de 260 mil ônibus, somados micros, urbanos e rodoviários. Com área total de 384,3 mil m² e construída de 149,77 mil m², a unidade conta com avançados equipamentos e instalações.

Nos últimos quatro anos recebeu mais de R\$ 200 milhões em investimentos, sobretudo para abrigar os novos negócios, modernização dos equipamentos e melhoria da qualidade e produtividade. Parte dos recursos foi aplicada na construção do novo centro de fabricação de componentes e subconjuntos metálicos. A operação permitiu a elevação da produtividade por meio da unificação das fabricações de componentes e subconjuntos metálicos que compõem as carrocerias dos ônibus.

COMPLEXA E VARIADA

A fábrica de Ana Rech tem como diferencial a complexidade e a variedade do mix de produtos e de negócios da Marcopolo. São fabricados desde micro-ônibus até biarticulados, passando por urbanos, rodoviários, veículos para exportação e todos os modelos especialmente desenvolvidos. Em dezembro o complexo passou a contar com nova fábrica específica para trens com linha exclusiva e dedicada à produção de veículos leves sobre trilhos, o VLT, da Marcopolo Rail, spin-off da Marcopolo Next para desenvolvimento de novos modais sobre trilhos. O objetivo é atuar no segmento metroferroviário e atender as atuais demandas de mobilidade do Brasil de deslocamentos de alta capacidade com velocidade, eficiência e conforto.

Outra característica de Ana Rech é o grau de customização que a linha de produção aplica para atender a demanda dos clientes, desde pinturas especiais até acabamentos diferenciados, como os de cantores, com camarim e estúdios internos. No ano passado foi inaugurado o Espaço do Cliente, estrutura com 600 m² de área que conta com salas de reunião preparadas para videoconferências, showroom de poltronas e revestimentos.



O espaço está equipado com todos os recursos necessários para os processos de configuração e entrega de seus modelos, inclusive um sistema de iluminação de última geração para permitir a realização das inspeções de entrega e garantir ótimas condições técnicas.

O complexo industrial abriga o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Marcopolo, com mais de trezentos técnicos e engenheiros dedicados à contínua evolução e aprimoramento dos modelos. Ali é projetada a maioria dos modelos que rodam pelo mundo e também são produzidas as unidades especiais, e as áreas de inspeção antes da entrega ao cliente e assistência técnica, além da fabricação de componentes e equipamentos como poltronas, painéis de acabamento, laterais e revestimentos internos e outros. As peças produzidas são também enviadas para as demais unidades da empresa no Brasil e no Exterior.

O complexo industrial de Ana Rech também sedia o Centro de Treinamento Marcopolo, com instalações amplas e equipamentos modernos, que tem como principal objetivo proporcionar condições ideais para a formação profissional e qualificação dos colaboradores da empresa,

e uma unidade da Escola de Formação Profissional para aprendizagem de menores da comunidade. Conta também com uma ampla estrutura de suporte aos empregados, como restaurante, serviços médicos, farmácia, bancos, despachantes, seguradora, biblioteca e loja conveniada.

Em 2020 foi lançada a plataforma Marcopolo BioSafe que, aplicando tecnologia e inovação, desenvolveu mais de uma dezena de inovações em biossegurança para transformar a mobilidade e alavancar os negócios no transporte coletivo e no turismo.

QUASE UM MUNICÍPIO

A unidade de Ana Rech é quase uma cidade. São cerca de seis mil funcionários trabalhando ali hoje.

Em 1991 a fábrica comemorou a produção do ônibus 60 000, o rodoviário Paradiso da então Geração 4. Em 2001 foi inaugurada a estação de gás natural, desenvolvida para reduzir o consumo de energia elétrica e criar uma matriz energética sustentável.

Em 2003 foi inaugurada ali pista de testes, que facilita e torna mais rápido o desenvolvimento de novos modelos, além de mudanças e a detecção de eventuais



falhas. Em 2004 começou a funcionar uma nova linha de montagem e, em 2006, a fábrica colocou para funcionar um novo Sistema de Qualidade Produzida.

Em 2013 foi aberto um novo prédio para a sede administrativa em Ana Rech, que passou a abrigar os colaboradores das áreas corporativas. No mesmo ano foi a

primeira fábrica do País a utilizar a tecnologia de impressão 3D. Em 2015, dentro do processo de otimização de plantas, elevação da produtividade e redução de custos, foi inaugurado um novo Centro Logístico que possibilitou centralizar em Ana Rech todas as atividades logísticas da Marcopolo.



Daimler dividida

A Daimler anunciou em Stuttgart, Alemanha, a disposição dos integrantes de seu Conselho de Supervisão e do seu Conselho de Administração em aprovar "mudança fundamental em sua estrutura, projetada para desbloquear todo o potencial de seus negócios". Todos concordaram em avaliar o spin-off do negócio de caminhões e ônibus e tomar as devidas providências para colocar as duas empresas cotadas nas bolsas com ações próprias. A divisão dos negócios industriais Daimler criaria duas empresas independentes que teriam "participação majoritária significativa" dos atuais acionistas.

Novo M-B GLS chega ao Brasil

A Mercedes-Benz lançou a terceira geração do SUV GLS, que será vendido em versão única, a 450 4Matic, por R\$ 918 mil. O motor é um 3.0 seis cilindros movido a gasolina de 367 cv de potência, trabalhando junto com o sistema elétrico EQ Boost de 48 v, tecnologia híbrida que pode gerar melhor consumo. Externamente o GLS tem novo desenho e ficou maior, mais largo e oferece mais espaço interno, com mais 60 mm no entre eixos na comparação com a geração anterior. A suspensão foi renovada e agora é a pneumática Airmatic, que trabalha em conjunto com o sistema E-Active Body Control.



Divulgação/MB

Jeep Goiana é carbono neutro

O Polo Automotivo Jeep, de Goiana, PE, foi reconhecido como o primeiro complexo industrial multiplantas carbono neutro da América Latina. Além da fábrica do Compass, Renegade e Fiat Toro, todas as dezesseis unidades produtivas que compõem o parque de fornecedores aderiram a iniciativas de compensação de emissões por meio do programa Amigos do Clima, tornando neutro o complexo industrial. O próximo passo deve ser dado pela rede de concessionárias, que se comprometeu a neutralizar suas emissões em duzentas lojas espalhadas pelo País.

Nakata fecha Diadema e vai para Extrema

A Fras-le anunciou a transferência da sede da sua controlada Nakata de Diadema, SP, para Extrema, MG, onde mantém um dos seus centros de distribuição. O reflexo da mudança é o fechamento de fábrica de mais de 65 anos localizada no ABCD Paulista produzindo amortecedores, e a demissão de 225 trabalhadores. Em comunicado a Nakata informou que o processo de transferência "visa a otimizar processos e aumentar ainda mais a sinergia dos negócios da companhia". Será iniciada no final de março, com conclusão prevista para o fim de abril.

Schaeffler: transmissões híbridas e elétricas.

A Schaeffler anunciou que iniciará, este ano, a produção seriada e em massa de unidades de transmissão híbridas e de transmissões de eixo totalmente elétricas. O apoio será dado, segundo comunicado distribuído no início de fevereiro, por "plataforma tecnológica modular e altamente integrada". De acordo com a companhia, instalada no Brasil em Sorocaba, SP, a chave para a industrialização bem sucedida de seus produtos "é a [sua] forte experiência nas áreas de manufatura e de tecnologia para todos os componentes dos sistemas de acionamento elétrico".

Randon investe no Grupo Delta

A Randon Ventures anunciou o investimento de R\$ 13 milhões no Grupo Delta, "referência em serviços e tecnologia para empresas transportadoras". Em comunicado a empresa diz tratar-se do maior aporte que já fez no seu primeiro ano de operação. O investimento abrange ações nas áreas de seguros e de transportes. A Ventures é a unidade de investimento e de aceleração de startups da Empresas Randon, de Caxias do Sul, RS. Neste primeiro ano investiu na TruckHelp e na Soon, a antiga Reboque.me, e criou nova empresa com a 4all.

25 mil BMW em Araquari

A BMW celebrou a marca de 25 mil unidades do Série 3 produzidas na fábrica de Araquari, SC. O sedã foi o responsável pelo início da operação das linhas de produção da fábrica nacional, em 2014. Atualmente a montadora produz as versões 320i GP, 320i Sport GP e 320i M Sport, em sete cores. A unidade brasileira também produz os SUVs X1, X3 e X4.



Divulgação/BMW

Novo veículo em Porto Real

A Stellantis anunciou a produção de um novo veículo, o primeiro de uma família, na fábrica de Porto Real, RJ. A expectativa é que o produto, originado a partir de variante da plataforma global CMP que lá está sendo instalada, chegue ao mercado no segundo semestre. O anúncio foi feito no início de fevereiro, no mesmo dia em que a unidade de Porto Real celebrou os 20 primeiros anos de sua inauguração.

Iveco contrata em Sete Lagoas

A Iveco contratou mais 478 trabalhadores para a linha de produção de veículos comerciais no complexo industrial da CNH Industrial em Sete Lagoas, MG. Eles se juntam aos 272 funcionários adicionados ao quadro em outubro, somando, no total, 750, todos por meio de contrato temporário. As vendas da Iveco cresceram 30% no ano passado ante um mercado em queda de 11% e as contratações preparam a empresa para 2021, no qual espera aumento na demanda por caminhões especialmente para o varejo, agronegócio e vocacionais.

Movida aumenta lucro

A Movida registrou lucro líquido de R\$ 233,6 milhões em 2020. O desempenho financeiro foi 2,5% melhor do que o registrado em 2019. A receita líquida da companhia foi de R\$ 4 bilhões, 6,5% maior do que a obtida em 2019. Desse total R\$ 2,4 bilhões tiveram origem nos negócios da companhia com a venda de veículos seminovos. A receita neste segmento foi 10,2% maior do que a obtida em 2019, resultado da venda, ou desmobilização, de 56,7 mil veículos no ano passado, leve queda de 0,4%. A companhia encerrou o ano passado com frota total de 118,2 mil veículos, 7,9% a mais do que em 2019.

Corolla esportivo

O primeiro sedã Toyota com a sigla Gazoo Racing produzido no Brasil chegou à rede concessionária no final de fevereiro. Desenvolvido pelas engenharias brasileira e argentina, o Toyota Gazoo Racing, ou GR-S, é oferecido em preto, branco com teto em preto, vermelho com teto em preto

ou todo preto por R\$ 152 mil. Rodas de liga leve 17 polegadas exclusivas, faróis de LED, lanternas dianteiras com DRL, saias laterais e retrovisores externos pintados em preto. Internamente, acabamento em preto com partes revestidas em couro com costuras em vermelho.



Divulgação/Toyota

Lupa anuncia fábrica no Uruguai

A startup espanhola Lupa, que tem como objetivo desenvolver e produzir veículos elétricos de preços acessíveis, anunciou a instalação de fábrica no Uruguai para abastecer mercados da América Latina, em especial os do Mercosul. Dois modelos já estão confirmados: o compacto E26 e a van E66, a partir de 2024, com capacidade máxima de 20 mil unidades/ano. O SUV E137 também será montado ali, mas numa segunda etapa. Uma das diretrizes da Lupa é manter fábricas que sejam carbono neutras desde o início da operação, e este será o caso da unidade uruguaia.



Divulgação/Lupa

15 milhões de transmissões em Betim

O polo automotivo da Stellantis em Betim, MG, comemorou a marca de 15 milhões de transmissões produzidas, as C-513 da Nova Strada, Argo, Mobi, Uno, Cronos, Fiorino e Grand Siena, e as C-510 em versão manual para Fiat Toro e Jeep Renegade. A planta de powertrain tem a idade da fábrica de Betim, inauguradas em 1976. Mantém, hoje, produção diária superior a 1,7 mil unidades, e seus dirigentes têm a expectativa de vê-la crescer, este ano, em pelo menos 60%. Em 2020 a produção total foi de 320 mil unidades. Eles também anseiam tornar a unidade o maior hub de powertrain da América Latina com a inauguração da linha produtora de turbos.

Tesla eleva produção e vendas

As vendas de veículos Tesla em 2020 somaram 499,5 mil unidades, apontou balanço da companhia. O volume representa alta de 36% sobre o vendido em 2019. Do total 442,5 mil unidades corresponderam ao Model 3, e as outras 57 mil unidades foram do Model S. O balanço indicou, ainda, que saíram das linhas da montadora, no ano passado, 509,7 mil veículos, volume 40% acima daquele produzido em 2019.



Divulgação/Scania

SCANIA: LEVIN

Christian Levin será o CEO global da Scania a partir de 1º. de maio, sucedendo a Henrik Henriksson, que ocupava a posição nos últimos cinco anos. Segundo comunicado o atual CEO deixa a companhia após 23 anos e ingressará na H2 Green Steel, empresa que pretende iniciar a produção de aço livre de fósseis até 2024. A partir de agora Henriksson inicia a transição do cargo. Levin, além da nova função na Scania, segue como integrante da diretoria executiva do Grupo Traton, dono da Scania. Engenheiro mecânico pelo Royal Institute of Technology de Estocolmo, Suécia, Christian Levin ingressou na Traton em 2019, mas iniciou sua carreira na Scania em 1994, como trainee. Ocupou diversos cargos gerenciais e chegou a vice-presidente de vendas e marketing na Suécia.



Divulgação/Valeo

VALEO: DIAS

Desde janeiro Mauro Dias é o presidente da Valeo para a América do Sul, sucedendo a Reginaldo Hermógenes, que se aposentou. Está há dezoito anos na companhia, e foi durante doze o seu controlador financeiro. Foi, também, diretor das fábricas de Interlagos, em São Paulo, e de Campinas, SP. Ele se formou em administração de empresas na Fundação Getúlio Vargas, com especializações em controladoria e em administração, e diplomou-se em alta gestão no Instituto Tecnológico e de Estudos Superiores de Monterrey, México.



Divulgação/Honda

HONDA: FUJIMOTO

Atsushi Fujimoto, 58 anos, assumirá a partir de 1º. de abril a presidência da Honda South America, tornando-se o responsável pelas operações de produção e vendas de automóveis, motocicletas e produtos de força na região. Ele sucede ao brasileiro Issao Mizoguchi, que agora atuará como conselheiro executivo e dará apoio ao novo presidente. Fujimoto ingressou na Honda em 1986 e tem ampla experiência operacional, presidindo operações em países como China, Malásia e Tailândia. O atual presidente está no cargo desde 2015 e foi o responsável pelo início das operações da fábrica de automóveis em Itirapina, SP, e do parque eólico da Honda Energy em Xangri-lá, RS.



Divulgação/Meritor

MERITOR: MOMI

Adalberto Momi foi nomeado, pela Meritor Inc., vice-presidente para a região da América do Sul. Sua posição anterior foi diretor geral para a mesma região. Ele tem 34 anos de Meritor, com destaque para ações de estratégia financeira: durante dez anos dirigiu a controladoria financeira estratégica e foi o seu diretor financeiro. A promoção de Alberto Momi faz parte da reestruturação global de toda a primeira linha de executivos da companhia, informa comunicado distribuído na quinta-feira, 18, sob a inspiração do novo CEO, Chris Villavarayan.



Divulgação/Scania

SCANIA: SÖRENSON

Martin Sörensson assumiu a presidência da Serviços Financeiros Scania, banco, consórcio e corretora, como sucessor de Simone Montagna. E já pretende 50% de participação nas vendas da empresa este ano. Sua posição anterior foi a de CFO da Scania Ibérica, que opera em Portugal e na Espanha, onde estava desde abril de 2016. Pela Universidade de Gotemburgo é graduado em ciências econômicas e mestre em ciências de administração econômica.

“Tem idiota nas redes sociais, na imprensa, [me dizendo] ‘vai comprar vacina’. Só se for na casa da tua mãe! Não tem para vender no mundo!”

Jair Bolsonaro em 4 de março de 2021 em Uberlândia, MG

74%

dos brasileiros só se sentirão seguros para retomar suas rotinas após a vacinação, de acordo pesquisa realizada pela Kantar em janeiro.

65%

responderam que deveria haver multa para quem desrespeita regras de controle da pandemia, como usar máscara e evitar aglomerações, na mesma pesquisa.

“O direito à integral reparação (...) aponta para a pertinência de que os concessionários persigam, seja em uma mesa de negociação, seja em uma demanda judicial, a recomposição de todas as perdas experimentadas, sem se limitar àqueles itens fixados na Lei Renato Ferrari.”

Gustavo Prazeres e Daniel Masello, advogados, em artigo sobre os direitos dos concessionários Ford publicado no site estadao.com.br

1%

Foi a queda da procura por linhas de crédito em 2020, segundo o Serasa Experian. O último ano da série histórica com redução até então era 2014, 0,5%.

“Caminhamos para, mais uma vez, termos os dois primeiros trimestres com PIB negativo e uma recuperação, talvez muito rápida, no segundo semestre. Mas vai depender da rapidez da vacinação.”

Luiz Carlos Mendonça de Barros, economista

O México é

3°

maior exportador
automotivo do
mundo e o

4°

maior exportador de autopeças
do mundo, segundo o Pnuma,
Programa das Nações Unidas
para o Meio Ambiente.