Ano 29 | Junho 2021 | Edição 378

AUTODATA

From the Top
Adriano Rishi, da Cummins

MANUFATURA
Indústria 4.0 começa a chegar aos Tier 2 e 3

REFORMA
Mudança tributária bem longe do ideal imaginado

FORNECEDORES
Os melhores de 2020 reconhecidos pelas montadoras

Um mar de novos SUVs

Caoa Chery Tiggo 3x

VW Taos

Fiat Pulse

Ford Bronco

Jeep Commander

Reserve s

Seminário Revisão das Perspectivas 2021
12, 13 e 14 de julho

3º. Congresso de Negócios do Setor Automotivo Latino-americano
16 a 20 de agosto

Seminário o Futuro dos Mercados de Veículos Comerciais
13, 14 e 15 de setembro

Congresso AutoData Perspectivas 2022
18 a 22 de outubro

Seminário Brasil Elétrico II
29, 30 de novembro e 01 de dezembro

Anton Gvozdikov/shutterstock

sua agenda

O segundo semestre está recheado de encontros com os líderes do setor automotivo. Confira ao lado os eventos programados por AutoData nos próximos meses.
Para aqueles que precisam de informação e conhecimento que contribuem na tomada de decisões importantes em suas empresas, este é o melhor ambiente online da indústria automotiva nacional.
Participe.

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

AUTODATA Seminários

» ÍNDICE

MERCADO
LANÇAMENTOS 16

Divulgação/VW

À lista dos SUVs já lançados neste ano se somam Bronco, Taos e Tiggo 3X. E ainda vem por aí Pulse, Commander, novos Captur e Creta...

MONTADORAS
GESTÃO 26

São 23 os profissionais que formam a primeira diretoria da Stellantis na região, todos originários das operações FCA e PSA

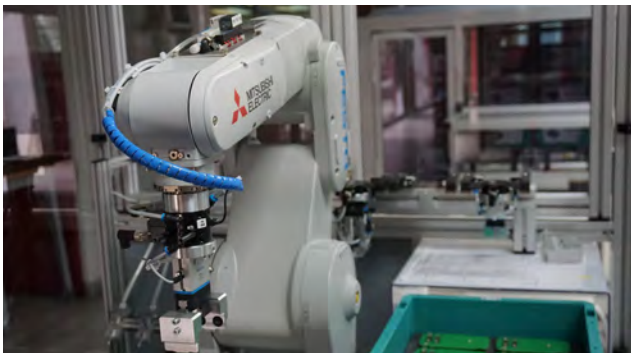
MACROECONOMIA
REFORMA TRIBUTÁRIA 30

Com agenda apertada pelas eleições, governo muda tramitação da reforma e solução do caos tributário fica mais distante

MACROECONOMIA
CÂMBIO 36

Dólar valorizado reduz perdas das montadoras e estimula corrida por nacionalização, mas eleva preço final dos veículos ao consumidor

42 FORNECEDORES
TECNOLOGIA



Divulgação/Unsplash

Cadeia automotiva nacional avança em passos lentos rumo à transformação digital da produção, mas boas iniciativas já podem ser encontradas

46 EVENTO
SEMINÁRIO AUTODATA

Transmitido ao vivo pela internet, encontro de compras debateu nacionalização, saídas para a falta de componentes e outros temas

52 FORNECEDORES
RECONHECIMENTOS

As listas completas dos parceiros reconhecidos recentemente por AGCO, Bosch, CNH Industrial, Honda, Hyundai e Toyota

64 SÉRIE ESPECIAL
MONTADORAS

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

6 **LENTES**

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

8 **FROM THE TOP**

Adriano Rishi, novo presidente da Cummins Brasil, fala sobre a indústria de motores diesel

74 **GENTE & NEGÓCIOS**

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

78 **FIM DE PAPO**

As frases e números mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidos a dedo pela nossa redação

Verdura faz bem

Por Marcos Rozen, editor

Verdura faz bem, e como! Alface, rúcula, espinafre, agrião, chicória, salsinha, hortelã, cebolinha, coentro, manjericão, sálvia. A forma brilhante com que André Barros, editor da Agência AutoData de Notícias, contou como são cultivadas dentro da fábrica da Mercedes-Benz em plena São Bernardo do Campo, SP, rendeu à AutoData Editora mais um reconhecimento neste ano: vencedora da categoria Jornalística do Prêmio AEA de Meio Ambiente 2021, sua décima-quarta edição.

E não foi só. A Agência AutoData ainda recebeu no mesmo prêmio a primeira das duas menções honrosas na mesma categoria, desta vez por série especial de reportagens sobre o HVO, o diesel limpo, de autoria conjunta de André e dos repórteres Bruno de Oliveira e Caio Bednarski. A segunda menção honrosa ficou para a revista Quatro Rodas, com matéria sobre micromobilidade de autoria de Gabriel Aguiar.

Coincidentemente Quatro Rodas – além de Autoesporte – nos fez companhia também em outro importante reconhecimento recebido por AutoData neste ano, em abril, ao formarmos com essas duas publicações o pódio das três revistas automotivas mais admiradas do Brasil, em votação aberta promovida pelo portal Jornalistas&Cia.

É mais uma prova cabal de que as publicações de AutoData, sejam em formato de revista ou site, carregam um selo do maior reconhecimento, importância e relevância dentro do jornalismo automotivo brasileiro especializado em economia e negócios – fruto de quase trinta anos de dedicação e experiência.

Assim, se você atua em qualquer elo da cadeia automotiva, do fabricante de sistemas de fixação até a comercialização de serviços de F&I, seja direta ou indiretamente, só há um caminho seguro para estar bem informado e atualizado: AutoData. É a receita infalível. A segurança de nosso jornalismo responsável e especializado fará bem até à sua saúde, evitando o stress – mas para isso recomendamos, também, comer verduras...

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, Bruno de Oliveira, Caio Bednarski, Eduardo Laguna **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto: Marcos Rozen/Divulgação **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Giadas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, 4º andar, sala 431, bloco 5, 05802-140, Jardim São Luís, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTB 30 411/SP

Português derrotada pelo Flamengo | BEM BOLADO e fim de papo. Boa sorte

Diario da Noite

"PROMESSINHA" VOLTOU À SUA VIDA DE CRIMES

OS ÚLTIMOS DIAS DE UMA RUA QUE FOI ALEGRE

Araraquara chora seu ídolo

INCÊNDIO DESTRUIU 140 MIL SACAS DE AÇÚCAR

Ceará adota novo catecismo

Os três metrôs de SP, segundo Laudo Natel

Ladrão morre no tiroteio com vigia

Divulgação

Divulgação

PROMESSAS. PROMESSINHA E PROMESSÃO.

A crônica policial localiza a existência de Promessinha e de seu bando em meados dos anos 50, em São Paulo. Tratava-se de Antônio Rossini, assaltante e acusado de homicídios. A imprensa, sempre a imprensa, tirou das páginas de Polícia a história de Promessinha, que tinha por hábito prometer às vítimas nem machucá-las, daí o apelido, e levou-a para as páginas da Editoria de Política, onde reinava o Promessão, o médico Adhemar de Barros, interventor de Getúlio no Estado de São Paulo, prefeito da Capital, governador eleito. Por aqui, terras do índio Tibiriçá, doutor Adhemar era o exemplo rematado do político corrupto de então, o tolerado rouba mas faz e o insistente promesseiro eleitoral. Tivemos outros por aqui, quase tão reconhecidos como doutor Adhemar, e o mais festejado talvez tenha sido o engenheiro Paulo Maluf. E por que, perguntaria o leitor, a lembrança de tantos Promessinha invade páginas inocentes de publicação como AutoData? Ah!: eu conto.

PROMESSAS. PROMESSINHA E PROMESSÃO. 2

E é muito simples. Como nos relata o editor André Barros, da Agência AutoData de Notícias e do portal da AutoData Editora, o ministro da Economia, Paulo Guedes, em encontro virtual com representantes de diversos setores da produção, dentre os quais do ramo da indústria de veículos e correlatos, na quinta-feira, 27 de maio, "manteve as suas promessas que vem fazendo há meses: reforma tributária, redução do custo Brasil, reforço à indústria, à qual, por mais de uma vez, teceu elogios e também prometeu medidas para fortalecê-la diante do cenário global". É nosso recém-entronizado Novo Promessa, longe das páginas policiais e políticas, firmemente estabelecido dos cadernos de Economia.

Por Vicente Alessi, filho

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

Divulgação/PR

PROMESSAS. PROMESSINHA E PROMESSÃO. 3

Quem ainda acredita em promessas são entidades do porte da Abimaq, da Abinee, da Abiplast, da Anfavea, do Instituto Aço Brasil. E por que parecem crédulos com promessas de mais de três anos estas e outras entidades que promovem este Diálogos da Indústria? Porque faz parte dos seus conceitos sistêmicos, hoje como ontem, apesar de saberem, todos, que não passa de conversa de cerca Lourenço: ele sabe que sabemos que é tudo bobagem e nós fazemos de conta que o levamos a sério... e assim seguimos, porque, de acordo com a maneira de fazer as coisas, por aqui, não há a menor possibilidade de sobrevida sem se achegar ao poder. Não existe a mínima demonstração de que o distinto ministro e sua turma, a serviço desse presidente da República, tenham alguma pretensão real de olhar para o ramo industrial como se fosse componente fundamental do sistema de arrecadação, do sistema de distribuição de salários, do sistema de geração de empregos, de componente ativo da balança comercial. Muito menos de algum tipo de sistema de bem estar social, tipo dupla face, com investimentos do Estado e de setor privado, de que tanto sentem falta aqueles 14,8 milhões de desempregados. Me disse um executivo: "Esse pessoal só pretende ver implodir a casa". E não é para menos: Guedes & Cia propõem a criação de um certo tipo de IVA, Imposto de Valor Agregado, que chamam de duo, de difícil entendimento nas mais de 5 mil prefeituras de municípios brasileiros e de dificílima aprovação por prefeitos e governadores e depois, no Congresso.

PROMESSAS. PROMESSINHA E PROMESSÃO. 4

Nosso Novo Promessa de plantão, além de muito prometer considera tontos os seus interlocutores: depois da pandemia, declarou ele à plateia engravatada, em plena fase de crescimento em V, o País teria gerado 1 milhão de empregos em quatro meses. No mesmo dia, minutos antes, o IBGE divulgara a taxa de desemprego vigente a partir dali, de 14,7% da população economicamente ativa. Para o mundo dos veículos pesados, frotistas e autônomos, ele ameaçou com a possibilidade de programa de renovação de frota por caminhões movidos a GNV, "o que reduziria os custos dos caminhoneiros".

PROMESSAS. PROMESSINHA E PROMESSÃO. 5

Vale lembrar: depois de tudo que fez contra o Governo Goulart em apoio ao golpe civil-militar de 1964, Promessão teve seu mandato cassado pela ditadura. E o Jornal da Tarde estampou foto de página inteira, com o governador, de costas, descendo uma das escadarias do Palácio dos Campos Elíseos, na Região Central da cidade. Com o título garrafal: "Finalmente este senhor é visto pelas costas".

Entrevista a Bruno de Oliveira, Leandro Alves, Márcio Stéfani e Marcos Rozen

Do laboratório para a presidência

Adriano Rishi assumiu em março o cargo de presidente da Cummins Brasil em sucessão a Luis Pasquotto, que se aposentou depois de 29 anos de serviços à companhia. Rishi está na empresa há quase tanto tempo quanto, nada menos do que 26 anos: entrou como estagiário em 1995 para atuar na área de engenharia, mais especificamente no laboratório do centro técnico, quando ainda cursava a graduação em engenharia mecânica automobilística pela FEI.

O estágio na Cummins, assim, foi nada menos do que seu primeiro emprego, no qual foi efetivado em 1997, ao se formar.

Em sua longa carreira na empresa houve apenas um pequeno hiato de oito meses, quando se mudou para a Ford, em 2001, para trabalhar no Campo de Provas de Tatuí, SP. Retornou para supervisionar o laboratório técnico da Cummins justamente na fase dos então motores eletrônicos e acumulou vasta experiência em desenvolvimento, desempenho, emissões e calibração de motores, além de áreas correlatas.

Em 2016 assumiu a chefia da engenharia para a América Latina.

Este From the Top é sua primeira entrevista para um veículo de imprensa como presidente da Cummins Brasil. Rishi abordou uma série de temas como Euro 6, desenvolvimento de novas tecnologias como a eletrificação no transporte, biodiesel, nacionalização de componentes e outros. Confira, a seguir, os principais trechos dessa entrevista.

O que mudou na estrutura organizacional da Cummins com a saída de Luis Pasquotto e a sua chegada? Há novas mudanças previstas?

A posição que assumi é tal e qual a que o Pasquotto tinha, com a mesma organização, sendo que acumulei a função anterior de chefe de engenharia para a América Latina. Em 2016 houve a fusão das regiões América do Sul com a de México e América Central, e não estão previstas novas mudanças na estrutura. A diferença foi que José Samperio assumiu a divisão de motores de uma parte da América Latina, essencialmente por sinergias de mercado: o mexicano é igual ao estadunidense, assim como outros países da América do Sul e Central, diferente do mercado brasileiro e de outros vizinhos, que também ficaram sob minha responsabilidade, assim como já eram do Pasquotto.

O senhor fez carreira na Cummins eminentemente na área de engenharia, tratando do produto final, e não em finanças, administração etc., como vários outros executivos que alcançaram o posto de maior liderança em diversas empresas. Isso é um sinal de que a grande mudança nos sistemas de powertrain é hoje o maior foco da Cummins?

No papel os meus cargos estiveram sempre ligados à engenharia, mas na prática atuei também em outras áreas, como custos, negócios e outros, pelas idas e vindas dentro da companhia, seja de forma interina ou efetiva para alguns

Divulgação/Cummins

> "Creio que minha escolha foi pela competência de liderança e pela união da capacidade de criação estratégica com o gerenciamento de execução do que é importante para a companhia hoje."

projetos. Temos uma equipe muito capacitada em todas as áreas, incluindo finanças. Creio que minha escolha foi mais pela competência de liderança e pela união da capacidade de criação estratégica com o gerenciamento de execução do que é importante para a companhia hoje. Estamos sim em um período de transformação de fontes de energia, e o foco é em como gerenciamos essas transições, que é uma questão crítica. Mas não podemos dessassociar as duas coisas. Não dá para ficar só com a visão estratégica do futuro sem olhar o que garante o dia de hoje.

Qual foi a principal missão que o senhor recebeu?

Alavancar o crescimento, sem dúvida, com a consolidação de oportunidades de negócios que temos à frente. Além disso avançar na eficiência das operações no Brasil e na gestão de pessoas, no ambiente de trabalho, de desenvolvimento pessoal e profissional. Isso é algo muito importante para a liderança, não só falar, mas agir nessa direção. E também buscar formas de causar impacto positivo na comunidade.

> "A transição da tecnologia precisa ocorrer de maneira que faça sentido para o usuário final. Hoje, economicamente, não faz. Mas um dia fará."

Como o senhor vê estrategicamente o futuro da empresa como fabricante independente de motores diesel? Há uma diminuição da importância do setor automotivo tradicional ante os de geração de energia, naval e equipamentos agrícolas?

Somos os maiores produtores independentes de motores diesel, e já há bastante tempo temos diversificado as áreas de atuação da empresa. A tecnologia não entra no mercado por si só, ela depende de infraestrutura, desde postos de carregamento, falando de veículos elétricos, até produção de hidrogênio, falando em células de combustível, e da própria operação dos veículos em si. Do ponto de vista de negócios entendo que a transição da tecnologia precisa ocorrer de maneira que faça sentido para o usuário final. Hoje economicamente as novas tecnologias não fazem sentido, mas um dia farão. O que a Cummins fez foi adquirir uma série de companhias de fora de sua área de atuação, inclusive nessas áreas de infraestrutura e hidrogênio, desde sua fabricação até a conversão da energia. Temos que entender as transformações que estas tecnologias trazem, desde sua oferta até o uso.

A Cummins tenta há alguns anos ocupar a capacidade da fábrica de Guarulhos.

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

> "Acredito que a entrada em vigor das normas Euro 6 será mantida para janeiro de 2023. Estamos preparados para isso."

O que há no radar dentro deste objetivo?

Temos expectativa de concretizar novos negócios e exportações, além das operações intercompany. Estamos hoje totalmente ajustados à demanda, dentro de um ponto de equilíbrio de custos fixos da fábrica. As áreas de usinagem e montagem de motores estão crescendo, assim como pós-tratamento, que estamos integrando à unidade de Guarulhos.

Como está o uso da capacidade da fábrica hoje?

Depende da área. Em usinagem estamos próximos ao limite em algumas linhas, e em outras estamos em torno de 65% de utilização, ou até um pouco mais, como na parte de motores.

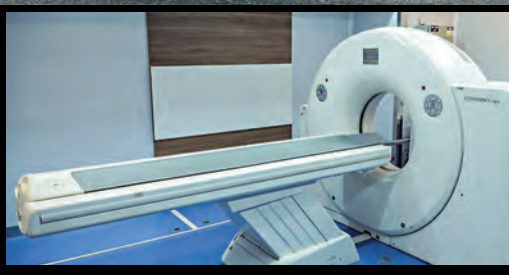
Quanto ao Euro 6 o senhor acredita que o cronograma original para sua entrada em vigor será mantido? A Cummins é favorável a isso ou prefere um adiamento, como defendem alguns executivos da indústria?

Acredito que será mantido para janeiro de 2023, e estamos preparados para isso. Não é um investimento pequeno, que se faz da noite para o dia, vem sendo planejado há um bom período. Participamos das discussões a respeito com a AEA, Anfavea e outros. Há nestas conversas a questão da sustentabilidade, do que faz sentido dos pontos de vista ambiental e socioeconômico, e se existe outra equação que atenda ao que buscamos. O Euro 6 não é a única maneira de atingir o objetivo, mas é como está regulamentado hoje. Falamos muito da renovação de frota: se fizermos a conta e com ela atendermos às necessidades seria outra maneira de se chegar ao mesmo objetivo.

E quanto às discussões sobre a utilização do biodiesel e de suas proporções de mistura ao combustível? O que o senhor pensa a respeito?

Não podemos ver esse tema isoladamente, precisamos enxergar todo o ecossistema. Os conceitos mudam, assim como as tecnologias e fontes produtoras. Existem algumas complicações técnicas que hoje o biodiesel traz que não havia anteriormente. Considero algo de 15% a 20% de mistura como a participação ideal, onde há um ponto de equilíbrio, os benefícios são maiores que os malefícios. No começo do biodiesel não existiam os sistemas de pós-tratamento que temos agora, as rotinas de combustão, de evaporação etc. O sistema não é estático, ele evolui

> "Considero algo de 15% a 20% de mistura de biodiesel como a participação ideal, onde há um ponto de equilíbrio e os benefícios são maiores que os malefícios"



Mover o mundo é olhar para além do que se pode ver.

A Mercedes-Benz viu uma oportunidade e fez acontecer: criou as Unidades Móveis de Saúde para levar, através de seus caminhões, atendimento médico a diversas comunidades por esse Brasil. São 8 carretas com equipamentos de diagnósticos para odontologia, oftalmologia, oncologia e ginecologia, transportando saúde e contribuindo para o desenvolvimento e bem-estar da sociedade. Este é o seu propósito: para Todos que Movem o Mundo!

Mercedes-Benz

> "Parece atualmente mais claro que, pelo peso das baterias, o uso da eletrificação no transporte faz mais sentido onde o volume de carga não faça tanta diferença."

ao longo do tempo, ficou muito mais complexo, então precisamos entender se continua a fazer sentido ou se há efeitos colaterais mais danosos.

E com relação à eletrificação dos veículos de transporte? Realmente para ônibus e transporte urbano é mais adequado, em detrimento do transporte pesado, de longa distância?

Não temos essa resposta pronta, mas parece atualmente mais claro que, pelo peso das baterias, o uso faz mais sentido onde o volume de carga transportado não faz tanta diferença. Para o transporte pesado, de longas distâncias, acreditamos mais no hidrogênio, nas células de combustível. Mas trabalhamos nas duas frentes, as coisas vão evoluindo e vamos aprendendo com elas. Não há como dizer agora que uma tecnologia impedirá ou será preponderante sobre outra.

No Brasil, especificamente, essa realidade também se coloca ou podem ocorrer desenvolvimentos mais locais e próprios em velocidade diferente de outros mercados?

Dependerá de uma série de fatores. A tecnologia que já está sendo adotada em alguns nichos ainda não faz sentido do lado econômico, mas sim do propósito da marca, de sustentabilidade etc. Quando será, a velocidade com que isso ocorrerá, não sei. Acredito que ninguém saiba. Temos que continuar investindo para aprender e amadurecer tão rápido, ou antes, que o próprio mercado.

Com relação ao desenvolvimento de células de combustível a hidrogênio que o senhor citou, há estudos da Cummins sobre o uso do etanol nesse sistema?

Sim. Estamos trabalhando nestes estudos, principalmente considerando que existam fases transitórias, hibridização etc. Dentro disso eventualmente teremos simplificações da arquitetura dos motores, especialmente no pós-tratamento.

O desenvolvimento dessa tecnologia poderia ser exclusividade de uma única empresa do segmento, como a própria Cummins?

É uma corrida. Acredito que ainda haverá vários fornecedores e competidores, não creio em uma integração única. Não vejo um monopólio, um domínio maciço, alguém que surja com algo muito diferente, que não tenham ou não tenhamos vislumbrado.

Qual é a atual participação da Cummins na região dentro da organização?

A América Latina responde por 5% da receita global. Além de respondermos pelo atendimento aos mercados locais exportamos bastante, especialmente componentes como blocos e cabe-

çotes. Temos um papel importante na cadeia global de fornecimento.

A Cummins enfrenta problemas de fornecimento de matéria-prima?

Não somos exceção, vivemos restrições de semicondutores para módulos de controle e de aço, principalmente para geradores. Ainda assim nosso nível de entrega tem sido acima de 90%, o que parece bom diante do cenário atual mas é ruim, pois nossa meta é 98%. A presença global da Cummins, trabalhando com a cadeia mundialmente, está nos ajudando nisso. E não só somos ajudados como também ajudamos outros mercados, como os Estados Unidos na parte de fundição, que está superaquecida.

A pandemia trouxe novos entendimentos quanto à necessidade de nacionalização, e não só no Brasil, mas ao mesmo tempo o patamar do dólar abre oportunidades de exportação a partir daqui. Como se ajustar a essa dualidade?

Dá para aumentar ambas. Na parte de exportação de componentes temos, sim, competitividade, e por isso estamos avançando nessa área. O produto completo também tem alguma competitividade, mas nos componentes é mais forte. Igualmente trabalhamos com aumento da nacionalização, particularmente em aço e fundidos, onde há boas oportunidades. ■

Por Caio Bednarski, Leandro Alves e Marcos Rozen

Novos SUVs chegam por todos os lados

À lista dos modelos já lançados este ano se somam agora Bronco, Taos e Tiggo 3X. E ainda vem aí Pulse, Commander, novos Captur e Creta, Compass híbrido...

É até difícil não perder a conta de quantos SUVs novos já chegaram ou estão em vias de chegar ao mercado brasileiro este ano. Apenas no mês passado foram, efetivamente, três novos: Bronco, Taos e Tiggo 3X.

Começando pelo Caoa Chery Tiggo 3X, fruto de dois anos de testes, validações e homologações. A empresa fabricante mostrou preocupação com pormenores como o revestimento do apoia-braço em couro nas quarto portas, uma exclusividade nacional, assim como o padrão de cores utilizado no interior. E um motor 1.0 turbo global com calibração local oferecido pela primeira vez em um seu modelo.

Segundo a Caoa Chery o Tiggo 3X representa o maior investimento feito até agora pela parceria sino-brasileira,

considerando todos os demais modelos já nacionalizados – da família Tiggo há o 2, o 5x, o 7 e o 8, além dos Arrizo 5 e 6. Como atesta Márcio Alfonso, CEO da Caoa Chery, "não divulgamos o valor específico, mas posso dizer que até agora o Tiggo 3X foi o modelo que mais recebeu recursos".

A agilidade para povoar o segmento mais disputado do mercado, o de SUVs, faz parte da estratégia da Caoa Chery de ocupar sua capacidade produtiva com o maior número de produtos possível, em vez de criar estruturas enormes para a produção de poucos modelos e muitas versões. Aparentemente está funcionando: em maio, isoladamente, a montadora ultrapassou a Ford em vendas e entrou assim no Top 10 do mercado nacional.

É na fábrica de Anápolis, GO, que a estratégia se mostra mais evidente: com capacidade de 86 mil unidades/ano produz sete modelos de duas marcas – e recebeu novo investimento de R$ 1,5 bilhão para fazer mais dez modelos até 2025. Já a unidade de Jacareí, SP, com a produção do Tiggo 2 e dos sedãs Arrizo 5 e Arrizo 6, ainda pode receber novos produtos além do novo Tiggo 3X: por enquanto ainda está no meio do caminho para ocupar sua capacidade máxima de 50 mil veículos/ano.

O novato tem a difícil missão de se transformar no Caoa Chery mais vendido no País porque está posicionado em situação de salsicha de hot dog por SUVs da própria marca, o Tiggo 2 e o Tiggo 5X: "Temos a expectativa de emplacar 1 mil unidades/mês mas o potencial de mercado é maior", calcula o diretor de marketing Henrique Sampaio.

Habilidosa ao perceber as lacunas de mercado e as preferências do consumidor – uma das características das empreitadas de Carlos Alberto de Oliveira Andrade no mundo automotivo –, a Caoa Chery meteu a mão na massa para deixar o Tiggo 3X ao gosto do cliente local, processo que consumiu os 48 meses de

Divulgação/Caoa Chery

desenvolvimento exclusivo para o Brasil.

O resultado começa por um novo e exclusivo visual, com destaque para a dianteira e o design da grade e dos faróis de assistência diurna que, segundo a empresa, foi composto por elementos inspirados nos movimentos do kung fu. A Caoa Chery sabe que o design é valorizado pelos consumidores que estão dando o primeiro passo no mundo dos SUVs e por isso oferece a família Tiggo com personalidades estéticas bastante diferentes nas várias opções.

Já a traseira do 3X é mais conhecida, pois apresenta semelhanças com o Tiggo 2 e, além disso, entrega o porte do modelo: trata-se de um veículo compacto, com pouco mais de 2,5 m de distância entre eixos. O interior é bastante agradável, com acabamento de couro sintético no painel, nas portas e nos bancos da versão Pro. Toda a configuração interna, como a definição de materiais e cores nos acabamentos, foi desenvolvida pela Caoa Chery, assim como as mais de vinte ações da engenharia nacional para reduzir em 40% ruídos na cabine. Na versão mais cara o painel de instrumentos digital colorido, mais simples na versão de entrada Plus, torna a experiência ao volante mais tecnológica e eficiente, pois oferece todas as informações que o condutor necessita. É bom diferencial.

O maior esforço no desenvolvimento ficou concentrado no motor 1 litro três cilindros turbo flex de 102 cv. Mudanças estruturais, como a fixação do bloco nas laterais da carroceria, reduziram a vibração, segundo os engenheiros. Essa é uma das novidades nesse motor global utilizado pela primeira vez fora da China. A calibração foi outro grande desafio e teve a participação da Delphi nos ensaios em bancada.

"Fizemos os testes em campo para adequar a taxa de compressão ao etanol", conta Alfonso. "Esse trabalho pode parecer trivial, mas é um desenvolvimento muito importante porque é o que entrega o prazer de dirigir para o motorista."

A maior surpresa desse compacto powertrain do Tiggo 3X com transmissão CVT que simula nove velocidades é o torque. São 17,1 kgfm a apenas 2 mil rpm.

Divulgação/VW

MAXION WHEELS

A Maxion Wheels orgulha-se e agradece à Honda pelo reconhecimento recebido através do prêmio "Excelência em Qualidade e Entrega" pelo 4ª ano consecutivo

Esta conquista é resultado de uma parceria de sucesso e confirma o compromisso da Maxion Wheels em atender aos mais rígidos padrões de Qualidade.

À Honda, nosso muito obrigado!

www.maxionwheels.com

Siga-nos

EMPRESA PARCEIRA FORMARE

MAXION WHEELS MATTER

IOCHPE-MAXION

Divulgação/FCA

Sobre o posicionamento no mercado de SUVs a Caoa Chery entende que há oportunidades em seu próprio portfólio que deverá ser ocupada pelo Tiggo 3X. A oferta de um novo modelo bem equipado, com tela multimídia de 9 polegadas, controle de tração e estabilidade, direção elétrica, partida em rampa e ajuste elétrico dos faróis, dentre outros itens, é o que a clientela do segmento está procurando.

Sampaio está otimista com o desempenho da novidade nos próximos meses e com a ampliação de 115 para 150 concessionárias no País até o fim do ano para ajudar nas vendas.

Ele calcula que haverá "migração de 15% dos clientes do Tiggo 2 para o 3X", que estariam dispostos a saltar dos R$ 92 mil do Tiggo 2, que continuará em oferta, para R$ 95 mil pela versão Plus.

Já no patamar acima do portfólio da Caoa Chery figurava somente o Tiggo 5X, em versão única de R$ 122 mil. É nesta lacuna na faixa de R$ 100 mil que o Tiggo 3X Pro atua.

TAOS, FINALMENTE

Do Volkswagen Taos só faltava, mesmo, conhecer suas versões, pacotes de opcionais, preços, expectativa de volume e mix de vendas – estilo e pormenores do novo modelo já haviam sido mostrados anteriormente pela fabricante em conhecida estratégia de lançamento a conta-gotas, nesse caso iniciado em março. Os valores foram anunciados em apresentação ao vivo transmitida pela internet no fim de maio e vão de R$ 155 mil a R$ 187 mil.

O Taos será oferecido em duas versões, Comfortline e Highline. A Comfortline abre em R$ 155 mil e traz de série painel digital com tela de 8 polegadas, seis airbags, ar-condicionado eletrônico dual zone, assistente de partida em rampa, carregador de celular por indução, câmara de ré, controle de tração e estabilidade, direção elétrica, lanternas traseiras em led, piloto automático, sensores de estacionamento dianteiro e traseiro, de chuva e crepuscular, infotainment com

VW Play, detector de fadiga, borboletas atrás do volante para troca de marchas, sistema keyless, rodas de 18 polegadas.

Para essa versão são dois os pacotes de opcionais: Conforto, por R$ 5 mil 420, traz bancos revestidos em couro, bancos dianteiros com aquecimento e banco do motorista com ajustes elétricos e de lombar, e Segurança, por R$ 4 mil 790, adiciona frenagem autônoma de emergência com detecção de pedestres e controle adaptativo de cruzeiro. Com ambas instaladas, assim, a Comfortline sobe para R$ 165,2 mil.

A Highline adiciona o controle adaptativo de cruzeiro com função Stop&Go, para situações de trânsito congestionado, luzes em LED na grade frontal, faróis com tecnologia IQ Light, iluminação interna personalizável, painel com tela de 10,25 polegadas, sistema de detecção de ponto cego, alerta de tráfego traseiro cruzado e seleção de perfil de condução, por R$ 181 mil 790. Único opcional disponível aqui é o teto solar panorâmico, que custa R$ 5 mil 520 e eleva o preço final para R$ 187 mil 310.

Todas as versões são sempre equipadas com motor 1.4 TSI flex de 150 cv e câmbio automático de seis marchas.

O volume e o mix de vendas esperados, entretanto, não foram revelados, como já é praxe no caso dos lançamentos da Volkswagen. Segundo a VW novo SUV chegará às lojas somente no fim de junho, mas os mais afoitos puderam se encontrar na pré-venda, que, segundo a VW, durou coisa de 5 minutos.

Em um genuíno momento 'tem, mas acabou' a abertura da pré-venda foi anunciada durante a apresentação do modelo ao vivo pela internet, exclusiva para imprensa especializada, e antes mesmo que a live chegasse ao seu fim, logo depois, os executivos da empresa, demonstrando surpresa, afirmaram que o lote ofertado já se esgotara – ainda que não houvesse, assim, tempo suficiente sequer para que a notícia da abertura da pré-venda fosse veiculada por qualquer órgão de imprensa.

A oferta na pré-venda foi para uma versão especial de lançamento baseada no modelo topo de linha Highline, de R$ 192 mil 470. Os ágeis compradores que conseguiram o modelo de pré-venda pelo site ganharam um ano de seguro, carência de um ano para financiamento em 36 vezes pelo Banco Volkswagen, sendo a última parcela de 40% do valor do veículo, um ano de mensalidade do Sem Parar e um ano de assinatura de dois aplicativos que podem ser acessados pelo sistema de entretenimento a bordo. Os demais compradores, não tão ágeis quanto os trezentos da pré-venda, terão direito às três primeiras revisões gratuitamente, o que, pelos cálculos VW, representará economia de R$ 1,5 mil. Os serviços nas revendas para o novo SUV, também de acordo com a empresa, terão valores cerca de 20% mais baratos do que a média dos principais competidores.

Ainda que a VW não fale em números de venda, para Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América Latina, apenas uma eventual falta de componentes poderá atrapalhar um vasto sucesso comercial nesta abertura da carreira do Taos, que é produzido na Argentina, na unidade de Pacheco, que recebeu US$ 650 milhões em investimentos:

"Apesar das novas restrições anunciadas devido à pandemia na Argentina as fábricas podem continuar a produzir, não foram paralisadas, então estamos trabalhando normalmente por lá. A previsão de produção não mudou, e a única coisa que poderá afetá-la é a disponibilidade das peças".

A esperança de Di Si é que a falta de componentes não estrague os resultados alcançados até aqui: segundo ele a VW registrou no primeiro trimestre de 2021 seu melhor resultado dos últimos oito anos na América Latina, sendo que especificamente no Brasil a produção da empresa cresceu 20% e as exportações saltaram 30% na comparação com o mesmo período do ano passado, enquanto a participação de mercado avançou 1,3 pp.

Divulgação/Ford

BRONCO, IMPORTADO

E pelos lados da Ford em sua nova fase no País, agora apenas uma importadora, a novidade em SUVs é a sexta geração do Bronco Sport, a primeira a desembarcar no mercado brasileiro. Trazido do México o SUV médio pode ser considerado premium, pelo seu acabamento, motorização e lista de equipamentos e, claro, preço.

Será oferecida, ao menos por enquanto, a versão única Wildtrack, a R$ 257 mil. O motor é o EcoBoost 2.0 turbo de 250 cv e o câmbio um automático de oito marchas. Com apelo off-road, em busca de público-alvo com mais de 35 anos e entusiasta automotivo, o Bronco Sport tem tração 4x4 com sete modos de condução para se adaptar a vários terrenos, ainda que não ofereça motor diesel, mais comum no segmento.

A Ford que atrair clientes para o Bronco Sport pela versatilidade, que vai um pouco além do seu principal concorrente, o Land Rover Discovery Sport. Oferece, por exemplo, a abertura da tampa do porta-malas de forma tradicional ou somente pelo vigia do vidro traseiro, dentre outras funcionalidades como tampão do porta-malas que serve de mesa, divisórias, tomadas e abridor de garrafa.

Tecnologia embarcada e segurança também são pontos em que a Ford aposta suas fichas: o SUV oferece nove airbags, piloto automático on-road e off-road, assistente de frenagem autônoma com detecção de pedestres, alerta de colisão frontal, sistema de monitoramento de

MARELLI

POWERING PROGRESS TOGETHER

Nossa visão
Existimos para inovar e transformar o futuro da mobilidade.

Nossa missão
Trabalhamos junto com os nossos clientes para criar um mundo mais seguro, sustentável e conectado.

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

MARELLI.COM

ponto cego, faróis full led, carregamento de celular sem fio, quadro de instrumentos digital e multimídia com Ford Pass, sistema que permite acessar diversas funções do veículo por meio de um aplicativo no celular.

STELLANTIS REAGE

Como é de praxe em apresentações e lançamentos as concorrentes se mexeram rapidamente para mostrar ao interessado comprador que vale a pena esperar um pouco mais também por suas novidades para se decidir pela aquisição de, neste caso, um novo SUV.

E quem agiu mais efetivamente foi a Stellantis. Primeiro revelou que após mais de 380 mil votos em uma enquete virtual o público escolheu o nome do novo SUV pequeno da Fiat, que chegará ao mercado no segundo semestre: Pulse, que venceu as duas outras opções, Domo e Tuo.

De nome-código 363, o Pulse será produzido em Betim, MG, como o primeiro a usar inédita plataforma MLA, que será aplicada depois em outros modelos, inclusive comerciais leves.

Para o SUV a plataforma traz novas suspensões dianteira e traseira, sistema de direção específico, opção de motorização turbo e aspirada, novas transmissões e arquitetura elétrica inédita e exclusiva, pronta para atender maiores demandas por equipamentos eletrônicos.

Para criar a MLA foram gastas, de acordo com a companhia, só de cálculos e simulações, mais de 5 mil horas, que se somaram a mais de 2 milhões de quilômetros de rodagens em estradas, pistas de testes de simuladores de chassis, em 24 meses de trabalho e integração das várias áreas de engenharia, desenvolvimento e validação.

O segundo movimento foi, igualmente, o anúncio do nome de um novo SUV mas agora para a Jeep: Commander. Será produzido em Goiana, PE, como o maior modelo da marca fabricado na região, com capacidade para sete lugares. E seu presidente Antonio Filosa, em entrevista ao jornal O Tempo, de Belo Horizonte, MG, confirmou que a marca terá ainda mais dois lançamentos até o fim do ano: o Compass híbrido flex e mais um modelo 100% elétrico.

O mar de novos SUVs terá, ainda, até o fim do ano, a companhia de ao menos mais dois fortes competidores, com as novas gerações de Renault Captur e Hyundai Creta chegando às lojas. Haja boia e remo! ■

Divulgação/Jeep

120 GERDAU

O futuro se molda

A Gerdau é vencedora do Prêmio CNH em Sustentabilidade.
Somos gratos por mais esse crescimento.

A raiz de uma das maiores produtoras de aço do mundo está no sonho de uma família empreendedora. Em 1901, a família Gerdau plantou uma fábrica de pregos em Porto Alegre (RS). Enquanto a empresa crescia, ela foi se entrelaçando com a vida das pessoas. Com a sua vida.

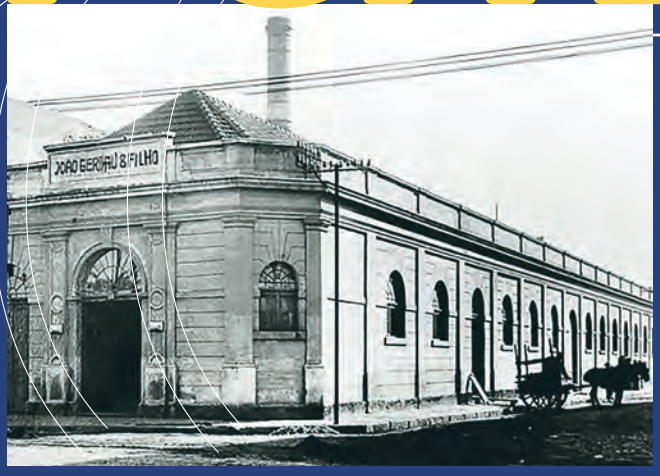
Passando pela casa onde você mora, pelo carro que você dirige, pelas pontes por onde você passa, pelo lugar onde você trabalha. Tornando visível tudo aquilo que realmente importa para você. Não é só sobre aço que estamos falando: é sobre acolher, mover, aproximar, realizar.

Aos 120 anos, a Gerdau é uma árvore que não para de dar frutos. Além de maior empresa brasileira produtora de aço, é também a maior recicladora da América Latina: 73% da sua produção vem daí. Mas ela quer aproveitar essa data não apenas para celebrar o seu legado, e sim para reafirmar o seu compromisso com o futuro.

A Gerdau está regando hoje mesmo o amanhã de questões urgentes como educação, habitação, sustentabilidade e empreendedorismo. Porque tão importante quanto o que colhemos são as sementes que deixamos para o futuro.

raízes

Colaboradora Juliana Brun, da Gerdau Cosigua, no Rio de Janeiro, representando nossos mais de 30 mil colaboradores em 10 países.



Fábrica de Pregos Pontas de Paris, da Gerdau, em 1901.

/gerdau /gerdauSA

Por Redação AutoData

O Quem é Quem da Stellantis América do Sul

São 23 os profissionais que formam a diretoria da companhia da região, todos originários das operações FCA e PSA

O presidente da Stellantis para a América do Sul, Antonio Filosa, apresentou em meados de maio a diretoria da nova companhia, que mescla profissionais que trabalhavam na FCA e PSA, as duas empresas que se uniram para criar o novo grupo. Os nomes foram apresentados em reunião virtual transmitida para toda a empresa.

Para ele "são colegas que trazem das duas antigas empresas um volume enorme de conhecimentos, competências, além de inúmeras oportunidades de sinergias que representam um capital gigantesco para a Stellantis. São agora responsáveis pela condução das estratégias em suas respectivas áreas, com foco integralmente nos clientes, alinhamentos globais e regionais, busca de sinergias e de resultados e na consolidação de um forte espírito de equipe".

Uma baixa notável foi a de Ana Theresa Borsari, até então responsável pelas marcas Citroën, Peugeot e DS no Brasil, que não ficou na diretoria para América do Sul. Ela foi nomeada para o posto de responsável global de experiência do consumidor e digital para veículos comerciais, baseada na Europa.

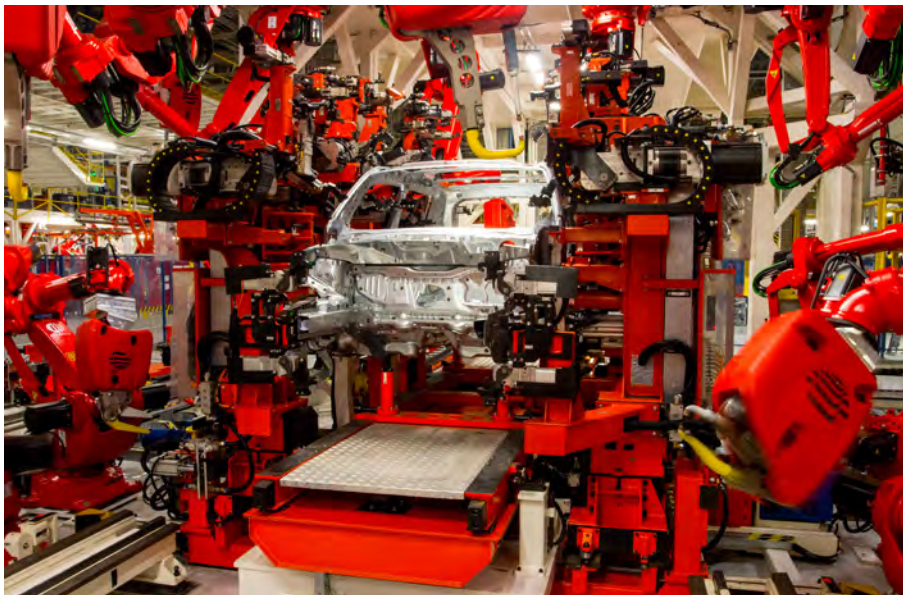
Fernão Silveira, até então diretor de comunicação corporativa e sustentabilidade da FCA para América Latina, foi nomeado responsável global de estratégia, planejamento e monitoramento de

Divulgação/Stellantis

performance da área de comunicação da Stellantis, reportando-se diretamente ao vice-presidente executivo e chief communication & CSR officer da companhia, Bertrand Blaise. Mas, a princípio, seguirá baseado no Brasil.

Assim a área de comunicação para América do Sul ficou para Fabricio Biondo, até então vice-presidente de comunicação, relações externas e digital para América Latina da PSA. No Brasil a área foi subdividida em cinco: conteúdo, comunicação corporativa, media relation, CSR e filantropia, coordenada por Marcus Brier, imprensa produto e marcas, a cargo de Ricardo Dilser, mídia digital e monitoramento de imprensa, sob responsabilidade de Ellen Dias, eventos 360 graus, responsabilidade de Gustavo Lages, e comunicação interna, coordenada por Victor Bialski.

Rodrigo Graziano foi nomeado responsável pela comunicação na Argentina e Lucas Eguiguren no Chile, enquanto a comunicação com os importadores dos demais países da América Latina ficou a cargo de Francisco Pastor. Todos se reportam a Biondo.



LADO PSA

Decidida a diretoria Peugeot e Citroën entram definitivamente na mira de Filosa. Após consolidar a renovação da marca Fiat e alcançar a liderança de mercado antes mesmo de lançar os aguardados SUVs e alavancar os volumes Jeep no mercado brasileiro a nova missão, agora, é fazer crescer as vendas das duas marcas francesas, responsáveis, juntas, por algo próximo a 1,5% dos emplacamentos de janeiro a maio.

"Em 24 meses alcançaremos o patamar de presença de mercado que as duas marcas tinham dez anos atrás", o que significa algo em torno de 5% das vendas nacionais.

Depois do novo Peugeot 208, lançado no ano passado ainda pela então PSA, chegará no segundo semestre novo modelo produzido em Porto Real, RJ, sobre a plataforma CMP. A partir dela serão gerados novos modelos, tanto na unidade sul-fluminense como em El Palomar, Argentina: "Cada marca terá sua própria planificação, com portfólio em linha com o que espera o cliente e com o seu o DNA. Colocaremos mais volumes em Porto Real, que já está preparada para esse novo ciclo".

Filosa elogiou as fábricas da antiga PSA, classificando-as como eficientes: "Se a indústria crescer junto elas crescem mais. Se não crescer elas terão mais volumes também".

Outro ponto visto como positivo por ele da herança PSA na Stellantis é o das concessionárias em Y, onde Peugeot e Citroën dividem uma mesma estrutura para oficina e pós-vendas com showrooms separados. Filosa admitiu que outras marcas do grupo poderão vir a compartilhar concessionárias, especialmente em regiões onde não há cobertura, "mas sempre respeitando o DNA de cada uma delas".

Há, porém, preocupação mais urgente: Filosa crê que o segundo trimestre será ainda mais problemático para o abastecimento de componentes eletrônicos para a indústria automotiva global. Ele espera meses difíceis: "Acho que só conseguiremos respirar aliviados no fim deste ano ou no começo do próximo. Os riscos estão maiores não só para a Stellantis mas para a indústria no geral".

Na América Latina a Stellantis conse-

guiu se sair bem, dentro do possível, no primeiro trimestre. Para Filosa colaborou a forte localização de componentes que os modelos Fiat e Jeep possuem e o trabalho das equipes de logística, compras e produção, que monitoram a situação a todo o momento.

"Colaboramos com os fornecedores porque muita coisa que eles usam ainda vem da China ou de Taiwan."

O saldo da crise, acredita, será busca por mais produção local: "Agora é a hora de pensar e decidir: correremos novos riscos de viver momentos como esse ou trataremos de buscar a própria independência? Muita gente está refletindo e reformulando estratégias no médio prazo".

Dentro desta lógica Filosa admitiu que os novos motores turbo flex produzidos em Betim, MG, poderão equipar modelos Peugeot e Citroën mais à frente: "São bons motores, que serão exportados. Queremos colocá-los no maior número possível de modelos".

ETANOL ENGAVETADO

Falando em motores o presidente da Stellantis ainda revelou que o projeto E4, de um motor turbo movido exclusivamente a etanol desenvolvido pela FCA, não dará origem a um produto com esta característica.

A ideia original do projeto, desenvolvido pela engenharia nacional, era reduzir drasticamente o consumo do etanol na comparação com a gasolina, enxugando em muito a diferença média de 30% presente na maioria dos motores flex.

Porém parte de seu desenvolvimento, alegou Filosa, foi aplicado na nova geração de motores turboflex que começou a equipar os modelos da companhia, como os novos Fiat Toro e Jeep Compass.

"O projeto continua conosco para servir como insumo para possíveis novos desenvolvimentos", resumiu Filosa, sem pormenorizar as razões do seu engavetamento, apontado pela FCA, há pouco tempo, como "revolucionário". ■

Os 23 da diretoria da Stellantis América do Sul

Cristiani Campos: responsável pela área de planejamento e sinergias para a América do Sul

Alexandre Aquino: responsável pela marca Jeep na América do Sul

Emanuele Cappellano: responsável pela área de finanças para a América do Sul

André Montalvão: responsável pelas operações comerciais da Peugeot/Citroën Brasil

Erica Baldini: responsável por recursos humanos & transformação para a América do Sul

Breno Kamei: responsável pela marca RAM e por programas e planejamento de produtos para a América do Sul

Everton Kurdejak: responsável pelas operações comerciais Jeep/Ram DC no Brasil

Fabrício Biondo: responsável por comunicação para a América do Sul

Felipe Daemon: responsável pela marca Peugeot na América do Sul

Fernando Varela: responsável por importadores Andina & América Centralr

Frederico Battaglia: responsável por marketing & comunicação de marca para a América do Sul

Gabriel Cordo Miranda: responsável pelas operações comerciais da Peugeot/Citroën/ DS Argentina

Geraldo Barra: responsável por Experiência do Consumidor para a América do Sul

Herlander Zola: responsável pela marca Fiat para a América do Sul e operações comerciais Fiat no Brasil

Juliano Almeida: responsável por compras & supply chain para a América do Sul

Márcio de Lima Leite: responsável por jurídico e relações institucionais para a América do Sul

Márcio Tonani: responsável por centros técnicos de engenharia para a América do Sul

Martin Zuppi: responsável pelas operações comerciais da Fiat/ Jeep/Ram Argentina

Paulo Solti: responsável por peças de reposição e serviços para a América do Sul

Peter Fassbender: responsável por design para a América do Sul

Pierluigi Astorino: responsável por manufatura para a América do Sul

Vanessa Castanho: responsável pela marca Citroën na América do Sul

Vincent Forissier: responsável pelas operações comerciais no Chile

Por Eduardo Laguna

Guinada de última hora

Com agenda apertada pelas eleições governo muda tramitação da reforma e solução do caos tributário fica mais distante

Diante de uma janela que vai se fechando conforme a eleição de 2022 ocupa mais e mais espaço na agenda política, a tão falada reforma tributária entrou em um momento de definição sem inspirar otimismo de que o desfecho agora será diferente de outras vezes em que se tentou mudar a forma como os impostos são recolhidos no Brasil.

Ainda que lideranças empresariais tentem transmitir publicamente confiança em um final feliz ficou mais difícil sua aprovação até o fim do mandato atual depois que o presidente da Câmara, Arthur Lira, aceitou atender ao ministro da Economia, Paulo Guedes, e desmembrou a proposta que, embora longe de ser unanimidade, conseguiu angariar o maior apoio de setor privado, tributaristas e até secretários estaduais de Fazenda, antes refratários à ideia de perder o comando do ICMS.

O caminho foi tomado após catorze meses de debates na comissão mista da reforma tributária, de onde saiu um pare-

Divulgação/Agência Senado

cer, apresentado pelo deputado Aguinaldo Ribeiro, relator da reforma, delineando o roteiro até a substituição completa de impostos federais, ou seja, PIS, Cofins e IPI, estaduais, ICMS, e municipais, ISS, por um único imposto sobre valor agregado, a exemplo do modelo de 168 países. Em acordo de Executivo e Legislativo que deu outro encaminhamento à reforma, a unificação de PIS e Cofins, bem como mudanças no IPI, ficou com a Câmara, enquanto a reforma do ICMS e do ISS foi assumida pelo Senado.

Extinta a comissão mista, e com ela a tentativa de mudar a tributação sobre o consumo em única tacada, os projetos e propostas de emendas constitucionais, agora fatiados, passam a caminhar de modo independente e toda a tramitação começa de novo, embora a partir de um debate mais amadurecido.

O argumento é o de que, com esse arranjo, a reforma torna-se politicamente mais viável. Afinal, foram apartadas mudanças que dependem de maioria simples no Legislativo, como a unificação de PIS e Cofins, das que exigem emendas constitucionais, caso de ICMS e ISS, e, consequentemente, maioria qualificada – isto é, três quintos dos deputados e senadores.

Enquanto se enfrenta a intrincada questão de como fazer a migração a um imposto único federal de tributos sobre os quais governos estaduais e prefeituras têm o controle, o Brasil pode antecipar, usando aqui a expressão dos defensores da tese, a reforma do possível: ou seja, a fusão de PIS e Cofins – até que, num futuro, seja possível juntar as duas pontas.

TRÊS VEZES MAIS

A lógica pragmática enfrenta, no entanto, a resistência vinda de setores econômicos que temem pelos prejuízos de uma reforma mínima. O caminho que o governo julga ser o mais fácil não está de todo desobstruído.

Maior empregador da economia, o setor de serviços vai pagar três vezes mais do que recolhe atualmente em PIS e Cofins se for aplicada a alíquota linear de 12% da chamada CBS, sigla da contribuição sobre bens e serviços proposta pela equipe de Guedes para substituir a dupla de tributos federais.

Esse setor só aceita pagar essa conta se, de outro lado, o governo desonerar a folha salarial das empresas, cujo financiamento leva à proposta mais polêmica da reforma tributária: a criação de um imposto sobre transações eletrônicas, nos moldes da antiga CPMF. Pesquisas mostram que a maioria dos brasileiros não gosta nem de lembrar do antigo imposto do cheque, o que justifica também a rejeição à ideia no Congresso.

Do lado da indústria a reforma mínima recebe críticas por não enfrentar tanto a complexidade do ICMS, uma das maiores fontes do gigantesco litígio tributário do País, quanto à cobrança em cascata – incidência do tributo em várias etapas da produção e comercialização de produtos – do ISS.

Para piorar estimativas de tributaristas acusam a CBS, com sua alíquota uniforme, de elevar em pelo menos 10% o que se paga hoje em PIS e Cofins, significando assim na prática um aumento do custo Brasil. O governo nega e assegura que, embora alguns setores possam pagar mais e outros menos, o efeito é, em seu conjunto, neutro.

Existem, portanto, nós que colocam a reforma sob pressão de pesados lobbies setoriais, exigirão alterações do projeto encaminhado ao Legislativo – como a discussão de alíquotas diferentes para corrigir o efeito negativo da CBS sobre atividades específicas – e que não terão pela frente muito tempo para serem desatados. O próprio governo sabe que tem apenas de cinco ou seis meses para passar a reforma, já que é remota a possibilidade de votação em ano eleitoral.

"A reforma deveria ser aprovada ainda neste ano porque em 2022 dificilmente será dada a importância devida ao tema", alega o presidente do IBPT, Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação, João Eloi Olenike. "As propostas que estão no Congresso têm como maior obstáculo

O cenário tributário brasileiro em resumo

Número de tributos cobrados no Brasil:

63

Normas tributárias editadas a cada hora de trabalho:

2,17

Normas tributárias em vigor:

28 602

Tempo que o brasileiro precisa trabalhar para pagar tributos:

149
dias por ano

Carga tributária/ PIB:

35%

Fonte: Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação, IBPT

a pressão de estados e municípios por preservar a arrecadação, e com o tempo já gasto na análise, além da extinção da comissão mista, estamos céticos com relação a uma reforma que seja ampla."

Adiar mudanças de um sistema frequentemente descrito por empresários como caótico, para dizer o mínimo, significa prolongar o quadro atual em que empresas gastam cerca de 2 mil horas por ano para pagar impostos, contratam advogados, auditores e contadores em número sem comparativo em outros lugares do mundo e queimam de 1,2% a 2% do faturamento para lidar com a complexidade e burocracia tributária. Do ponto de vista da indústria vem daí uma boa parte da perda de densidade do setor na economia.

Em reuniões recentes com o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, e o ministro Paulo Guedes, várias organizações de setores industriais intensificaram no último mês a cobrança por mudanças mais ambiciosas do sistema tributário, capazes de destravar um crescimento de 20% do PIB, Produto Interno Bruto, em quinze anos. Em comum tiveram como resposta a promessa de empenho na aprovação até o fim do ano. Não houve, no entanto, compromisso com relação ao tamanho da reforma a ser votada.

Presente na reunião de Guedes com representantes de setores da indústria de transformação no fim de maio, o presidente da Anfavea, Luiz Carlos Moraes, sustenta que "soluções parciais", como a unificação apenas de impostos federais, não simplificam o sistema e aumentam a carga tributária.

"Para se ter um ambiente de segurança jurídica e de previsibilidade a reforma tributária não deve ser fatiada, e sim faseada. Ou seja, deve ser completa e abrangente, planejada em fases sucessivas e com período de transição para as empresas se adaptarem."

A cada ano, pelos cálculos da Anfavea, só as montadoras gastam por volta de R$ 2,3 bilhões para dar conta das dezenas de impostos e contribuições cobradas no País, com suas legislações especificas e

Divulgação/Agência Brasil

infindáveis normas a serem observadas. Para Moraes não dá para adiar mais uma vez uma reforma, que, acredita, "definirá o futuro industrial do Brasil como polo de geração de tecnologias e de produção na economia global".

34% AINDA É POUCO

Se a estratégia do governo funcionar espera-se redução de 34% do tempo gasto pelas empresas com a tributação do consumo quando PIS e Cofins transformarem-se em uma única contribuição. Pode parecer um avanço significativo em um País onde o sistema tributário é, por vezes, comparado a um manicômio, porém manteria o Brasil distante dos demais países em termos de ambiente de negócio. A reforma completa do sistema traria redução do tempo gasto com estruturação de impostos em 68%, de acordo com estimativas feitas em estudo da Endeavor com a EY.

"A aprovação da reforma tributária é urgente e não pode ser deixada para o próximo governo. Os efeitos que ela deve gerar serão essenciais para recuperação econômica e social do País após a grave crise causada pela covid-19", entende Renata Mendes, porta-voz do Para Ser Justo, uma frente pró-reforma formada por organizações como Endeavor, o CLP, Centro de Liderança Pública, e o CCiF, Centro de Cidadania Fiscal, do economista Bernard

DRIVING THE MOBILITY
OF TOMORROW

Eberspächer

EBERSPÄCHER TECNOLOGIA DE EXAUSTÃO

TOYOTA & EBERSPÄCHER

A SOLIDEZ DESSA PARCERIA É A FORÇA PARA TRAÇAR O CAMINHO DE UM FUTURO SUSTENTÁVEL.

| EBERSPAECHER.COM

Appy, autor da proposta que acabou por ser cindida pelo governo. Para Mendes há ambiente no Congresso para o avanço de uma reforma ampla e "não faz sentido a insistência no fatiamento".

Já José Velloso, presidente da Abimaq, associação dos fabricantes de máquinas e equipamentos, acredita que o projeto de lei que prevê a unificação de PIS e Cofins terá dificuldade para evoluir sem um respaldo conjunto do setor de serviços e da indústria:

"A unificação apenas de PIS e Cofins não resolve o problema principal, que é o ICMS, o pior imposto do mundo. E também não resolve o problema do ISS, que é um imposto regressivo e cumulativo. Setores mais afetados pelo ISS e pelo ICMS não terão seus problemas resolvidos e passarão a contribuir com a CBS, que traz no seu bojo um aumento de carga tributária".

Em observação recorrente dos empresários preocupados com o atraso da matéria Fernando Pimentel, presidente da Abit, associação da indústria têxtil e de confecções, avalia que quanto mais o calendário eleitoral se tornar presente – o que, em certa medida, já aconteceu com a entrada do ex-presidente Lula na disputa pelo Palácio do Planalto –, mais a discussão da reforma vai caminhar em plano secundário na agenda política:

"Não podemos esperar por algo dessa magnitude. Estamos aguardando de governo em governo há mais de trinta anos. E nunca conseguimos. O sistema só piorou, só ficou mais complexo e mais ligado ao Judiciário, e assim o País não cresce".

Presidente da Abinee, entidade da indústria de equipamentos eletroeletrônicos, Humberto Barbato frisa que somente uma reforma ampla pode superar dificuldades que impedem o Brasil de ser competitivo no Exterior:

"Sem reforma a indústria continuará perdendo mercados porque embutimos em nossos preços tributos não recuperados. Nenhum país do mundo faz isso. Teremos perdido muito tempo e energia se a reforma ampla não acontecer. Não precisamos mais de remendos, mas sim de uma roupa nova".

Divulgação/Câmara dos Deputados

PELO 2º ANO

CONSECUTIVO RECEBEMOS

O PRÊMIO HONDA

"EXCELÊNCIA EM QUALIDADE E ENTREGA"

NA CATEGORIA ELÉTRICOS

Agradecemos a Honda Automóveis pela confiança e parceria ao longo desses 24 anos e renovamos o compromisso de buscar sempre a excelência no atendimento e superar as expectativas.

Sumidenso do Brasil

SUMITOMO ELECTRIC GROUP

Por Bruno de Oliveira

Os dois lados da moeda

Dólar valorizado reduz perdas das montadoras e estimula corrida por nacionalização de componentes, mas encarece o preço final dos veículos

Tudo é relativo e depende do ponto de vista, teria dito o cientista Albert Einstein no início do século passado para ilustrar a sua teoria mais famosa, a da relatividade. A frase mais célebre da física também se encaixaria nos dias atuais para ilustrar os reflexos do câmbio no funcionamento do setor automotivo e apresentar certa dicotomia: o dólar valorizado serve aos interesses de alguns e nem tanto aos de outros.

A respeito do primeiro aspecto a moeda estrangeira forte favorece aqueles que a manejam em suas operações, no caso as empresas exportadoras. No ano passado, por causa da pandemia, os volumes embarcados caíram 24% na comparação com aqueles registrados em 2019. Exportou-se menos no cenário adverso com países de portas fechadas em alguns momentos, mas não fosse o dólar valorizado as perdas teriam sido maiores.

"As exportações ocorridas no ano passado ajudaram a cobrir o custo fixo das montadoras", diz Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, indicando o papel paliativo que a moeda valorizada ante o real pode desempenhar em casos de baixos volumes na indústria global. No ano passado exportou-se menos pelo terceiro

rafastockbr/shutterstock

ano consecutivo, indicam dados da entidade, mas em valores houve crescimento relevante para a indústria a ponto de se comemorar.

"Se analisarmos o ano como foi, com as empresas com problemas de caixa e logísticos, o resultado foi, sim, importante."

Entraram no caixa das montadoras por meio das exportações em 2020 US$ 7,3 bilhões, 24,6% a menos do que em 2019. No entanto, diz Moraes, é preciso olhar para a evolução mensal dos ganhos: em março, início da pandemia no País, os embarques ao Exterior injetaram US$ 709,9 milhões nas montadoras. Em abril, primeiro mês de paralisações de linhas e embarques, despencou para pouco mais de US$ 252 milhões. A partir dali os valores subiram de US$ 317 milhões, em maio, para US$ 841 milhões em dezembro.

"Os mercados na região, onde os produtos feitos aqui são cativos, foram reagindo de forma gradual e, apesar dos volumes terem sido menores na comparação com outros anos, o câmbio foi fundamental para salvar as empresas em um momento difícil. Afora isso foi fundamental também para consolidar o processo de internacionalização das montadoras que já estava em curso e que ganhou força na pandemia."

A Volkswagen Caminhões e Ônibus é um exemplo de empresa com perfil exportador que seguiu caminhos comerciais além daqueles em que o veículo brasileiro já está consolidado. Ao longo da pandemia a empresa intensificou os trabalhos de busca por novos mercados no continente africano, no Oriente Médio e mais recentemente na Ásia, mercado visto como promissor para modelos leves como o seu caminhão Delivery.

O planejamento influenciou os resultados da companhia no Exterior, como é possível ver nos números divulgados no quadrimestre: de janeiro a abril o volume exportado dobrou na comparação àquele registrado em igual período em 2020, somando 2,5 mil unidades.

Conta Leonardo Soloaga, diretor de vendas internacionais, que "o crescimento que se vê é resultado de duas coisas. Uma é o aumento da demanda por caminhões no mercado regional e a outra, sem dúvida, é o câmbio, que tornou o nosso produto, que tem alto índice de nacionalização, mais competitivo no mercado externo".

Se no universo cambial tudo é relativo o outro lado da moeda forte representa uma série de desafios aos importadores de veículos. As empresas associadas à Abeifa registraram queda de 20,7% nas vendas de veículos estrangeiros no País, um resultado que, segundo o presidente João Oliveira, sofreu influência direta do dólar valorizado: "A escalada do câmbio representou entrave aos negócios no ano passado e, também, mostra que são urgentes medidas para desafogar nosso setor, como a redução da alíquota do imposto de importação que incide sobre os veículos".

As montadoras instaladas no País, ainda que tenham à mão a possibilidade de equilibrar as contas por meio do dólar valorizado, também compartilham da preocupação dos importadores, uma vez que trazem de fora peças para os veículos produzidos aqui. Esse cenário, inclusive, constitui importante debate – e, por que não, transformação – no setor automotivo

atualmente: seria este o cenário ideal para aumentar o índice de nacionalização dos veículos como forma de proteção ao dólar valorizado?

"O dólar se manterá acima dos R$ 5 pelo menos até o fim do ano que vem", acredita João Marcos Andrade, professor de comércio exterior da Uninter. "Diante disso há grande possibilidades de a indústria articular a produção nacional de itens que geralmente traz do Exterior, o que não será fácil."

MOVIMENTAÇÕES SENTIDAS

Ele indica como entraves o poder de investimento das montadoras e, também, a fragilidade da cadeia de fornecedores:

"Os ciclos de investimentos anunciados não contemplavam algo intangível, como foi a pandemia e seus desdobramentos na operação. Nacionalizar significa investir também em ferramental, no desenvolvimento de fornecedores e, em última instância, no suporte financeiro a parte da cadeia".

Nesse sentido as empresas fabricantes de autopeças já observam movimentação nas montadoras e sistemistas além da usual por opções de fornecimento interno de componentes que, por ora, são importados. De acordo com Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, "todos os elos da cadeia nacional estão trabalhando de forma mais intensa na busca por alternativas de fornecimento, no sentido de se criar planos A, B e C". O setor projeta crescimento de 13% no faturamento este ano na comparação com resultado de 2020, mas por meio do mercado de reposição, aquecido, e da retomada das demandas OEM.

"Apesar disso é preciso exportar mais, aproveitar o câmbio, é pra isso são necessárias medidas como acordos bilaterais."

Eaton e ZF, dois dos principais fornecedores de sistemas de transmissão com produção nacional, apontam a nacionalização como tendência. De acordo com Antônio Carlos Galvão, presidente da Eaton, que destina boa parte de sua produção local para atender às demandas intracompany no Exterior, "as montadoras

Pense Verde, Pense no Futuro

assim como a Mangels e Honda

A Mangels se destaca mais uma vez com seus clientes como um dos **melhores fornecedores do ano na Honda Automóveis do Brasil**, recebendo a premiação na categoria **Meio Ambiente** pelo projeto **Excelência no Programa de Redução de CO_2.** É com muito orgulho e alegria que recebemos essa premiação, pois reconhecemos o papel fundamental da empresa com o meio ambiente e os impactos para as futuras gerações de nosso país.

Conheça os Nossos Negócios

Mangels

www.mangels.com.br

/mangels /mangelsindustrial

Unidades: Aparecida de Goiânia/GO - Araucária/PR - Canoas/RS - Feira de Santana/BA - Manaus/AM - Paulínia/SP - São Bernardo do Campo/SP - Três Corações/MG

precisam priorizar os investimentos feitos aqui e, assim, manter a aposta na localização. Afora a proximidade com o fornecedor e outras questões logísticas, temos no País centros de excelência em termos de manufatura para o setor automotivo".

Para Carlos Delich, presidente da ZF, no momento muitas montadoras estão buscando aumentar o índice de nacionalização, um aprendizado, segundo ele, que surgiu a partir do avanço da pandemia e dos problemas de abastecimento de peças e partes que surgiram a partir dela: "Afora o legado técnico a indústria nacional tem capacidade, hoje, para atender a um eventual aumento da demanda no mercado interno por causa da busca por mais nacionalização".

MODELO FRÁGIL

Pelo lado das montadoras também há crença em maior índice de nacionalização, mas com ressalvas. Moraes, da Anfavea, afirma que para determinados componentes os volumes atuais utilizados no mercado nacional ainda não justificam uma produção nacional: "Nossa cadeia é forte, mas para determinados volumes e segmentos há peças e partes que ainda não vale a pena nacionalizar, sobretudo aqueles que envolvem tecnologias novas". Um dos exemplos citados são equipamentos eletrônicos, especialmente os semicondutores, cuja produção no Brasil é incipiente.

A Toyota, por exemplo, já articula com seus fornecedores a localização de componentes. De acordo com Evandro Maggio, seu diretor de compras, a empresa mantém conversas com a Abrasa, a associação de seus fornecedores no Brasil, no sentido de verificar o que poderia ser fabricado localmente: "É uma tendência. Ainda há espaço para aumentar a nacionalização de partes e peças consideradas commodities, como aquelas feitas em vidro, plástico e borracha".

A questão cambial, mais do que exercer influência nos resultados do setor automotivo ao longo da pandemia, também estimulou discussão conceitual acerca do desenho da indústria como ela é hoje. Não é raro, por exemplo, vozes no setor questionando a fragilidade do modelo de fornecimento:

"A pandemia expôs os pontos fracos da indústria, dentre eles como ainda somos dependentes de produtos importados e como isso afeta sobremaneira as nossas linhas quando o câmbio dispara", diz o presidente da Anfavea. "Vemos lá fora uma certa corrida pela diminuição da dependência de produtos importados, algo até ligado a políticas de Estado".

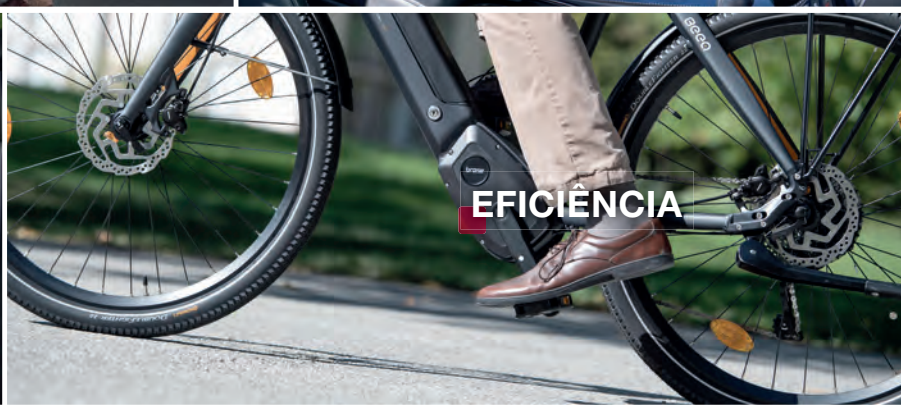
"Mesmo com o câmbio alto ainda compensa importar alguns itens", diz Soloaga, da VW/CO, que apoia as melhorias estruturais no País no sentido de se facilitar o fluxo logístico e, assim, reduzir o custo operacional das empresas do setor. "Falta matéria prima, os navios pararam de trazer os insumos. Depender menos do Exterior, em alguns aspectos, ajuda em momentos de volatilidade e real desvalorizado. Se um navio para em algum lugar do mundo, as montadoras também param." ■

Reajuste trimestral

O dólar valorizado provocou aumento nos preços dos veículos este ano. De janeiro a março o preço dos automóveis 0 KM subiu, em média, 3,36% segundo levantamento da KBB, Kelley Blue Book, empresa especializada na análise de preços do mercado automotivo. Alta nos custos dos insumos, cotados em dólar, foi uma das razões que colaboraram para essa correção nos preços, de acordo com a empresa. Dos dez automóveis mais vendidos no trimestre o Hyundai HB20 foi o que registrou o maior aumento de preço no período, 8,77%, seguido pelo Jeep Compass, que ficou 7,1% mais caro. Em terceiro lugar ficou o Fiat Argo, com reajuste de 4,51%.

brose
Excellence in Mechatronics

MOBILIDADE É NOSSA PAIXÃO



A Brose mantém o mundo em movimento. Por mais de 100 anos, nós desenvolvemos soluções para o futuro da mobilidade.

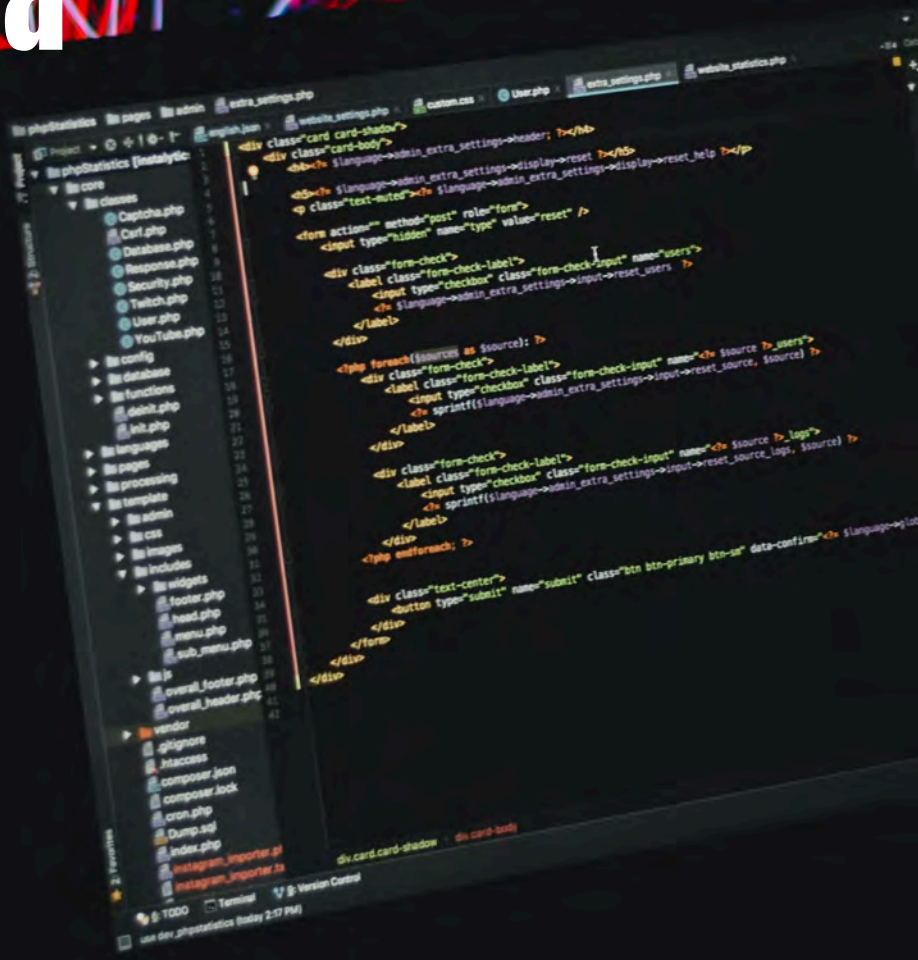
Com excelência em gestão de projetos desenvolvemos sistemas mecatrônicos de confiança e alta performance, para manter você em movimento.

Também no Brasil, a Brose é líder em sistemas mecatrônicos de portas e de eletro ventiladores – com conforto, segurança e eficiência.

brose.com

Por André Barros

Indústria 4.0 começa a descer a escada



Ainda existe um longo caminho a ser percorrido pela cadeia automotiva brasileira rumo à transformação de suas fábricas para Indústria 4.0. Mais adiantados, empresas fabricantes de veículos e empresas produtoras de sistemas automotivos estão, na média, à frente dos fornecedores tier 2 e tier 3, o que não significa que estes estejam parados no tempo: há bons exemplos e iniciativas vindas dos degraus mais abaixo da cadeia. E, mais importante, esforços para que todo o trajeto seja feito de forma ordenada, sem estourar a corda do lado mais fraco.

O conceito de Indústria 4.0, porém, causa divergências. Especialistas ouvidos por AutoData alertam para o que consideram

Cadeia automotiva nacional avança em passos lentos rumo à transformação digital da produção, mas boas iniciativas já são encontradas nos degraus mais abaixo

enorme desconhecimento e, mais grave, desinformação com relação àquela que ficou conhecida como a quarta revolução industrial, termo usado pela primeira vez em Hannover, Alemanha, há dez anos.

Ao contrário do que muitos pensam – e por vezes divulgam – apenas instalar robôs que se comunicam em uma linha de montagem não significa estar partindo rumo à quarta revolução industrial. O conceito é mais amplo: a fábrica precisa estar toda conectada, gerando e fazendo intercâmbio e análise de dados, gerida por inteligência artificial. O passo seguinte é conectar esse sistema às linhas de seus próprios fornecedores e ainda dos clientes, gerando um ambiente que praticamente tenha vida própria e consiga caminhar com suas próprias pernas.

"Uma iniciativa feita de forma isolada não traz muitos benefícios e, às vezes, até prejudica", diz Alexandre Sakai, dirigente das áreas automotiva e de eletromobilidade da Siemens. "A jornada para a Indústria 4.0 é inevitável, mas é preciso um plano bem desenhado e adequado às necessidades da empresa."

Os ganhos serão apurados com a qualidade e a conformidade da produção, com produtividade e customização, dentre outros fatores. Nesse ponto a Indústria 4.0 de certa forma retorna aos primórdios da industrialização, com possibilidades de personalização mais ampla mas dentro do conceito de produção seriada difundido por Henry Ford.

Para alcançar bons resultados de Indústria 4.0 em uma fábrica é preciso que investimentos em automação tenham sido feitos anteriormente, algo que surgiu na terceira revolução industrial, de acordo com Camilo Adas, presidente da SAE Brasil: "Muitas empresas não conseguiram ainda nem a excelência operacional que define a Indústria 3.0".

Assim, segundo ele, fica mais complicado obter avanços significativos em boa parte da cadeia automotiva nacional. Há outro fator: muitas empresas são pequenas, em alguns casos familiares, e acreditam não ter fôlego para investir ou estão mais preocupados em fechar as contas no fim do mês, questão agravada com a pandemia.

Mas existe uma grande rede de suporte, apoio e consultoria, alimentada principalmente por recursos do Rota 2030, que ajudam a solucionar este aparente entrave.

PARA TODA A CADEIA

Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, considera inevitável todos os elos da cadeia avançarem na questão: "Não é opção. Indústria 4.0 é mandatória. Permanecerão na estrada aqueles que seguirem essa direção e os demais ficarão pelo caminho".

Divulgação/Unsplash

Um exemplo de iniciativa vem da Selco, fornecedora de peças usinadas e forjadas para a indústria automotiva que participa do Grupo de PMEs do Sindipeças. André Silva, seu diretor executivo, diz que a partir desse ponto de partida compreendeu a necessidade de procurar recursos, por vezes a fundo perdido, para investimento em tecnologias de digitalização.

"As empresas grandes têm comitês, pessoal especializado na busca por linhas oferecidas para modernização. Nós, pequenos empresários, precisamos fazer as coisas na unha, procurar maneiras de investir dentro do orçamento e as linhas de financiamento disponíveis, ainda que exista burocracia."

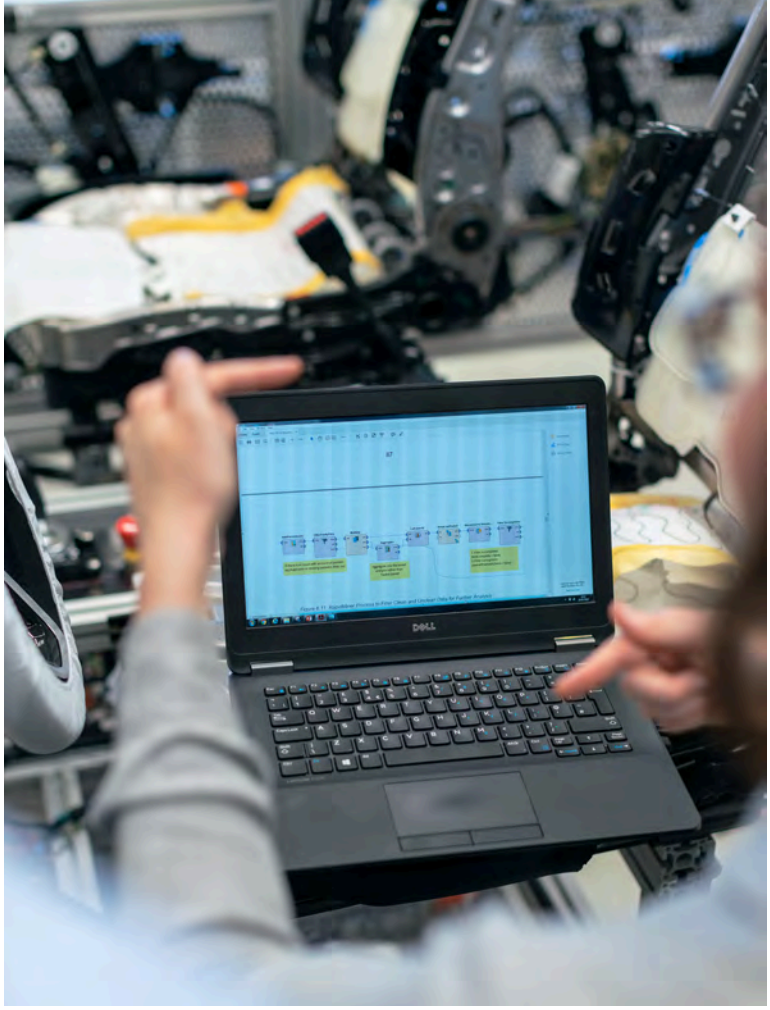
Ele considera o suporte do Sindipeças importante para os primeiros passos. Após tentativa frustrada de instalar nova linha com apoio de uma startup, projeto congelado por conta da covid-19 em 2020, no início deste ano a Selco foi aprovada em um projeto do Finep Empresarial, do Rota 2030. Os recursos serão aplicados em uma inspeção automatizada 3D, que conversará com outras máquinas e ajudará a estabelecer parâmetros de uma linha em São Bernardo do Campo, SP.

Para Silva este foi um pontapé inicial rumo à transformação da empresa: "Tivemos consultoria do Senai e este apoio financeiro do Finep. Agora começaremos o processo, com um cronograma de dezoito meses para entrar em operação".

A Paranoá, fabricante de mangueiras, injetados e compostos de borracha e revestimentos acústicos e térmicos, iniciou essa trajetória em 2017. O presidente Gustavo Mwosa conta que o investimento inicial, de R$ 600 mil, veio de recursos próprios. O resultado do primeiro projeto foi tão positivo que encorajou o empresário a buscar recursos com a Finep para fazer o mesmo em outras linhas.

"Não é automação, é pura inteligência. Temos ouro dentro das fábricas, que são os dados. Temos que explorar esse ouro, não comprar de fora."

Ele é entusiasta da transformação e já começou a prestar consultoria a outros fornecedores para que façam o mesmo: "Meu conselho é investir sem pensar no retorno financeiro. Quem faz isso já começa errado, porque o retorno pode vir um pouco antes ou muito depois do esperado. É só quando se vê a coisa funcionando que se entende a necessidade".



Diversos programas gerados a partir de fundos do Rota 2030 estão disponíveis para empresas do setor, de todo o porte. Alguns até a fundo perdido: ou seja, basta pegar o valor e investir. Entidades e consultorias se esforçam para ajudar a difundir as iniciativas, mas ainda há desconhecimento e desinformação, que causam receio nos empresários.

JORNADA CONJUNTA

O Sindipeças promove reuniões periódicas por meio do programa Inova Sindipeças, que incentiva a inovação especialmente em pequenas e médias empresas, e de outras iniciativas e parcerias. Mauricio Muramoto, diretor de inovação da entidade, afirma que o primeiro objetivo é desmistificar a Indústria 4.0, que ainda carrega uma aura de tecnologia limitada a grandes companhias. Ele alega que esta é acessível a todos e o Sindipeças ajuda a direcionar as necessidades e a apontar caminhos para conseguir, dentre outras coisas, colaboração para investir e dar os primeiros passos.

"A diferença de uma pequena empresa para uma grande companhia está na agilidade da decisão que, na pequena, está na mão do dono."

Ele, assim como Adas, da SAE Brasil, acredita que o Brasil ainda tem passos a dar no conceito de automação da Indústria 3.0. Um estudo da CNI, Confederação Nacional da Indústria, mostrou que as máquinas do parque industrial nacional têm, em média, 17 anos, sem inteligência embarcada. Por isso é inevitável que os passos sejam lentos.

"A indústria automotiva nacional ainda precisa avançar", diz Muramoto. "Os empresários são conhecidos por sua criatividade, o modo de conseguir enfrentar as dificuldades. É questão de tempo."

Adas alerta que a pandemia tirou um pouco do foco de muitos empresários que já começavam a demonstrar interesse na Indústria 4.0, uma vez que o caixa passou a ser a principal preocupação. Mas avalia que há como recuperar o tempo perdido.

"Claro que em países desenvolvidos, como Alemanha e Estados Unidos, a indústria está um pouco à frente. Aqui ainda temos montadoras e sistemistas em processo de adoção, alguns mais avançados do que outros, mas que acabarão por puxar os fornecedores menores."

Para Sakai, da Siemens, o porcentual de investimento da cadeia de autopeças em digitalização está crescendo e ganhando espaço sobre outros temas, como capacidade: "As empresas precisam ter um plano, um mapa para a Indústria 4.0. E para os tier 2 e 3 o incentivo deve vir de cima. Acredito que, se começar agora, a indústria pode colocar o Brasil no papel de protagonista".

Para Silva, da Selco, o momento é de clientes e fornecedores unirem esforços para o que chama de "jornada à Indústria 4.0". Ele alerta: "É hora de trabalharmos de forma integrada. Não podemos pensar, isoladamente, como empresa, que estamos concorrendo com um fornecedor chinês. É a própria indústria brasileira que está concorrendo com cadeias de outros países".

Por Redação AutoData

O novo normal nas compras automotivas

Seminário AutoData transmitido ao vivo pela internet debateu nacionalização, saídas para a falta de componentes e outros temas

As empresas fabricantes de autopeças trabalham com a expectativa de que haja normalidade nas entregas de insumos e componentes a partir do segundo semestre. Essa mensagem relativamente positiva marcou a abertura do Seminário AutoData Compras Automotivas, Novo Normal, promovido pela AutoData Editora durante três tardes seguidas na segunda quinzena de maio, de forma virtual, transmitido ao vivo pela internet para seus inscritos.

A expectativa é de Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, que abriu o evento. Segundo ele por ora o setor trabalha na busca por uma cadeia de fornecedores maior, no sentido de se proteger caso ocorra novo descompasso: "Não apenas as empresas sistemistas, mas todos os elos da cadeia estão trabalhando de forma mais intensa na busca por alternativas de fornecimento, conversando com mais empresas para criar planos A, B e C".

Ioschpe afirmou, ainda, que seguem mantidas as projeções de faturamento no setor de autopeças para 2021, de crescimento de 13% ante 2020, algo em torno de R$ 143 bilhões – caso se confirme será o melhor resultado desde 2018.

Na sequência Ivan Witt, diretor de com-

pras da Caoa Montadora, disse que busca localizar o máximo possível de peças e componentes dos veículos Hyundai e Caoa Chery produzidos em Anápolis, GO, e em Jacareí, SP, contanto que seja financeiramente viável.

"Quanto maior a peça maior a necessidade. Peças grandes ocupam mais espaço nos navios e pesam mais. Mas a equação precisa fazer sentido: no caso dos estampados, por exemplo, é difícil conseguir chegar a esse valor de produção local, porque a escala é baixa."

Witt disse que a Caoa está de portas abertas para fornecedores com soluções para nacionalizar peças e componentes de seus veículos. Em fevereiro a empresa promoveu um workshop com 47 empresas, no qual apresentou e ouviu oportunidades. Nos últimos cinco anos a Caoa dobrou o número de fornecedores de suas duas marcas, alcançando 118 empresas, e dos part numbers, que já são 762.

Mais tarde Matthias Kaeding, diretor de compras da Mercedes-Benz, abordou o futuro da cadeia de fornecimento. Para ele as oportunidades locais deverão ser maiores no futuro: "A Mercedes-Benz separou suas operações de caminhões e automóveis para ser mais flexível e aumentar o foco em cada mercado. Esse movimento deverá expandir as cadeias locais de fornecimento".

Kaeding disse que no futuro será necessário focar mais nas demandas regionais dos clientes e com isso a parceria com os fornecedores terá que crescer, pois a intenção é não desenvolver nada sozinho mas, sim, envolver seus parceiros do começo ao fim do projeto. Longos contratos de fornecimento também deverão ficar para trás, com parcerias mais específicas: "Imagino que precisaremos de uma cadeia de fornecimento exclusiva para cada projeto de mobilidade".

Fechando o primeiro dia painel com Giuliano Ampudia, diretor de compras, qualidade e desenvolvimento de fornecedores da Bosch, Fernando de Rizzo, presidente da Tupy, e Raul Germany, presidente da Dana, teve como tema a Inserção Global das Autopeças Brasileiras. Ampudia disse que "conviveremos por muito tempo, ainda, com os motores a combustão. Há aplicações potenciais em mercados na Ásia, por exemplo" que podem ser aproveitadas por empresas locais para alavancar as exportações.

De Rizzo também citou oportunidades no mercado externo ligadas ao powertrain: "Nos consolidamos nos últimos anos como polo produtor de motores do tipo Euro 5, que devem perdurar em determinados mercados globais. Isso certamente beneficiará a indústria nacional, desde que seja competitiva". Germany citou o exemplo da companhia, que exporta a maior parte de sua produção de componentes para veículos comerciais para os Estados Unidos: "Poderia ser ainda melhor não fosse o custo Brasil e a falta de agilidade nos processos".

DIA 2

Outro painel abriu o segundo dia do evento, com Marco Polo de Mello Lopes, presidente do Instituto Aço Brasil, e José Ricardo Roriz, presidente da Abiplast, para falar sobre insumos. Segundo eles a tendência de pressão sobre os custos dos produtores de aço e de plástico, que provocou reajustes nos preços dos produtos, seguirá nos próximos meses.

Mello Lopes lembrou que "o minério de ferro está cotado a US$ 230 a tonelada. Isso nunca aconteceu. É difícil prever novos reajustes, mas a demanda está em alta". E Roriz relatou ociosidade na indústria plástica, provocada pela baixa demanda que, na sua visão, é reflexo do alto custo da matéria-prima: "Não é possível repassar aumento de preço de mais de 100%. Não há risco de desabastecimento e a questão, agora, é mais a demanda que deverá cair nos próximos meses porque a renda do brasileiro não cresceu para acompanhar este aumento no preço".

A seguir Sérgio Soares, líder de inovação global da CNH Industrial, trouxe o diálogo para o setor de máquinas agrícolas, no qual, segundo ele, um ponto chave para o avanço de novas tecnologias será a ampliação da parceria e da colaboração dos fornecedores no desenvolvimento: "Não

se cria nada sozinho e precisamos sair da nossa zona de conforto para avançar nessa questão".

Para ele o Brasil possui diversas empresas, das tradicionais às startups, com capacidade para desenvolver e prover novas tecnologias a partir daqui, promovendo sua integração com as máquinas nacionais e até exportando. Mas, alertou, será necessário investir e ser mais competitivo para traçar esse caminho.

Depois, encerrando o segundo dia, Antônio Carlos Galvão, presidente da Eaton, e Carlos Delich, presidente da ZF, retornaram ao tema da nacionalização: para Galvão "as montadoras precisam priorizar os investimentos feitos aqui e, assim, manter a aposta na localização. Afora a proximidade com o fornecedor e outras questões logísticas, temos no País centros de excelência em termos de manufatura para o setor automotivo".

Delich relatou que várias montadoras buscam aumentar seus índices de nacionalização e que "afora o legado técnico a indústria nacional tem capacidade, hoje, para atender também a um eventual aumento da demanda no mercado interno".

Ambos citaram ainda que as matrizes estão buscando maior capacidade em suas subsidiárias para atender forte demanda por componentes para veículos elétricos nas fábricas instaladas na Europa, principalmente.

DIA 3

Importante debate abriu o terceiro e último dia do seminário: a alta demanda por componentes eletrônicos. Márcio Panassol, diretor líder da prática de sourcing & digital procurement da Deloitte, Ricardo Helmlinger, diretor da Standard America, e Fernando Jacomel, gerente de desenvolvimento de negócios da Qualcomm, chegaram a uma conclusão: o retorno à normalidade no fornecimento não ocorrerá em curto prazo.

Segundo eles a baixa produção do setor automotivo no início da pandemia reduziu a demanda das empresas do setor por chips e semicondutores, enquanto outras indústrias estavam crescendo e ampliando os volumes de pedidos.

Panassol entende que "outras variáveis, como a baixa proatividade no sentido de antecipar uma relação mais colaborati-

CAOA CHERY
E NEO RODAS

ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686

MAIS UM GRANDE LANÇAMENTO
COM A QUALIDADE E A CONFIABILIDADE
DOS PRODUTOS NEO RODAS

TIGGO 3X TURBO.
NOVO SUV DA CAOA CHERY.

NEO RODAS
www.neorodas.com.br

NEO RODAS FOI SELECIONADA PELO RECONHECIMENTO E INCENTIVO

va com esses fornecedores, tornaram a questão mais aguda. Mesmo sendo uma cadeia de fornecimento muito avançada, a das montadoras ainda tem muito espaço para evoluir nesse quesito, recapacitando seus funcionários para que eles olhem para todas as indústrias, conseguindo observar alguns movimentos que poderão afetar seus negócios".

Jacomel foi em linha semelhante: "Muitos componentes usados nos veículos também são demandados por outras indústrias, que estão crescendo. É preciso olhar para outros setores e antecipar a identificação de possível gargalo". E Helmlinger acrescentou que "existe mais um problema: os testes e validações desses itens na maioria dos casos são realizados nas Filipinas e na Malásia, e as empresas desse segmento já estão operando em capacidade máxima".

Os participantes lembraram que também existe pressão da China e dos Estados Unidos por esses componentes, que têm cerca de 80% de sua produção concentrada em Taiwan, que prioriza os pedidos dos dois países.

Na sequência Arnaldo Iezzi, vice-presidente da BorgWarner Morse Systems Europa, disse que a empresa planeja seguir crescendo por meio de aquisições: "Devemos avançar nesse sentido no campo das baterias, no qual ainda precisamos crescer para atender às demandas futuras".

Para o mercado da América do Sul há oportunidades na reposição e, também, em eventuais avanços para a combustão: "Uma vez que a matriz estiver focada na eletrificação sobrará maquinário passível de ser absorvido pela operação brasileira, que poderá, assim, expandir sua capacidade para atender ao mercado interno e também ao Exterior".

Fechando o evento Cláudio Brizon, diretor de compras da CNH Industrial, disse que tem se concentrado na busca de componentes que possam ser nacionalizados para reduzir a pressão cambial nos negócios.

"Componentes eletrônicos fazem parte de uma luta anual, pois sempre buscamos diferentes iniciativas para identificar oportunidades no mercado nacional. Também estamos focados nas áreas de componentes plásticos para acabamento interno dos caminhões, itens usados em transmissões e na área de componentes para chicotes, como terminais e conectores." ■

MAXION MONTICH: FORNECEDOR DO ANO

A Maxion Montich recebeu o prêmio de Fornecedor do Ano durante o Suppliers Excellence Awards 2021 da CNH Industrial.

Além do prêmio principal, a empresa venceu também nas categorias Entregas e Tecnologia e Inovação.

Parabéns,
Maxion Montich!

Aponte seu celular para o QR CODE e acesse a matéria completa.

MAXION MONTICH
CHASSIS E COMPONENTES AUTOMOTIVOS

CNH INDUSTRIAL

Por Caio Bednarski

Comunicação fortalecida

AGCO premia nove fornecedores, mas agradece os esforços de todos os quatrocentos que formam a base da companhia na América do Sul

A AGCO premiou os fornecedores que apresentaram o melhor desempenho em 2020, ano desafiador para o mundo e para a indústria automotiva, durante o South America Virtual Supplier Event 2021, realizado em maio. No total nove empresas foram reconhecidas, mas os cerca de quatrocentos fornecedores que formam a base da companhia na região também foram lembrados:

"Fizemos questão de passar uma mensagem de reconhecimento e agradecimento para todos, porque foi um ano de muitos desafios para manter as linhas de produção operando. Os problemas

Da esq. para dir.,, Carlo Martorano, vice-presidente global de compras e materiais da Massey Ferguson e AGCO América do Sul, Adriana Colin, mestre de cerimônia, Luis Felli, vice-presidente sênior América do Sul e Reinaldo Mendes, gerente sênior de compras América do Sul

Divulgação/AGCO

continuam em 2021, mas nossos fornecedores estão saindo da zona de conforto para nos ajudar", disse Carlo Martorano, vice-presidente global de compras e materiais da Massey Ferguson e AGCO América do Sul.

Os vencedores foram avaliados em critérios de desempenho, indicadores de qualidade, entrega, parceria comercial e diversidade e inclusão social – este, adotado exclusivamente pela operação da América do Sul na premiação do ano passado, a partir de 2021 passou a ser utilizado por todas as regiões globais.

De acordo com Martorano a pandemia acabou por provocar uma aproximação ainda maior da fabricante com seus fornecedores: aumentou bastante o nível de comunicação com cada um deles, de forma a antecipar e evitar problemas de abastecimento. Para 2021 a tendência é de continuidade desta política, principalmente porque a AGCO prevê elevar em nada menos de 50% o volume de compras com seus fornecedores, dada forte demanda do agronegócio.

Outra mudança, segundo o executivo, é que "antes da pandemia oferecíamos previsibilidade de um mês garantido de compras para os fornecedores e agora esse prazo foi estendido para seis meses. Fizemos isso para que eles tenham mais segurança em investir em matéria-prima, abastecimento da fábrica e em contratações, para que, assim, nós também consigamos produzir e atender à demanda em elevação".

Para Martorano o crescimento atual do agronegócio no Brasil acontece de forma sustentável, ao contrário de outras fases positivas que a indústria registrou no passado, alavancadas por incentivos governamentais: "Agora o cenário mudou e a demanda por máquinas está sendo puxada pela maior rentabilidade do agricultor, que pode investir em mecanização sem precisar de ajuda externa". ■

AGCO South America Virtual Supplier Event 2021

Top Argentinian
Mangueras Hidraulicas S/A

After-Sales
Timken do Brasil

Diversity and Inclusion
Demarest Advogados

Innovation and Collaboration
BorgWarner Brasil

Quality and Delivery Performance
KS Kolbenschmidt

Logistic Service Provider
Unidão Transportes e Logística

Indirect Provider
Bradesco

Partner
Vetore

Supplier of the Year
LTM Ind. Com. de Chicotes Elétricos

Por Caio Bednarski

O pote de ouro no fim do arco-íris Bosch

Dezessete fornecedores da empresa foram reconhecidos por seus desempenhos em 2019 e 2020 com o prêmio Magneto de Ouro

Divulgação/Bosch

A Bosch premiou dezessete empresas com seu Magneto de Ouro em três categorias durante seu Supplier Award, que avaliou de forma unificada o desempenho dos fornecedores em 2019 e 2020. A cerimônia foi realizada de forma virtual, em maio.

Segundo Giulianno Ampudia, diretor de compras, qualidade e desenvolvimento de fornecedores da Bosch América Latina, essa edição do prêmio foi particularmente vibrante: "Estou na área há mais de vinte anos e sei como é importante esse tipo de reconhecimento para o fornecedor. Mas, diante do momento atual, a premiação torna-se ainda mais relevante porque eles conseguiram superar grandes desafios para atender aos volumes solicitados na hora da retomada".

A premiação envolveu cerca de 3 mil fornecedores, base atual da companhia na região, avaliando todas as empesas em grandes blocos: Qualidade, Flexibilidade, Confiabilidade e Entrega e Performance

Magneto de Ouro Bosch Supplier Award 2021

Produtos e Serviços
Cargolift Logística
Ferramentas Nipotec
Renase Agência de Viagens e Turismo
Vivante

Material Direto/Soluções para Mobilidade
Autoplás
Comotec
Fagor Ederlan Brasileira
Metalúrgica Hassmann
Pro Metal Industrial
Rudolph Usinados de Precisão
Schulz
Sulbras Moldes e Plásticos
thyssenkrupp Metalúrgica
Zanettini Barossi

Destaques

Segmento Industrial
Máquinas Agrícolas Jacto

Peças de Reposição Automotiva
GCABE Produtos Elétricos

Ferramentas Elétricas
Radiciplastics

Técnica e Econômica. Dentro de cada um a Bosch avaliou série de pontos, como competitividade e a responsabilidade social de cada fornecedor.

Na comparação com a edição relativa a 2018 foram registrados avanços relevantes, observa Ampudia: "Ali 15% do volume total de compras no ano foi classificado como zero defeito. Agora o índice cresceu para 20%".

O executivo evita fazer projeções de volume de compras para 2021, mas disse acreditar em "incremento relevante" caso o mercado de veículos continue no mesmo ritmo registrado no primeiro quadrimestre do ano.

Ampudia ainda revela que a Bosch ajudará dezoito fornecedores a integrar às suas operações tecnologias da Indústria 4.0, ampliando sua parceria com a base e os desenvolvimentos conjuntos. O projeto tem recursos da Finep, Financiadora de Estudos e Projetos.

O projeto é fruto de uma boa experiência que a Bosch teve com a Rudolph Usinados. Foi o primeiro passo rumo à indústria 4.0 com um fornecedor, mas não partiu do zero: a Rudolph já tinha estrutura consolidada e a Bosch investiu em áreas estratégicas, que ganharam novas tecnologias.

O foco é no ganho compartilhado: tornando a Rudolph mais competitiva cresce, por consequência, a competitividade da própria Bosch: "Com os outros dezoito fornecedores o processo será o mesmo, para que seja uma parceria ganha-ganha. A diferença é que o investimento não será feito diretamente pela Bosch".

O projeto faz parte de uma diretriz do Rota 2030, que visa ao desenvolvimento e ao avanço tecnológico dos fornecedores nacionais.

Por André Barros e Caio Bednarski

CNH INDUSTRIAL GARANTE PAGAMENTOS AOS FORNECEDORES

E reconhece seus melhores em 2020: a Maxion Montich ganhou como fornecedor do ano, e mais 21 empresas foram laureadas.

A CNH Industrial reconheceu em seu Supplier Excellence Award os seus melhores fornecedores de 2020. O maior destaque, o prêmio Fornecedor do Ano, foi para a Maxion Montich, filial Argentina do Grupo Iochpe-Maxion, que alcançou a maior pontuação dentro dos critérios estabelecidos pela companhia, dona das marcas Case, New Holland, FPT Industrial e Iveco.

Mais 21 empresas receberam prêmio em várias categorias. Participaram todos os fornecedores sul-americanos com faturamento de, pelo menos, US$ 300 mil no ano passado. Atualmente a base de fornecedores da CNH Industrial na região compreende 680 empresas, de acordo com seu diretor de compras para a América do Sul, Cláudio Brizon.

Em 2020 a premiação contou com uma nova categoria, a de Diversidade nos prêmios de Sustentabilidade, vencida pela Fênix Soluções Ambientais.

Segundo Brizon as métricas estabelecidas anteriormente foram mantidas em 2020, apesar da pandemia: "O que nos deixou muito satisfeitos foi ver que as pontuações se mantiveram elevadas. Isso demonstra o engajamento dos fornecedores".

Segundo o executivo em 2021 os valores de compras de matérias-primas, peças, componentes e serviços de seus fornecedores deverão ser de 30% a 40% superiores aos de 2020, chegando à casa de US$ 1,3 bilhão.

O aumento nas compras deverá ser puxado pelo bom momento do agronegócio nacional, que tem elevado a demanda por máquinas agrícolas e, indiretamente, por caminhões. Também há boas perspectivas em infraestrutura, o que alavanca a

CNH Industrial Supplier Excellence Award 2020

Fornecedor do Ano
Maxion Montich

Aftermarket			
Agricultura	Construção	Veículos comerciais	Powertrain
Donaldson	**PK Cables**	**Mann+Hummel**	**SKF**

Entrega			
Agricultura	Construção	Veículos comerciais	Powertrain
Musian Canciani	**Pirelli**	**Maxion Montich**	**Carron**

Relações Comerciais			
Agricultura	Construção	Veículos comerciais	Powertrain
Michelin	**Kabel**	**ZF**	**Wabco**

Qualidade			
Agricultura	Construção	Veículos comerciais	Powertrain
Cronnos	**Pirelli**	**Fate**	**ThyssenKrupp**

Tecnologia e Inovação			
Agricultura	Construção	Veículos comerciais	Powertrain
Agro-Pertences	**PK Cables**	**Maxion Montich**	**RJ**

Serviços e Capex
Localiza

Transporte e logística
Nova Safra e Rodonaves

Sustentabilidade/Responsabilidade Social
Gerdau, projeto de construção de centros de tratamento para covid-19

Sustentabilidade/Meio Ambiente
Fênix Soluções Ambientais, projeto Carbono Zero na Gestão de Serviços

Sustentabilidade/Diversidade
Fênix Soluções Ambientais, projeto Inclusão e Diversidade no Ambiente Laboral de Mulheres e Refugiados Haitianos

Claudio Brizon, diretor de compras para a América do Sul

Divulgação/CNH Industrial

busca por equipamentos de construção e veículos comerciais:

"Desde agosto do ano passado o mercado está subindo e conseguiu, no segundo semestre, reverter a queda do primeiro, o que nos possibilitou empatar o gasto em compras de 2020 com 2019. E segue muito forte este ano, quando estamos tentando equilibrar a demanda com a capacidade de receber as peças".

Brizon lembra que as equipes de compras, logística e produção estão fazendo muitos esforços para manter a produção rodando. Os componentes chegam por navio e avião e, muitas vezes, em cima da hora. O executivo revelou que em alguns casos veículos estão saindo de linha incompletos, com finalização posterior, fora da linha de montagem.

Assim como acontece com toda a indústria automotiva a CNH Industrial também enfrenta dificuldades para comprar alguns itens e matérias-primas, começando pelo aço, situação que apresentou maior estabilidade do fim de abril para o começo de maio, quando as distribuidoras conseguiram recompor estoques: "Temos dificuldades em pneus, que é um problema global, assim como em semicondutores. Mas ainda não tivemos nenhuma parada longa na linha por falta de peças".

Nacionalizar segue sendo questão relevante dentro da companhia, embora Brizon ressalte ser momento complicado para os fornecedores investirem, uma vez que o foco está no atendimento à demanda atual. Para tranquilizá-los e garantir as entregas no prazo a CNH Industrial criou um sistema de garantia: ela se compromete a pagar as encomendas feitas, independentemente do que ocorrer.

"Com isso o fornecedor tem mais segurança para investir em matéria-prima e contratar pessoal sem receio de prejudicar seu fluxo de caixa, uma vez que a CNH Industrial assegura os pagamentos." ■

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®

mwm.com.br

MWM

Por Redação AutoData

Crescimento conjunto é o mantra

Dezesseis empresas foram reconhecidas pela Honda Automóveis por qualidade, entrega, atendimento e custos

Dezesseis fornecedores da Honda Automóveis foram reconhecidos pelo seu desempenho em suas áreas de atuação ao longo de 2020. As escolhas foram anunciadas em evento virtual realizado em maio e levaram em conta critérios como qualidade, entrega, atendimento, custos, preservação do meio ambiente.

Treze empresas receberam a premiação pela excelência em entrega e qualidade e mais três foram premiadas nas categorias Meio Ambiente, Divisão de Peças e no programa Honda Way, que objetiva fortalecer os princípios de produção da empresa, desenvolvendo técnicas que limitem variações no processo produtivo e tragam mais qualidade e segurança ao produto.

Luís Eduardo Onofri, gerente geral de compras e desenvolvimento, afirma, em nota, que o reconhecimento é importante não só para os fornecedores como para a própria empresa: "Esta premiação é uma oportunidade de crescimento conjunto, pois o aprimoramento traz bons resultados tanto para nós como para as parceiras". ■

Melhores fornecedores Honda Automóveis do Brasil 2020

Excelência em Qualidade e Entrega
Categoria Plástico
Treves
Vuteq

Categoria Estamparia
Yorozu Automotiva
Yutaka

Categoria Fundição
Eaton
Maxion Wheels

Categoria Matéria Prima
Chemours
Mitsui Prime Advanced Composites

Categoria Elétricos
Sumidenso
Denso

Categoria Componentes 1
NTN
Sogefi Suspension
Litens Automotive

Excelência no programa de redução de CO_2
Mangels

Excelência no programa Honda Way
Tower Automotive

Excelência no Atendimento da Divisão de Peças
Yachiyo

Por Caio Bednarski

Nove são os melhores da Hyundai em 2020

Fabricante reconheceu excelência de fornecedores no ano passado em sete categorias

A Hyundai premiou seus melhores fornecedores, aqueles que atingiram as metas de qualidade na entrega de produtos e serviços durante 2020 em cerimônia realizada de forma virtual. O evento foi criado em 2013, no primeiro ano completo da sua operação nacional, e desde então é realizado anualmente.

Ken Ramirez, presidente e CEO da Hyundai Motor América do Sul, disse em nota que o foco é reconhecer a excelência dos parceiros e compartilhar suas melhores práticas: "É uma oportunidade de motivar toda a cadeia de abastecimento para continuar na busca por novas oportunidades e aumentar nossa competitividade".

No mesmo comunicado Ivan Carvalho, diretor adjunto da divisão de Procurement, considera que "mesmo com os efeitos da pandemia nossos fornecedores demonstraram grande dedicação em atender aos requisitos de qualidade, volumes, sustentabilidade e competitividade. É a busca pela superação e excelência que queremos reconhecer". ■

Melhores fornecedores Hyundai Motor Brasil 2020

Excelência em Serviços de Comércio Exterior
Multilog

Excelência em Compras Gerais Indiretas
RFR Comércio e Reciclagem de Resíduos

Excelência em Material Direto
Arcelor Mittal

Excelência em Sustentabilidade
Robert Bosch

Excelência em Gestão de Qualidade
THN Brasil

Excelência em Competitividade
SaarGummi do Brasil
Sonavox Brasil

Excelência em Desempenho
Transys Brasil
Mobis Brasil

Por Caio Bednarski

TOYOTA ELIMINA CATEGORIAS

Eberspächer, no Brasil, e Petrocuyo, na Argentina, foram eleitos fornecedores do ano

Graças ao bom desempenho apresentado durante 2020 nove fornecedores, brasileiros e argentinos, foram premiados pela Toyota em evento realizado de forma virtual com sua cadeia de fornecedores, em maio. A Eberspächer, do Brasil, e a Petrocuyo, da Argentina, foram eleitos os fornecedores do ano.

Para esta edição do seu prêmio a Toyota promoveu importante mudança: foram eliminadas as categorias e o prêmio, agora, é entregue àqueles fornecedores que alcançaram nível de excelência em todos os quesitos avaliados.

Segundo Rogério Nakamoto, coordenador de compras, "desta forma os fornecedores precisam estar em alto nível em qualidade, custo, entrega e gerenciamento

Melhores fornecedores Toyota 2020

Melhor Fornecedor Brasil
Eberspächer

Melhor Fornecedor Argentina
Petrocuyo

Fornecedores reconhecidos no Brasil
JTEKT
Pioneer
Yazaki

Fornecedores reconhecidos na Argentina
Industrias Guidi
Ternium Siderar
Toyota Boshoku
YPF

Divulgação/Toyota

para concorrer. Não basta ser muito bom em apenas uma dessas áreas". Por gerenciamento a Toyota entende a soma de nível de comunicação, condições financeiras das negociações e desenvolvimento de projetos.

Segundo Nakamoto a intenção é simplificar a premiação e mostrar aos fornecedores quais são os pontos em que a Toyota deseja que eles dediquem mais esforços, sendo que os quesitos qualidade e custo pesam mais na avaliação. Todas as empresas foram avaliadas com notas de A até D e o reconhecimento foi dado às melhores, sendo que o melhor fornecedor de cada país produziu o resultado mais alto:

"Estamos mudando a Toyota para uma empresa de mobilidade, e não mais só de fabricação de veículos. Para isso precisamos ajudar a mudar também a cadeia de fornecimento, porque dependemos deles para atingir essa mudança. Estamos trabalhando nessa direção com cada uma das empresas, para que elas consigam nos acompanhar nessa transformação".

Para a próxima premiação, relativa a 2021, os fornecedores já estão sendo avaliados. A ideia da Toyota é reunir-se com a diretoria de cada um deles para apresentar pontos específicos a serem estudados e aprimorados.

A expectativa próxima é a de que as compras sejam maiores em 2021 na comparação com o ano passado, pois a produção da Toyota ficou paralisada durante abril, maio e junho devido à pandemia de covid-19: "O lançamento do Corolla Cross também ajudará no crescimento do volume de compras. Acredito que na comparação com 2019 também haverá incremento".

Por Leandro Alves e Márcio Stéfani

CAPÍTULO 5

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

O quinto e penúltimo capítulo da série especial Façam suas apostas, Senhores abre suas páginas para executivos de três fabricantes de veículos instaladas no País: Caoa, Nissan e Toyota, representadas, respectivamente, por Mauro Correia, CEO, Airton Cousseau, presidente para a Região do Mercosul e diretor geral para o Brasil, e Rafael Chang, presidente.

Inspirada pela manchete de sua primeira capa, AutoData propõe nessa série desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva nacional: mostrar como encaram questões específicas e da agenda setorial.

A série Façam Suas Apostas, Senhores busca as respostas desses executivos em alguns episódios exclusivos publicados nas quatro edições anteriores e na próxima edição de AutoData.

Confira nas respostas dos executivos a seguir suas visões quanto a temas relevantes e atuais de nossa indústria automotiva.

@iStockphoto

AUTODATA

1
ANO 1
OUT/92

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA 2

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

PÁGINA 7

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

PÁGINA 11

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

PÁGINA 14

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

ON & OFF

A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER FRANCO DE MATTOS AINDA É LÍDER.

O VICE-PREFEITURÁVEL DE CURITIBA.

SUCESSÕES.

O DÓLAR DE 90 CENTS.

NOVO COMANDO NA MWM.

SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

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

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

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

Waldemar Verdi

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

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

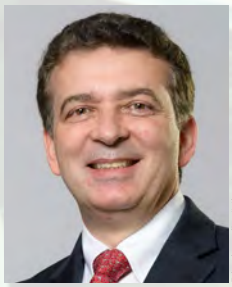
Além disso, segundo Waldemar Verdi, presidente da Abrad, a entidade das empresas de consórcio ligadas aos concessionários, "pelo menos 200 das atuais 550 administradoras de consórcios não terão como atender à nova legislação para o setor e fecharão suas portas"

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)*


Divulgação/Nissan

Airton Cousseau

Divulgação/Caoa

Mauro Correia

Divulgação/Toyota

Rafael Chang

O futuro ainda é nebuloso neste 2021, tanto em vendas como na produção automotiva. Há entidades e empresas que apostam em mercado interno em torno de 2,4 milhões de unidades. Considerando o ritmo de vacinação da população e a expectativa de crescimento do mercado com a retomada das atividades, como o senhor imagina este ano em termos de produção e vendas no Brasil? E em particular nos próximos três meses, qual será o ritmo?

Airton Cousseau – A situação do setor no País nos próximos três meses ainda deve ser muito instável em função da falta de clareza com relação à evolução da pandemia e pela instabilidade de fornecimento de algumas peças e do ritmo da cadeia logística. Mesmo assim é certo que 2021 fecha melhor do que 2020 e deve ter uma melhoria mais forte nos últimos meses. Com isso acreditamos que o mercado interno deve fechar realmente com números próximos de 2,4 milhões de unidades comercializadas. Para a Nissan esperamos também uma evolução em relação ao ano anterior.

Mauro Correia – Acredito que, sim, fecharemos o ano com volume de 2,3 milhões a 2,4 milhões de unidades. Entendo que o que pode nos causar impacto não é tanto a vacinação da população, porque aprendemos como conviver com este momento delicado da economia e com esse momento de isolamento social, e fomos encontrando outras formas de contatar nossos clientes e fazermos vendas. O que pode vir a prejudicar um pouco a produção é a falta de componentes, principalmente de semicondutores. Agora se ouve falar também em falta de resinas, de materiais de borracha, pneus etc. Então isso pode, sim, afetar o balanço final. Acredito que isso é o que nos próximos três meses pode trazer um ritmo um pouco mais instável e não de tanto crescimento. A indústria, globalmente, está se mexendo para fazer esta recuperação da disponibilidade de componentes, como em alguns casos até a recuperação da capacidade produtiva. Em semicondutores nós tivemos um problema sério com uma empresa produtora nos Estados Unidos e um caso de incêndio na Ásia, no Japão, de uma outra empresa, então nos próximos meses ainda deveremos sofrer um pouco com o problema de produção, mas com uma tendência de crescimento.

Rafael Chang – O mercado demonstrou uma recuperação importante em 2020, fechando com uma queda menor do que o esperado. Isso nos fez acreditar que o Brasil poderia fechar 2021 com cerca de 2,5 milhões de unidades comercializadas. No entanto o avanço da pandemia este ano, com paralisações de produção e fechamento do comércio em várias localidades do País, tem tornado esse cenário cada vez mais desafiador. A situação ainda é volátil, o que torna difícil definir com certeza qualquer prognóstico, e por isso, na Toyota, temos planos A, B e C dependendo das variáveis econômicas e de como a covid-19 evoluirá nos

próximos meses. Mas estar preparados é o que nos diferencia. Fazemos isso em conjunto com nossos fornecedores e concessionários e assim temos mais possibilidade de sucesso. Outras variáveis, como a falta de insumos e componentes, que têm afetado algumas montadoras – felizmente a Toyota ainda não foi afetada –, também pode contribuir para uma queda nessa projeção. Ainda assim sigo otimista porque existe no horizonte a expectativa que a pandemia passará com o avanço da vacinação e é isso que todos nós desejamos para a população brasileira. Além disso o Corolla Cross, que acabamos de lançar, está desempenhando muito bem, dentro do Brasil e nos países para os quais exportamos.

Os investimentos e a maior oferta de SUVs podem estrangular o mercado de entrada de carros pequenos? Qual o caminho para dar acesso aos consumidores de menor poder aquisitivo à mobilidade individual: carro próprio ou por meio de serviços?

Airton Cousseau – O segmento de SUVs, assim como o de picapes, está em crescimento no Brasil e a tendência é continuar em evolução nos próximos anos. No caso dos SUVs é uma tendência mundial e, em relação às picapes, está ligada a fatores como o forte desempenho do agronegócio e a versatilidade que estes produtos estão oferecendo. Nossa picape Frontier, por exemplo, é muito robusta para o trabalho, mas tem conforto e tecnologias dignos de carros de passeio, e é, então, um produto cada vez mais versátil. O segmento dito de entrada, ou dos modelos hatch compactos em geral, vem perdendo participação de mercado, mas ainda é muito significativo no Brasil. A questão é que é um segmento que exige muito volume para ser rentável, e cada montadora precisa olhar sua estratégia e seus objetivos para decidir o que considera sustentável. Nos segmentos nos quais decidimos atuar temos representantes competitivos. A questão do acesso ao carro passa por muitas variáveis, mas acredito que haverá diferentes opções para atender não apenas ao poder aquisitivo mas às necessidades de uso e até o estilo de vida dos consumidores. Então isso passa pela propriedade do automóvel ou mesmo por outras opções de serviços de mobilidade.

Mauro Correia – Minha visão é a de que todas as montadoras estão se movendo para carros com um conteúdo maior. Infelizmente o carro de entrada não é um produto que traga margem de lucro que compense todo o investimento necessário, inclusive na atualização de produtos para atendimento de novas legislações de emissões, segurança etc. Isso traz um custo a estes produtos que faz com que fiquem com um valor alto, caros, e, com isso, muitas vezes o consumidor prefere comprar um carro com maior conteúdo, com maior espaço interno etc. Para solucionar isso vejo dois caminhos: trabalharmos como empresa em um processo que traga o menor custo

> “A situação do setor nos próximos três meses ainda deve ser muito instável em função da falta de clareza em relação à evolução da pandemia e pela instabilidade de fornecimento de algumas peças.”
> Airton Cousseau

CAPÍTULO 5

> “Infelizmente o carro de entrada não é um produto que traga uma margem de lucro que compense todo o investimento necessário, inclusive na atualização de produtos para atendimento de legislações de emissões, segurança etc.”
> Mauro Correia

de propriedade para o consumidor, e isso não envolve tão somente o custo inicial ou o valor de venda do produto, mas também oferecer tudo aquilo que vai agregado à compra de um veículo como financiamento, seguro, crédito mais longo, pós-venda e manutenção a custos que tornem, para ele, o produto mais accessível, e, ao mesmo tempo, mais competitivo. Outro passo é por meio de serviços, principalmente o carro por assinatura. Isso faz com que o consumidor não precise aplicar um capital muito alto para a aquisição do bem, mas permite que ele, com parcelas mensais, tenha à sua disposição um veículo ou uma forma de mobilidade. Este é um modo de distribuição que está crescendo muito e é uma forma de oferecer acesso a produtos de maior valor agregado, às vezes com custo até menor do que o valor de um financiamento.

Rafael Chang – Sem dúvida o mercado tem migrado para veículos com maior valor agregado, não só por exigências legais ambientais e de segurança, mas porque é isso o que o consumidor tem demandado. Há poucas décadas produzir um carro era bem diferente de hoje. Pouco tempo atrás era comum encontrar veículos 0 KM de entrada sem ar-condicionado, direção assistida, freios ABS ou mesmo vidros elétricos. Hoje o consumidor não aceita mais esse tipo de produto. Por um lado isso é positivo, pois significa que os brasileiros estão circulando em carros mais seguros e que são mais limpos, amigos do meio ambiente, mas que também são mais caros para serem produzidos. Apesar desse aumento de oferta e vendas dos SUVs a participação dos hatches e sedãs de entrada ainda é a maior do mercado, com quase 40%. De toda maneira essa é uma parte da grande transformação pela qual a indústria automotiva está passando globalmente. Nós da Toyota estamos também nos transformando em uma empresa de mobilidade, oferecendo serviços cada vez melhores aos nossos consumidores em todo o mundo, com o intuito de atender a essa crescente demanda por serviços de mobilidade e pela mudança no perfil de uso dos veículos de parte da população. Um exemplo disso foi o lançamento da Kinto no Brasil no ano passado, a nova companhia de soluções de mobilidade da Toyota. Atualmente oferecemos os serviços Kinto Share, de aluguel de veículos por meio de aplicativo e estações localizadas nas concessionárias Toyota, e o Kinto One, serviço de gerenciamento de frotas corporativas. Desde seu lançamento, em julho de 2020, já temos mais de 20 mil usuários cadastrados e realizamos mais de 6 mil aluguéis pelo Share, enquanto no One, lançado em novembro de 2020, já temos uma carteira com centenas de clientes.

Com a saída da Ford do Brasil como fabricante local abriu-se a oportunidade de outras empresas conquistarem os 130 mil clientes que, em teoria, ficaram órfãos. Sua empresa acredita que pode ter a preferência desse potencial cliente que

rte.com.br

Somos a transportadora nº 1 em excelência, eleita pela CNH Industrial.

Queremos ser a sua também.

APONTE A CÂMERA DO SEU SMARTPHONE AQUI PRA GENTE CONVERSAR.

Fomos reconhecidos na Suppliers Excellence Awards 2020 como a MELHOR TRANSPORTADORA na Categoria Transporte de Reposição por cumprir os critérios:

- **Entrega pontual e completa**
- **Qualidade de faturamento**
- **Visibilidade e reclamações de transporte**

OBRIGADO A TODOS OS NOSSOS COLABORADORES E PARCEIROS PELA DEDICAÇÃO EM CADA ENTREGA E À CNH INDUSTRIAL POR MAIS ESSE RECONHECIMENTO.

SUPPLIERS EXCELLENCE
CNH INDUSTRIAL
DESTAQUE
TRANSPORT LOGISTICS
AWARDS 2021

RTE RODONAVES 40 ANOS

CAPÍTULO 5

"A situação ainda é volátil, o que torna difícil definir com certeza qualquer prognóstico, por isso na Toyota temos planos A, B e C dependendo das variáveis econômicas e de como a covid-19 vai evoluir."

Rafael Chang

está em busca de uma nova marca? Qual é a expectativa de crescimento da sua participação de mercado considerando-se essa hipótese?

Airton Cousseau – A Nissan tem 3% de mercado no Brasil, então a oportunidade de crescer é muito grande. A entrada ou saída de um competidor causa impactos de diferentes formas no mercado, nem sempre só positivamente para os concorrentes. A Nissan tem compromisso com o Brasil, acredita no potencial do País e prefere ter seu plano estratégico baseado em seus pontos fortes e sua visão de mercado. Não podemos contar com este tipo de situação para evoluir.

Mauro Correia – Acredito que todas as marcas estão atrás desses clientes. É natural, em alguns casos específicos que a Ford produzia e não produz mais, que esses clientes procurarão outras marcas e a Caoa está plenamente preparada para oferecer produtos e serviços de altíssima qualidade para esses consumidores. Ao mesmo tempo continuaremos representando a Ford, que está trazendo carros espetaculares, mas nos casos em que a Ford deixou de participar do segmento temos produtos e somos bem competitivos. Temos uma grande expectativa de crescimento com a marca Caoa Chery de, até o último trimestre desse ano, estarmos na lista das dez marcas que mais vendem no Brasil e de mantermos um forte crescimento para o próximo ano, com o lançamento de novos produtos, aumento da capilaridade da nossa rede de distribuição e uma comunicação muito forte. Estamos levando essa marca a patamares cada vez mais altos, e esse é o nosso objetivo.

Rafael Chang – É claro que novos clientes são importantes e sempre são muito bem-vindos. Neste ano lançamos um veículo no mercado brasileiro que inaugurou um novo segmento para a Toyota, o Corolla Cross, e ele já está trazendo novos clientes para a nossa marca. No entanto a Toyota sempre trabalha com um planejamento de longo prazo e não levamos esse fator em consideração no nosso cronograma anual de produção ou planejamento de vendas. Mas, aproveitando esse tema, é importante reforçar que apesar de existir bastante incerteza quanto ao futuro, principalmente devido à pandemia, e da nossa lucratividade diminuir a cada ano, o que complica nossa capacidade de investimento, seguimos comprometidos com o Brasil e com nossa missão de nos transformarmos em um dos maiores provedores de soluções de mobilidade para atender as necessidades de nossos consumidores, no Brasil e no mundo.

Ainda há um cenário incerto sobre as opções que serão adotadas no País com relação à necessária transição para a mobilidade limpa, sem emissões. Fabricantes da Europa e da Ásia sinalizam para uma intensa produção de veículos elétricos já a partir de 2030. Como o senhor vê a chegada da eletrificação automotiva ao Brasil? Teremos condições de acompanhar o ritmo dos países desenvolvidos?

Airton Cousseau – A Nissan acredita na eletrificação e entendemos que ela dá uma ampla gama de possibilidades, do modelo 100% elétrico, como o Nissan Leaf, ao nosso sistema inovador e-Power, um sucesso no Japão e que está começando a chegar em outros mercados, e, até mesmo, um projeto pioneiro que estamos conduzindo no Brasil e no Japão, a Célula de Combustível de Óxido Sólido, SOFC, que funciona por meio de energia elétrica gerada a partir da utilização do bioetanol. Esta gama permite que países, regiões ou mesmo tipos de clientes escolham ou se adaptem da melhor maneira possível às suas necessidades. Em julho de 2019 foi o lançamento no Nissan Leaf no País, e trata-se do ícone mundial do segmento de carros 100% elétricos. Aprendemos nesse período e estamos vendo que o mercado está aceitando a eletrificação. Agora, estamos nos preparando para, em breve, avançar. Isso é uma clara resposta que os elétricos vão evoluir cada vez mais rápido no Brasil. Vivemos em um País continental, então, também é natural que a eletrificação chegue com diferentes intensidades de acordo com o Estado ou região. Mas a eletrificação não é o futuro, já é o presente.

Mauro Correia – A eletrificação já chegou ao Brasil e nós temos plenas condições de acompanhar o ritmo de países do primeiro mundo. O Brasil vai passar pelo momento do veículo híbrido de maneira muito forte e acredito que aqui temos uma vantagem competitiva, a utilização do etanol como combustível: tem uma das menores emissões, além de ser renovável – o que é muito importante para o País. Será um grande diferencial quando unido à tecnologia híbrida. Acredito que o Brasil, além de tudo, também tem condições de produzir de componentes para veículos eletrificados, como baterias, motores elétricos e outros componentes, acompanhando, sim, o ritmo dos países de primeiro mundo em termos de tecnologia. Talvez por sermos um País continental, com o tamanho da Europa, e por uma infraestrutura um pouco mais acanhada, levaremos mais tempo para chegarmos em um puro elétrico e termos toda uma rede de abastecimento, mas entendo que temos que olhar para nossa política energética e entender se realmente, para o Brasil, tendo um combustível renovável, a eletrificação é um melhor caminho. Tenho a certeza de que a eletrificação veio para ficar na indústria automotiva brasileira, mas quem dará o caminho, se o híbrido ou o 100% elétrico, é o consumidor e o custo destas tecnologias, além da oferta de infraestrutura para tudo isso e para podermos ofertar aquilo que melhor atende as necessidades e expectativas de nossos consumidores.

Rafael Chang – A Toyota acredita que o caminho da eletrificação no Brasil começa pelos híbridos flex, por dois motivos: 1) a infraestrutura já está pronta e não requer investimentos e, 2) o etanol é uma realidade, gera emprego e renda no País. É uma tecnologia limpa e renovável e é o combustível que menos emite CO2 se olharmos todo o ciclo de vida do veículo. Esse mercado é ainda pequeno, representando apenas 1% do total em 2020, mas ele já foi de apenas 0,004% em 2012. Nos quatro primeiros meses de 2021 foram emplacadas 7 mil 290 unidades, um aumento de 29,4% se comparado ao mesmo período do ano anterior, e nos orgulhamos de liderar esse mercado com 46% de participação. Pensando no futuro, a indústria e o governo brasileiro precisam planejar a transição para a eletrificação de forma gradual e considerando todas as tecnologias – ou seja, os híbridos, híbridos plug-in, elétricos puros e células de combustível. Essas tecnologias podem e precisam conversar com a matriz energética brasileira e a infraestrutura disponível ou em desenvolvimento. Todas essas tecnologias são necessárias para realizar a neutralização de carbono e a Toyota acredita e investe em todas em nível mundial, pois acreditamos que

> "A entrada ou saída de um competidor impacta de diferentes maneiras o mercado, nem sempre só positivamente para os concorrentes. Não podemos contar com este tipo de situação para evoluir."
>
> Airton Cousseau

> "A eletrificação já chegou ao Brasil e nós temos plenas condições de acompanhar o ritmo de países do primeiro mundo. O Brasil vai passar pelo momento do veículo híbrido de maneira muito forte."
>
> Mauro Correia

> "O Brasil precisa de uma agenda competitiva robusta e clara, que permita ao setor privado trabalhar com previsibilidade e planejar investimentos de longo prazo."
>
> Rafael Chang

a diversificação de portfólio nos permitirá oferecer o produto certo e que o cliente pode comprar em qualquer lugar do mundo, respeitando as características e a maturidade de cada mercado. Seja qual for o país, a tecnologia terá que ser prática e sustentável. O Brasil, nesse sentido, se beneficia demais do etanol.

Se o senhor pudesse escolher uma pauta para o Legislativo tratar ainda em 2021, qual seria?

Airton Cousseau – Estamos aqui no Brasil e temos que pensar em ter um negócio sustentável e que evolua independentemente das decisões que serão tomadas em diferentes níveis. O Brasil, por exemplo, tem um potencial enorme de exportação de veículos, por isso estamos trabalhando para tentar aproveitar essa oportunidade – não podemos ficar esperando definições de pautas para só depois pensar em tornar viáveis nossos planos. Se tivermos uma operação eficiente, decisões positivas tomadas no futuro contribuirão para que ela seja ainda mais competitiva.

Mauro Correia – Entendo que a pauta são as reformas, porque é isso que vai dar uma maior estabilidade ao País. Nós precisamos de um sistema tributário muito mais simples e de regras que nos tragam segurança jurídica, assim como uma máquina administrativa mais leve e um País menos burocrático. Então as pautas do Legislativo para 2021 são a reforma tributária e a reforma administrativa.

Rafael Chang – O Brasil precisa de uma agenda competitiva robusta e clara, que permita ao setor privado trabalhar com previsibilidade e planejar investimentos de longo prazo, pois é bom para o setor privado, oferecendo capacidade de trazer recursos e lucratividade, para o governo, com maior arrecadação de impostos e estabilidade econômica, e sociedade, com mais empregos e melhores produtos e serviços. ■

REVISÃO das Perspectivas 2021

12
13
14
07

EVENTO ONLINE

O Seminário Revisão das Perspectivas 2021 está chegando e a cada dia que passa se torna um dos eventos mais importantes deste ano.

Além das presenças confirmadas (veja no site a programação completa), os impactos como o aumento da inflação, a estagnação [momentânea] da cotação do dólar e os reflexos da pandemia serão o combustível para que os líderes do setor automotivo possam debater e apontar os caminhos para o segundo semestre.

Não perca as promoções com descontos nas inscrições para os leitores de AutoData.

Participe.

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

AUTODATA Seminários

Por Márcio Stéfani

Venda de implementos cresce 57%

As fabricantes de implementos rodoviários associadas à Anfir registraram alta de 57,5% nas suas vendas até abril ante os quatro primeiros meses de 2020, somando 48,6 mil emplacamentos. Segundo José Carlos Spricigo, novo presidente da entidade, o agronegócio foi o grande responsável pelo resultado. Assim como aconteceu no ano passado o segmento pesado, de reboques e semirreboques, segue representando a maior demanda, com 28,8 mil unidades entregues até abril, alta de 78% ante igual período do ano passado. No segmento leve, de carroceria sobre chassis, foram vendidos 19,9 mil produtos, crescimento de 36,8% na mesma base comparativa.

Heliar: 90 anos, de olho nos elétricos.

Com bons resultados no segmento de reposição e redução dos volumes no OEM a marca Heliar completa 90 anos de produção no Brasil em 2021. E a Clarios, sua controladora, traça metas para os próximos anos: no horizonte está a possibilidade de expandir as aplicações de suas baterias no mercado interno, desenvolver novas tecnologias e consolidar ofertas de serviços. A empresa sinaliza para o amadurecimento de tendências globais no Brasil no que diz respeito ao mercado de baterias. As do tipo íon-lítio, também chamadas de baterias avançadas, ganham força à medida que surgem os primeiros modelos de veículos elétricos e a empresa já mantém produção deste componentes para o segmento de motocicletas.

Eaton Brasil recebe prêmio internacional

As fábricas da Eaton de Valinhos e Mogi Mirim, SP, foram premiadas como Planta Modelo 2020 de 45 unidades automotivas que a companhia possui em todo o mundo. A terceira fábrica reconhecida foi a de Pyungtek, Coreia do Sul. A premiação ocorre anualmente e avalia os critérios como segurança, qualidade, entrega e práticas de melhoria contínua. O reconhecimento confirma o alto nível das operações nacionais, que possuem papel relevante na operação global da empresa.

VW São Carlos: 2 milhões de EA211.

A Volkswagen registrou a marca de 2 milhões de motores da família EA211 produzidos na fábrica de São Carlos, SP. Integram a gama os motores TSI 1.0 turbo de três cilindros, fabricados na unidade desde 2015, que são aplicados nos modelos Polo, Virtus, up!, Nivus, T-Cross, Tiguan e Taos. Segundo a montadora este marco mostra a relevância que a fábrica tem para a região e para o Grupo, pois, além de abastecer o mercado interno, os motores TSI também são exportados para Argentina, México e Espanha.

Divulgação/VW

GM produzirá nova picape em São Caetano

A General Motors anunciou a produção de picape inédita na fábrica de São Caetano do Sul, SP. O projeto faz parte do ciclo de R$ 10 bilhões em investimentos previstos para as fábricas paulistas até 2025, para renovar o portfólio e desenvolver novas tecnologias. A picape será uma das integrantes da família GEM, Global Emerging Markets, aqui já representada pelo Onix, Onix Plus e o SUV Tracker. Serão cinco as carrocerias geradas a partir desta família, com alcance global para países emergentes, mas com pequenas alterações regionais. Pelo porte dos demais modelos a nova picape deverá suceder a atual Montana. Segundo comunicado divulgado pela GM o objetivo é "ampliar a presença da marca Chevrolet no próspero segmento de picapes, contribuindo ainda para o fortalecimento de outros produtos estratégicos para a empresa no mercado, como a S10". O novo modelo atenderá ao mercado brasileiro e será exportado para países da região.

Produção de motos cresceu 20%

A produção de motocicletas no primeiro quadrimestre do ano somou 359,6 mil unidades, volume 20,2% maior do que o registrado em igual período no ano passado, segundo a Abraciclo. Esse foi o melhor resultado para um quadrimestre desde 2019. Em abril a produção nacional chegou a 122,2 mil unidades. O presidente Marcos Fermanian disse que "depois de um primeiro bimestre bastante difícil a produção de motocicletas apresenta uma curva de recuperação e estamos bem próximos ao patamar registrado em 2019. A perspectiva para os próximos meses é manter esse ritmo e, com isso, regularizar o abastecimento". Diante do cenário a associação manteve as projeções de produção de cerca de 1 milhão de motos este ano. Caso se confirme o resultado, haverá crescimento de 10% sobre o volume total produzido em 2020. No acumulado do ano os emplacamentos somaram 300 mil unidades, alta de 9,1% na comparação com o mesmo período do ano passado. A média diária de vendas, em abril, que teve vinte dias úteis, foi de 4 mil 733 unidades. Este foi o melhor resultado para o mês desde 2015.

Clínica de restauração Jaguar Land Rover

Divulgação/Jaguar Land Rover

A Jaguar Land Rover inaugurou clínica de restauração de veículos antigos das duas marcas na fábrica de Itatiaia, RJ. O local possui 900 m² e espaço para doze veículos, seis baias de manutenção, área de desmontagem, oficina de motores e processos de pintura, tudo homologado pela empresa. A equipe de profissionais também é especializada na restauração de veículos antigos e usará equipamentos e peças originais, mantendo a autenticidade dos veículos.

Bosch investe R$ 170 milhões

A Bosch investirá R$ 170 milhões na América Latina em 2021, especialmente em localização de componentes. Como exemplo a empresa cita a transferência da linha de componentes diesel CRIN, Commom Rail Injector, dos Estados Unidos para Curitiba, PR, onde mantém um centro de desenvolvimento global de plataformas desses sistemas. Com essa transferência de linhas, a Bosch afirma poder atender à demanda local por componentes Euro 6, quando a norma P8 do Proconve entrar em vigor. O investimento contempla também localização em outras unidades de negócios, como ferramentas elétricas. Segundo o presidente Besaliel Botelho, presidente, "com a localização conseguimos ganhar mais produtividade, eficiência, qualidade e excelência na produção e comercialização de produtos para atender tanto à demanda local quanto a exportação".

VWCO dobra exportações

A Volkswagen Caminhões e Ônibus mais do que dobrou suas exportações de janeiro a abril deste ano na comparação com igual período de 2020, saindo de 1,1 mil unidades para 2,5 mil. Embora a base do ano passado seja baixa porque corresponde ao período em que a pandemia ganhou força no Brasil, a empresa melhorou o desempenho em diversos países da região. O Chile foi o mercado que mais demandou caminhões VWCO no período, com 720 unidades e com o segmento de mineração puxando o crescimento por lá. Nos demais países da América Latina o aumento nas exportações foi devido à distribuição de alimentos e bebidas.

Marelli expande catálogo de baterias

A Marelli lançou linha nova de baterias para veículos pesados. O novo código de sua oferta, o STD150LA, tem aplicação em modelos Agrale, Ford, Iveco, Mercedes, Volkswagen Caminhões e Volvo, e também em máquinas agrícolas Caterpillar, John Deere e New Holland. Elas possuem doze meses de garantia e são produzidas com separadores tipo envelope, de polietileno de alto desempenho.

Pirelli inicia vendas online de pneus

A Pirelli iniciou as vendas online de pneus para carros de passeio e SUVs no www.pirelli.com.br. O Brasil é o primeiro país da América do Sul a receber o marketplace da companhia, que nessa primeira fase terá dois parceiros de sua rede como responsáveis por atender aos clientes e realizar a montagem dos pneus, a Campneus e a TOC Pneus. No site os clientes escolhem o produto e qual revendedor está mais perto para atendê-lo e, depois de finalizar a compra, deverão comparecer até o local para retirada e eventual montagem do produto. Em breve a Bellenzier Pneus também fará parte da rede de atendimento do marketplace e, no futuro, a Pirelli quer que todas as lojas o integrem.

Pajero Full se despede

Para marcar o fim da produção da Pajero Full a Mitsubishi coloca no mercado a série especial limitada Legend Edition, de cem unidades, com pormenores exclusivos, a R$ 357 mil. Todas as unidades serão numeradas, terão o emblema da série nos vidros, nas laterais e na traseira. Os compradores também receberão um livro com a história do veículo, que foi produzido pela montadora durante quatro décadas. A série especial terá motor a diesel 3.2 de 200 cv de potência, transmissão automática e sistema completo de tração. Além de todas estas ações e também para marcar o encerramento da carreira do modelo a montadora colocou no ar o filme publicitário 'O Adeus', desenvolvido pela Tech and Soul, e que teve a música My Way, de Frank Sinatra, como trilha sonora.

Divulgação/Mitsubishi

ZF amplia atuação nos canais digitais

A ZF Aftermarket lançou a loja da marca Lemförder no Mercado Livre, plataforma de e-commerce. Fabricante de componentes de direção e suspensão, oferecerá itens como barras, pivôs, terminais e bieletas para o segmento de passeio premium. Já as lojas digitais Sachs e TRW, já disponíveis na plataforma, agora estão disponíveis também ao mercado uruguaio.

Stellantis e Ecovagas

A Stellantis aderiu ao projeto Ecovagas, iniciativa de Estapar e Enel X para criar uma rede de recarga semipública para híbridos e elétricos. Serão duzentos pontos de recarga espalhados pelo País para modelos Stellantis – no segundo semestre a companhia dará seu primeiro passo rumo aos elétricos com o Peugeot 208 e-GT e o Fiat 500e. A rede semipública está disponível em estacionamentos Estapar com equipamentos Enel X, que podem gerar até 80% da carga da bateria de um veículo elétrico em cerca de 3 horas. É semipública porque só estará disponível a clientes dos estacionamentos, mas o carregamento não será cobrado. As 200 vagas serão colocadas em estacionamentos em shopping centers, aeroportos, hospitais, arenas, prédios comerciais e instituições de ensino, dentre outros. Na primeira etapa serão instaladas em 23 cidades de dez estados.

Librelato abre escritório em Portugal

A Librelato expandiu sua operação no Exterior no primeiro quadrimestre com a exportação de dois semirreboques Carrega Tudo para mineração à Europa, que deverão, depois, ser enviados a algum país da África. A companhia também abriu escritório em Portugal com o objetivo de ganhar maior visibilidade na região e ter maior acesso aos negócios no continente africano. Para José Carlos Sprícigo, CEO, a empresa olha o mercado externo como um pilar estratégico de crescimento: "A importância que a Librelato dá ao mercado externo traz consigo ações sólidas e duradouras na busca pela expansão internacional. Por meio do acesso aos novos mercados, conseguimos ter uma visão além do horizonte em nossa empresa".

Divulgação/Renault

RENAULT: MESA

A Renault nomeou a argentina Silvina Mesa para ser sua CFO, chief financial officer, na Renault América Latina e do Brasil. A executiva, de 50 anos, se reportará a Vincent Piquet, vice-presidente de Desempenho, Controle de Vendas e Marketing. Formada em contabilidade pela Universidade de Buenos Aires e em gestão na Universidade de CEMA, Mesa trabalha na Renault Argentina há 24 anos. Passou por vários cargos na área de finanças até 2014, quando foi nomeada CFO da operação. Antes passou por Shell, Cadbury e Banco Mundial.

Divulgação/MB

MERCEDES-BENZ: CALONGA E GASPARETTI

A Mercedes-Benz indicou José Marcelo Calonga para o cargo de gerente de desenvolvimento de rede para o segmento de automóveis. Ele assume o cargo em 1º de julho e sucede a Roberto Gasparetti, que será o novo diretor de marketing e vendas na Argentina. Calonga iniciou carreira na Mercedes-Benz em 1994 como aprendiz mecânico e consolidou trajetória no Centro de Treinamento de Campinas, SP. Em 2019 foi promovido a gerente. Ele é formado em Engenharia Eletrônica e pós-graduado em Marketing. Já Gasparetti está na empresa desde 1989 e assumiu a área de Desenvolvimento de Rede e Treinamento em 2010.

Divulgação/Iveco

IVECO: PEIXOTO E FRAGA

A Iveco indicou Cynthia Peixoto (foto) como gerente de planejamento de demanda para a América do Sul. A executiva é graduada em Engenharia de Produção Mecânica pela Escola de Engenharia Mauá e pós-graduada em Logística Empresarial pelo IMAM. Fez carreira na Scania, onde atuou por 15 anos. Além disso Carlos Fraga foi contratado como novo gerente executivo de suporte ao cliente para a região. Sua equipe será formada por Alexandre Oliveira, suporte ao cliente do Brasil, Leandro Santana, suporte ao produto Brasil, Argentina e América do Sul, Daniel Moreira, planejamento e inteligência de serviços para a América do Sul, e Christian Schroder, suporte ao cliente Argentina e América do Sul.

Divulgação/Scania

Divulgação/Continental

CONTINENTAL PNEUS: OLIVEIRA

A Continental indicou Thais Oliveira para diretora de vendas de pneus de carga Mercosul. Ela ingressou na empresa em 2008 e nos últimos três anos liderava a área de vendas de pneus de passeio para montadoras na América do Sul. Sucede a Rodrigo Bonilha, que assumiu a vice-presidência da divisão de pneus Mercosul. Bacharel em administração com ênfase em comércio exterior e MBA em Gestão Comercial pela FGV, Oliveira terá a missão de gerenciar os negócios de pneus de carga tanto para o mercado de equipamento original quanto para reposição.

SCANIA: NUCCI, D'ANGELO, MENDONÇA

A Scania promoveu mudanças na sua área comercial, com Alex Nucci assumindo o cargo de diretor de vendas de caminhões. Ele trabalha na companhia desde 2004. Sua antiga posição de diretor comercial do Scania Banco será ocupada por Fabio D'Angelo. Celso Mendonça, atual responsável pela área de motores, assume também a área de mobilidade, nova designação para a área de ônibus da companhia. Além disso Wagner Tillmann, gerente responsável pelas regiões Centro-oeste, Nordeste e Norte, acumula a operação comercial no Sudeste e no Sul em substituição a Alan Frizeiro, que assumiu projeto especial para a rede de concessionárias.

480 000 brasileiros morreram vítimas da Covid-19 apenas até 9 de junho de 2021.

"O desempenho do PIB brasileiro no ano passado foi melhor do que o de países ricos como França e Alemanha."

Paulo Guedes, ministro da economia, em evento do banco Bradesco em 8 de junho.

"É uma crise sem solução."

Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, sobre a escassez de semicondutores na indústria automotiva.

"Não deixaremos de oferecer aquilo que nossos clientes mais valorizam em um automóvel nem focar em versões básicas em razão da escassez momentânea de suprimentos, mesmo que isso impacte temporariamente nossa produção."

Carlos Zarlenga, presidente da General Motors América do Sul, sobre o mesmo tema.

"Não somos contra incentivos, mas eles precisam ser limitados a um tempo específico, sem prorrogações. Quando passam a ser incorporados como regra do jogo deixam de atender aos interesses do País e passam a responder por privilégios específicos a poucos."

Roberto Matarazzo Braun, diretor de Assuntos Regulatórios e Governamentais da Toyota do Brasil, em artigo publicado no site de imprensa da montadora.

65 anos de sua fundação comemorou a Anfavea em maio.

1,7% foi a participação de mercado da Ford em maio, considerando automóveis e comerciais leves.

28 meses de cadeia foi sentenciado Gary Jones, ex-presidente do United Auto Workers, por crimes de corrupção cometidos em sua gestão no sindicato estadunidense.

REPENSE

QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras

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

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

© Samuel Hauenstein Swan

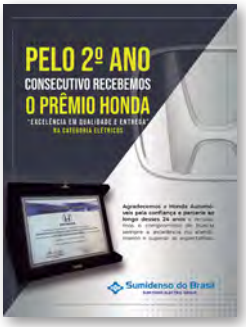
Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

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

MEDECINS SANS FRONTIERES
MÉDICOS SEM FRONTEIRAS

Prêmio Nobel da Paz 1999

Ano 29 | Junho 2021 | Edição 378

AUTODATA

Os patrocinadores desta edição