

# AUTO DATA

PERS  
PECT  
IVAS  
2022

A opinião dos líderes  
do setor automotivo

Projeções e análises  
para todos os segmentos

Os cenários da economia  
e da crise energética



**X  
A  
D  
R  
E  
Z  
2  
0  
2  
2**

The image features a central, glowing blue and white microchip on a green circuit board. Surrounding the chip are various data visualization elements: a red gauge showing 25%, a blue gauge showing 75%, a blue gauge showing 50%, and a blue gauge showing 100%. There are also several text boxes with numbers like '01', '02', '03' and '100'. The background is a dark blue with glowing lines and patterns, suggesting a high-tech environment.

**Um pequeno item promoverá gigantesca ordem das coisas  
no ano que vem: quanto mais semicondutores tivermos,  
mais produziremos e venderemos. E quanto menos...**

# Uma escolha pelo futuro. **Novo Volkswagen e-Delivery.**

O primeiro caminhão 100% elétrico  
produzido no Brasil.



Acesse nosso QR code  
ou [www.vwco.com.br](http://www.vwco.com.br)  
e saiba mais  
sobre o e-Delivery.

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vwcaminhoes

**150 concessionárias  
em todo o Brasil.**

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



**Disponibilidade de  
peças de reposição.**

**Garantia da bateria  
de até 5 anos.**



**Caminhões  
Ônibus**

ENTREVISTAS  
FROM THE TOP

12

ARTIGOS  
HOMENAGEM A S STÉFANI

112

**AUTODATA**  
Empresarial

Com a palavra os dirigentes de Anfavea, Sindipeças, Fenabrave, Abeiva e Abraciclo: o que pensam sobre os cenários para 2022.

Colegas de profissão de S. Stéfani, fundador da AutoData Editora, abordam sua relação com o jornalista que nos deixou recentemente

32

ESPECIAL PERSPECTIVAS: ABERTURA

38

MACROECONOMIA

44

FORNECEDORES E SISTEMISTAS

50

AMÉRICA LATINA

58

BMW

60

CAOA CHERY

62

GENERAL MOTORS

66

NISSAN

68

RENAULT

70

STELLANTIS

74

TOYOTA

76

VOLKSWAGEN

78

MERCADO DE LUXO

84

DAF

86

IVECO

88

MERCEDES-BENZ

92

SCANIA

94

VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS

96

VOLVO

100

MÁQ. AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

102

CARROCERIAS E IMPLEMENTOS

**131 SAINT-GOBAIN SEKURIT**

Aposta em transformação digital, proximidade com clientes e sustentabilidade para oferecer tecnologia

**134 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS**

As movimentações e novidades das empresas do setor automotivo

**137 AGÊNCIA AUTODATA GENTE**

As movimentações e novidades dos profissionais que atuam no setor automotivo no Brasil e no mundo

8

**LENTEs**

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

138

**FIM DE PAPO**

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

**MONTADORAS APRESENTAÇÃO**

Citroën C3 sempre foi sinônimo de hatch compacto sofisticado, mas nova geração nacional adotará agora ares 'suvstísticos'

108



Divulgação/Citroën

# AutoData, Ano 30

Por Marcos Rozen, editor

**N**obres leitoras e leitores: com essa edição, a de número 382, a revista **AutoData** entra em seu trigésimo ano de vida – algo provavelmente inimaginável quando seus gestores publicaram a histórica primeira edição, ainda em formato newsletter, em preto, branco e azul, ilustrada por bicos de pena, naquele outubro de 1992.

Como manda a tradição esta edição de aniversário é especial e traz as perspectivas para a indústria automotiva no ano seguinte, neste caso 2022. Nossa redação, em um trabalho intenso e hercúleo, fez dezenas de entrevistas com os líderes do setor para ouvir o que esperam do próximo exercício. Essas impressões e suas análises completas você confere nas páginas a seguir. Estamos certos de que essa edição, bem como o Congresso AutoData Perspectivas 2022, que se inicia nesse 18 de outubro em sua vigésima-oitava edição, serão balizadores definitivos para traçar os planos e estratégias das empresas para este próximo período, que certamente será cheio de emoções e, quem sabe, boas surpresas.

Esta será a primeira vez que a edição Perspectivas e o Congresso Perspectivas são realizados sem a presença de S Stéfani, que nos deixou a caminho de outras redações aos 72 anos, em setembro. Por isso essa edição traz também uma justa, justíssima homenagem a ele em artigos escritos por seus colegas de profissão. Além disso ninguém, além dele, poderia representar melhor a abertura das comemorações dos 30 anos da AutoData Editora, que você também poderá conferir nessa edição especial.

Stéfani sempre participou apaixonadamente da produção deste conteúdo jornalístico do Perspectivas de **AutoData**, fosse acompanhando entrevistas, formulando questões ou analisando com profundidade o material elaborado e resumindo o cenário com rara felicidade, fosse qual fosse. Esteja onde estiver temos a certeza de que ele está orgulhoso deste novo trabalho.



**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, Caio Bednarski, Eduardo Laguna, Hairton Ponciano Voz, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto: Zinetron/Shutterstock.com **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Gidas e Luiz Martins **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 441, bloco 5, 05802-140, Jardim São Luis, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTB 30 411/SP

# TIGGO



LÍDER  
ABSOLUTO

FALE COM A GENTE

☎ **0800-777 5448** 🗨

[WWW.D21MOTORS.COM.BR](http://WWW.D21MOTORS.COM.BR)



# O NOVO REI DOS SUVs.



 **Balneário Camboriú**  
Santa Catarina

**EM SEU 1º ANIVERSÁRIO, O TIGGO 8 TURBO GDI  
ASSUME A LIDERANÇA ABSOLUTA EM VENDAS NA CATEGORIA 7 LUGARES,  
———— SUPERANDO ————**

- TOYOTA HILUX SW4**
- MERCEDES-BENZ GLB 200**
- VOLKSWAGEN TIGUAN**
- CHEVROLET TRAILBLAZER**
- MITSUBISHI OUTLANDER**

Fonte: DETRAN - Emplacamentos no mês de agosto de 2021.



**CHAO CHERY**  
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN



No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.

### MAIS UM PIONEIRO QUE SE VAI

Falência geral dos órgãos nos levou José Edgard Pereira Barretto Filho no início da madrugada da segunda-feira, 27 de setembro. Foi pioneiro da indústria da fabricação de veículos na Vemag, vice-presidente da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, presidente da Abrave, entidade que antecedeu a atual Fenabrave, e presidente do Sincodiv SP, o sindicato dos distribuidores de veículos no Estado. Mais: integrou a primeira diretoria da Covesp, a Associação dos Concessionários de Veículos de São Paulo, antecessora da própria Abrave. Foi um fraternal amigo e apoiador da AutoData Editora.

### MAIS UM PIONEIRO QUE SE VAI 2

Tinha 87 anos e deixou a esposa, Neire, a filha Luciana, e amigos e admiradores como eu e como nós, da AutoData Editora, e pioneiros como ele e contemporâneos de várias gerações. Do primeiro casamento deixou José Edgard, Stella Maria, Renato (in memoriam), Maria Graziella e Fábio, quatro netos e um bisneto. Tavares de Miranda, vivo, diria que José Edgard descendia de tradicionais troncos fluminenses e paulistas desde antes da abertura para o café no Vale do Paraíba, a partir de Vassouras, RJ, e, depois, na Região da Mogiana. Seus ancestrais ligados à terra vieram do Vale do Paraíba para a Mogiana, onde mantiveram fazendas em Cravinhos, nas beiras do rio Mogi Guaçu, perto de Ribeirão Preto, SP. E também se dedicavam ao comércio e à política, como José Edgard Pai.

### MAIS UM PIONEIRO QUE SE VAI 3

Desde jovem José Edgard Filho foi atraído para o mundo da produção de veículos e para o da sua distribuição: vendeu seu primeiro carro aos 18 anos. Não há registros seus na política partidária – como aconteceu com o Pai, que foi secretário da Agricultura no Estado de São Paulo –, mas esses são fartos na política empresarial no papel de entusiasmado agente da vida associativa. Conviveu com os grandes de seu tempo e tornou-se o quarto presidente da Abrave, Associação Brasileira dos Revendedores de Veículos, no período 1980-1984, sucedendo a Renato Ferrari depois da campanha vitoriosa pela adoção da Lei 6 729. Antes deles foram presidentes Francisco Caltabiano e Eduardo Saddi. No início da gestão de Alencar Burti, 1988-1992, a Abrave foi transformada em Federação. Conhecemo-nos, ligeiramente, durante sua gestão na Abrave, e nossos laços tornaram-se afetuosamente fraternais quando passei a trabalhar na Anfavea, em fins de 1987: José Edgard e meu presidente, André Beer, eram muito amigos e Zé, então presidente do Sincodiv, ali perto, na avenida Indianópolis, era frequentador habitual das happy hours das quartas-feiras, dia de reunião de diretoria na Anfavea. Muitas encrencas de concessionários com suas fabricantes foram resolvidas ali, longe de nervos à flor da pele. Ali também foram combinadas muitas ações comuns dos mesmos protagonistas diante de governos. Salões do Automóvel foram tornados viáveis ali, pois Zé e André tinham outro grande amigo em comum, Caio de Alcântara Machado.



#### Por Vicente Alessi, filho

Sugestões, críticas, comentários, ofensas e assemelhados para esta coluna podem ser dirigidos para o e-mail [vi@autodata.com.br](mailto:vi@autodata.com.br)



Arquivo pessoal

#### MAIS UM PIONEIRO QUE SE VAI 4

No início dos anos 90 José Edgard deu outra direção à sua vida, passou a morar nos Estados Unidos e sua família anterior ficou com a direção da concessionária Chevrolet Pereira Barretto, localizada na Zona Sul da cidade, na avenida Marginal do rio Pinheiros, do lado de cá do Centro Empresarial. Viveu na Virgínia e em Orlando. Em Boca Ratón, Flórida, foi o dono, lá também pioneiro, da primeira concessionária de veículos local, a clássica Boca Classics, e ao longo dos anos acelerou sua presença nos leilões de veículos realizados na região. Desde o início da AutoData Editora, desde nossas primeiras conversas para definir o que seria, Zé Edgard foi um nosso ativo apoiador e um de nossos primeiros doadores – uma doação fantástica para a época na forma de uma máquina de fax, que custava fortuna. E durante alguns anos, quando a situação financeira nos ameaçava, tínhamos sempre a fax como garantia, graças ao Zé – e isto sem falar nos anos de bons serviços de comunicações que nos prestou.

#### MAIS UM PIONEIRO QUE SE VAI 5

Num certo período **AutoData** pretendia dispor de algum tipo de presença, e atividade, nos Estados Unidos. Para dirigi-las nomeamos José Edgard vice-presidente para nossas operações norte-americanas. As circunstâncias não foram favoráveis mas durante alguns anos nossos leitores receberam informações de lá em sua coluna fixa, produzida por sua mente conhecedora dos interesses dos leitores, geralmente profissionais inseridos no setor automotivo. Neste século alternou residência nos Estados Unidos e no Brasil, buscando acompanhar o melhor para os estudos de Luciana, graduada em Economia pela Universidade de Chicago. Retirou-se da vida dos negócios há alguns anos, e dedicou-se à família e aos muitos amigos. Deixa exemplos de caráter e de amizade fraterna.

#### SEMI-NOVOS

Zé Edgard era favorável à importação de veículos usados, proibida em 1991, desde que na condição de semi-novos comprovados e garantidos, o que faria baixar a idade da frota e elevaria sua qualidade tecnológica. Falamos disso em nosso último encontro pessoal, às vésperas do início da pandemia. Um ano e meio depois anuncia-se projeto de lei em trâmite na Câmara dos Deputados que libera a importação de usados cuja única restrição é o padrão de poluição do ar, que tem que obedecer à legislação vigente por aqui. O projeto nada limita ou impõe com relação à segurança, passiva e ativa. Por sorte parece que seu destino é o arquivo, por inconstitucional.

# ELA PILOTA UMA PRANCHA, UM CAMPEONATO VIRTUAL DE SURF FEMININO, PAUTAS DE REPRESENTATIVIDADE NEGRA E FEMININA NO SURF BRASILEIRO E O CHEVROLET TRACKER.

**3 ANOS**  
DE GARANTIA

## #RESTARTIDEIAS

Se você também pilota tudo aquilo que quer, o Chevrolet Tracker é o seu SUV. Só ele tem motor turbo, seis airbags de série e ainda um pacote de tecnologias com Wi-Fi nativo\*, MyLink de 8", projeção e carregador de celular sem fio. Isso sem falar na comodidade da câmera de ré e do Easy Park. Assuma a direção e restart ideias. Restart com o Chevrolet Tracker.

## FIND NEW ROADS™

<https://www.chevrolet.com.br/suvs/novo-tracker>



**No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.**

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

\*Wi-Fi nativo é um serviço prestado pela Claro S.A.



APONTE O CELULAR E GARANTA  
O SEU AGORA MESMO.

**YANCA COSTA**  
SURFISTA PROFISSIONAL

WMCANN | CHEVROLET

**CHEVROLET**



### Diante do cenário atual já existe uma projeção da Anfaveja para 2022?

A pandemia trouxe uma turbulência global de produção, desde o fim do ano passado, quando a produção foi retomada de forma mais forte. Faltou aço, pneu, plástico, borracha... percebemos já ali o caso dos semicondutores, que continua a ser o mais relevante. A pandemia é um bicho complexo, mas não se imaginava que fosse desse tamanho e com tantas consequências. Estamos enfrentando-as de maneira mais forte neste ano e as enfrentaremos também em 2022. Está muito difícil fazer qualquer planejamento, porque se soma a isso a dificuldade logística, com falta de navios, contêineres... é um momento praticamente de pós-guerra. Esse cenário torna qualquer previsão difícil. Eu já vivi várias crises, mas essa é uma mistura de problema sanitário que trouxe impactos econômicos, desmantelou o sistema global de produção... a pandemia trouxe muitas consequências, o quadro é muito complexo.

### Alguma previsão de quando esse quadro poderá se normalizar?

Em setembro, por exemplo, que foi bem fraco, tivemos novas paradas de fábricas, por mais tempo, isso aqui no Brasil e lá fora também. A questão dos semicondutores só deverá se resolver em meados do ano que vem. Em resumo 2021, sem falar em um número, será um ano difícil, pior do que imaginávamos no começo. A possibilidade de recuperar o volume perdido ao longo do ano fica a cada dia mais distante.

### E o último trimestre do ano passado foi bem melhor do que os períodos anteriores, o que eleva a base de comparação...

Exatamente, pois naquele momento tínhamos demanda e oferta, e agora temos um estoque baixíssimo e não estamos produzindo na velocidade com que gostaríamos. Por isso teremos números negativos na comparação com o ano passado neste período, em produção e

# ENCRENCAS DE BACIADA

em emplacamentos, o que levará a uma redução do ritmo total de crescimento no acumulado. O quanto cairá é difícil de calibrar, exige um acompanhamento diário.

### Isso poderia de alguma forma puxar um crescimento um pouco melhor no ano que vem, pela demanda reprimida?

Partindo do pressuposto que o problema de oferta diminuirá, talvez a partir do segundo trimestre, sim. Haverá um crescimento, mas para estimar o seu tamanho dependemos de outras questões, especialmente econômicas, que podem limitar esse efeito. A inflação está muito alta, e não é só no Brasil: os bancos Central estão reagindo e aumentando as taxas de juros, o que aumenta o custo do crédito. Alguns especialistas estão falando até em PIB abaixo de 2% no ano que vem, o que afeta muita coisa. Ainda assim, e de maneira geral, esperamos crescimento tanto no mercado interno quanto nas exportações.

### A crise energética também preocupa para 2022?

Sim, por afetar substancialmente não só os custos com energia como a inflação, que por sua vez afeta o consumo. Estamos torcendo para que não ocorram interrupções de fornecimento, mas é difícil saber. Se fazer previsões econômicas já é difícil, prever o clima é ainda pior.

### A entrada em vigor do Euro 6 no início de



### **2023 pode mexer muito com o mercado de pesados no ano que vem?**

Ao que tudo indica 2022 tende a ser um ano bom para os caminhões devido ao agronegócio, e a safra poderá ser recorde novamente, então entendo que este quadro está mais relacionado à questão econômica em si do que a algo regulatório. Ainda que menos que os automóveis os caminhões também têm questões ligadas aos semicondutores e, especificamente, pneus.

### **Setorialmente qual será a principal agenda da Anfavea para 2022?**

Temos três pilares para trabalhar: a retomada mais equilibrada possível da produção e do mercado, as reformas necessárias para reduzir o custo Brasil, algo que foi puxado pela Anfavea e que agora todo mundo está falando a respeito, pois conseguimos quantificá-lo, e finalmente as questões regulatórias, especialmente no que diz respeito à descarbonização. Trouxemos uma visão para os próximos dez a quinze anos, para a partir desses cenários construir uma política que caminhe junto com o Rota 2030. O tema é importantíssimo para o País e uma prioridade para as matrizes. Já tivemos reuniões com alguns ministérios, como o de Minas e Energia e da Economia, e temos agenda com os do Meio Ambiente e da Infraestrutura. Essa não é uma questão só econômica ou ambiental, passa por todas essas áreas.

E outros mercados já têm suas políticas definidas para esse tema.

### **Quanto às exportações: quanto poderão avançar?**

Neste momento quem tem produto disponível está atendendo aos contratos, mas varia de acordo com cada empresa e seus compromissos com os mercados externos e interno. Esse equilíbrio é um grande desafio e cada uma está fazendo o melhor possível.

### **A Anfavea passou o ano passado e este reclamando dos créditos tributários sobre exportação não recebidos. Alguma esperança de mudança no quadro no ano que vem?**

Continuamos a enfrentar esse problema estrutural. Estamos conversando com os estados para buscar alternativas enquanto não ocorre uma reforma tributária para os créditos do ICMS. Existem mecanismos como regimes especiais, e estamos negociando em conjunto com o Sindipeças, pois afeta a cadeia como um todo. Mas a solução definitiva só virá com uma mudança do sistema, uma reforma tributária.

### **E há alguma possibilidade de ocorrer em 2022 a postergação das novas normas do Proconve, como propôs a Anfavea?**

Informamos ao governo que existe o risco de vários modelos não conseguirem atender às exigências a tempo e, assim, não estarem disponíveis no mercado. Uma coisa é desenvolver a tecnologia, que é muito sofisticada, o motor em si, e outra é aprovar completamente o veículo que atende aos limites, envolve testes de milhares de quilômetros. A pandemia ainda está aí, temos protocolos a cumprir. Estamos trabalhando nisso, mas existe esse risco que pode ser maior ou menor dependendo da montadora. Isso tem vários impactos, inclusive econômicos, e a questão dos semicondutores também afeta esse processo e piora a situação, pois há mais eletrônica e sensores envolvidos. ■

“Alguns especialistas estão falando até em PIB abaixo de 2% no ano que vem, o que afeta muita coisa. Ainda assim, e de maneira geral, esperamos crescimento tanto no mercado interno quanto nas exportações.”

# NOVA



## CARREGADA

de

## ATITUDE

# FIAT TORO



Leo Burnett TM



**NO TRÂNSITO, SUA RESPONSABILIDADE SALVA VIDAS.**

Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais. Garantia Fiat de 3 anos. Para usufruir dessa garantia, é obrigatória a realização das Revisões Programadas. O prazo de garantia oferecido já inclui os 90 dias da garantia legal. Para mais informações, consulte os manuais de Garantia e de Uso e Manutenção.



SAC: 0800 707 1000 / 0800 282 1001

[TORO.FIAT.COM.BR](http://TORO.FIAT.COM.BR)

#carregadadeatitude

### FIAT TORO ULTRA:

**Dynamic Cover**

**Central Multimídia de 10 polegadas**

**Capacidade de carga de 1 tonelada**



# Desafiador, não: dinâmico.

## **O Sindipeças trabalha hoje com projeções de crescimento de 25% em 2021 e de 5% para 2022 em faturamento. Como foram calculadas essas estimativas?**

Há pelo menos três itens considerados para fazer a previsão, todos muito complexos. O primeiro é o volume de veículos produzidos no ano, o segundo é a inflação e o terceiro é o dólar. Essa projeção nos dá um direcionamento. Para 2022 ainda temos enorme incerteza, mas vemos a inflação mais branda, crescimento maior da produção e dólar mais parelho ao que temos em 2021.

## **O mercado financeiro espera PIB em avanço de 1,57%, inflação em 4,12% e Selic em 8,5% em 2022. Diante disso o que podemos esperar?**

Temos de misturar as projeções da economia com a questão dos semicondutores, que será decisiva. Se tivermos a normalização do tema então nossas projeções estão conservadoras mas, se não tivermos melhora, talvez estejam otimistas, inclusive as destinadas para 2021. Há demanda, que é um tema difícil de entender e de prever, mas parece que ela não irá embora nem local nem mundialmente. Então o tema dos semicondutores será decisivo para que 2022 seja melhor do que 2021.

## **Como a manutenção do dólar acima dos R\$ 5 impacta a cadeia?**

O que mais nos preocupa é que o câmbio reflete a instabilidade institucional e a preocupação com a questão fiscal do País. Isso faz com que o dólar fique em patamar elevado por muito tempo e um pouco desconectado de onde poderia estar. E ajuda a gerar inflação, porque temos parcela significativa da economia brasileira relacionada a exportações e importações e itens que têm preço com relação à moeda estrangeira, como minério de ferro e petróleo. Nos preocupa, mas não é o conforto ou desconforto da indústria automotiva que será o mais relevante e sim o quanto pressionará inflação e juros. Isso terá reflexo no PIB. Seria muito bem-vindo que a percepção com relação ao Brasil fosse de maior estabilidade institucional e de maior confiança de que haverá convergência do lado fiscal, das contas públicas, receita versus despesa etc para que tenhamos mais tranquilidade e menos volatilidade no câmbio.

## **De qualquer forma esse cenário poderia ajudar as exportações?**

A Argentina ainda é nosso principal destino, em torno de 60% para veículos e de 30% para autopeças, pois temos



“À medida que não se atende à demanda existente em um ano há ambiente de melhoria nas condições no ano subsequente, mesmo que sempre a depender de como avançará o tema dos semicondutores.”

distribuição bem dividida para Europa, Estados Unidos e México. Precisamos trabalhar no fortalecimento do Mercosul mas ao mesmo tempo o Mercosul também precisa estender suas fronteiras, se integrar ao mundo. É muito importante o acordo com a União Europeia, que está em um momento difícil, e outros acordos para que o Brasil tenha melhor inserção nos mercados mundiais. Não é saudável que se tenha um único país dominando a pauta de exportações, porque se corre risco grande. Seria melhor se tivéssemos maior uniformidade. Não precisamos diminuir os negócios com a Argentina mas sim crescer em outros mercados, inclusive na América do Sul.

### Como as paradas de produção nas montadoras podem alterar os planos das autopeças para 2022?

Em 2020 todo mundo parou ao mesmo tempo e tivemos uma situação muito difícil, na qual os dispositivos de flexibilização de jornada e salário e férias foram fundamentais. Agora temos quadro um pouco diferente. A situação não é agradável, há paradas pipocando e o movimento não é uniforme. Cada empresa enfrenta uma situação temporal diferente, o que faz com que seja difícil prever. As interações do tema semicondutor na cadeia são muito diversas e amplas, inclusive em uma mesma montadora: pode haver um veículo que ela consegue produzir e outro que não, ou a possibilidade de alterar

esse veículo retirando um item e adicionando outro. Às vezes a montadora ou o sistemista diz que não consegue fabricar na semana X e que voltará a produzir na Y, mas a autopeça vê seu estoque muito baixo e não para de produzir. É difícil de administrar, mas é incomparavelmente melhor do que 2020. De qualquer forma, e ainda assim, estamos falando de chegar ao fim deste ano com alta de 17% no volume de produção diante do ano passado. A dúvida é até quando iremos com esse quadro de volta-e-para e com toda sua complexidade: aparentemente ainda avançaremos uma boa parte de 2022 dentro dele.

### De qualquer forma podemos dizer que a perspectiva é boa para 2022?

Tudo somado e subtraído temos perspectiva positiva para 2022, até pelas questões que estão nos retardando em 2021. À medida em que não se atende à demanda existente em um ano há ambiente de melhoria nas condições no ano subsequente, mesmo que sempre a depender de como vão andar os semicondutores, e acreditamos que haverá melhora gradual no primeiro semestre do ano que vem e uma normalidade no segundo semestre. Com isso devemos ter um 2022 melhor, inclusive, na recomposição dos estoques, hoje de menos de quinze dias, sendo que a média normal é de 28 a 38 dias. Assim, supondo que retornemos a trinta dias na média, será algo como colocar vinte dias a mais de estoque no sistema, ou quase um mês a mais de produção. Esses fatores serão bem importantes para 2022.

### Este é o momento mais desafiador que o senhor já viveu no setor?

Diria que é o momento mais dinâmico, porque falar só em desafiador seria desconsiderar as oportunidades. E acho que elas vêm lado a lado. Temos momentos de enormes oportunidades e enormes riscos, o que torna o ambiente muito dinâmico. Apenas desafiador, assim, não seria justo. ■

# NOVO RENAULT CAPTUR

a força vem de dentro

DPZ&T



motor turbo TCe 1.3 flex de 170 cavalos  
com o maior torque da categoria  
câmbio automático CVT de 8 velocidades  
e interior completamente renovado

   [renault.com.br](http://renault.com.br)

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



# Tudo dependerá da produção

## Como a Fenabrave avalia o cenário para 2022?

É necessário contextualizar o que está acontecendo hoje no setor automotivo nacional e global. Projetar 2022 é muito difícil porque temos uma crise de oferta causada pela pandemia, que desorganizou a cadeia do setor automotivo e de outras áreas também. Esse cenário torna as projeções complicadas. Se houver oferta a tendência do mercado é a de melhorar, mas dependerá muito da questão da produção. Talvez mais próximo do fim deste ano a visibilidade para 2022 seja um pouco maior, porque hoje algumas montadoras e outras empresas do setor já estão falando que a crise dos semicondutores deverá seguir, pelo menos, durante o primeiro trimestre do ano que vem, ou até o primeiro semestre.

## Seria possível que em 2022 as vendas cheguem a volume próximo ao de 2019, ou seja, retornarem ao patamar pré-pandemia?

Acredito que se houver oferta isso será possível, considerando que em 2019 as vendas foram de 2 milhões 650 mil auto-

móveis e comerciais leves, um número baixo para um País que já vendeu 3,7 milhões. Acho que retornar ao volume de 2019 é factível, mas, insisto, dependerá da velocidade em que as fábricas retornarão a operar normalmente. Espaço e demanda para crescer nós temos.

## Essa falta de oferta seria, então, o maior impeditivo para o crescimento do setor no ano que vem?

O ponto nevrálgico do setor hoje são os semicondutores. A demanda desse item, por veículo, varia de trezentos a 1,5 mil. Temos que olhar para essa parte da cadeia e entender como ela conseguirá atender às demandas da indústria automotiva. Também estamos olhando para outros componentes que passaram por uma desestruturação de sua produção durante a pandemia, mas não com a mesma gravidade dos semicondutores.

## As eleições poderão também, de alguma forma, causar impacto sobre o desempenho das vendas?

O ano que vem será de muita volatilida-



de. Além do processo político também temos outros pontos, como a questão fiscal, que é grave, com grande déficit público, além das taxas de juros em elevação, assim como a inflação. Tudo isso bate forte no preço final. Será um ano complicado, ainda aguardamos as reformas estruturais que o País precisa e que não saíram, mas com a vacinação avançando e a pandemia sob controle a economia deverá ter um ritmo bom de atividade.

**Dada a falta de produtos nas revendas ocorrida em 2021 a Fenabrave acredita que pelo menos parte dessa demanda reprimida poderá ser atendida já no ano que vem?**

Reforço que tudo dependerá da oferta de produtos: se houver produto para vender a tendência é a de que a demanda reprimida seja atendida em 2022. Hoje ela existe pelas dificuldades que as montadoras têm para produzir, cenário que, sendo realista, persistirá no primeiro semestre do ano que vem e, até lá, esse represamento de parte das vendas ainda existirá, ainda que talvez em proporção menor do que hoje. Também teremos uma demanda das locadoras, que compraram menos durante a pandemia, para atender.

**No primeiro semestre o setor deixou de vender cerca de 120 mil unidades pela crise dos semicondutores e no segundo semestre esse problema continua. A Fenabrave já tem um número fechado de quantos veículos deixarão de ser comercializados até dezembro?**

Estamos trabalhando com as projeções da Anfavea, porque o que se produz é o que se vende hoje no Brasil: os estoques estão muito baixos, mas analisamos que seria possível ter vendido 20% a mais até agora, se houvesse veículos disponíveis. O número final deste ano dependerá muito da capacidade de produção da indústria. É um ponto que nos preocupa, mas venderemos o volume que for entregue.

“Se houver produto para vender a tendência é a de que a demanda reprimida seja atendida em 2022. Hoje ela existe pelas dificuldades que as montadoras têm para produzir, cenário que persistirá no primeiro semestre do ano que vem.”

**E com relação aos estoques?**

Chegamos ao menor nível da série histórica desde 1999, sete dias de estoque na indústria, sendo que parte desse volume ainda está inacabado nas fábricas, e doze dias nas concessionárias, o que representa algo em torno de 56 mil unidades. As revendas estavam acostumadas a trabalhar com, pelo menos, trinta dias de estoque. Quando o sistema de produção e entrega são muito eficientes esse número cai para vinte, 22 dias, mas nunca trabalhamos no nível atual. Isso continuará ao longo da primeira metade do ano que vem, mas o quadro deve começar a melhorar por volta de abril, maio.

**Diante do cenário será possível chegar a dezembro ainda dentro das atuais projeções da Fenabrave?**

Para automóveis e comerciais leves nós começamos o ano com projeção de crescimento de 15,8% e depois recuamos para 10,7%. O número final, porém, deverá ficar bem abaixo disso, em torno de 3%, por causa dos problemas de oferta e principalmente porque no último trimestre do ano passado o mercado tinha veículos disponíveis e agora não conseguiremos entregar o volume esperado para este período, que geralmente é bem aquecido. ■

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



65 Anos  
de  
Brasil



Aponte a câmera do seu smartphone para ver o filme.

# Uma estrela iluminada pelo brilho de milhões de outras.

A Mercedes-Benz está completando 65 anos de Brasil. 65 anos de inovação, parceria e de um sucesso que só foi possível graças ao brilho de milhões de clientes, colaboradores, parceiros, concessionários e fãs da marca. Pessoas fundamentais nessa história, a quem queremos homenagear e agradecer.

MercedesBenzCaminhoes MercedesBenzBrasil mercedesbenz\_caminhoes

www.mercedes-benz.com.br | CRC: 0800 970 9090

Mercedes-Benz



# Incentivos definirão o que será 2022

## Como será este ano para o mercado de veículos importados no País?

2021 está sendo marcado pela instabilidade no fornecimento de produtos. A crise de semicondutores e outros componentes gerou a flutuação dos resultados, houve mês em que algumas das associadas tinham estoque e outras não. Mesmo assim dá para dizer que teremos um ano até razoável, pois conseguimos sobreviver, superando as adversidades e mantendo o foco nas estratégias de longo prazo. Nenhuma marca foi obrigada a desistir de objetivos futuros.

## Em números absolutos qual deverá ser o resultado?

Esperamos ficar em cerca de 68 mil unidades este ano, nacionais e importadas. É importante ressaltar que tivemos uma mudança no meio do caminho, a desfiliação da BMW. Essas 68 mil ainda consideram os números da BMW no resultado da Abeifa, porque calculamos os volumes com os associados que iniciamos o ano.

## O câmbio é o principal indicativo econômico para os negócios dos carros importados. Qual a projeção da cotação para este ano e para 2022?

O dólar continuará no patamar de R\$ 5,40 em 2021. No ano que vem esperamos uma certa flutuação porque o câmbio é movido por incertezas e estaremos em período eleitoral. Por isso o real pode ficar ligeiramente mais desvalorizado do que hoje, variando de R\$ 5,40 a R\$ 5,60.

## Qual seria a posição do câmbio retirando

## as incertezas que formam esta equação?

Removendo essas variáveis da equação o dólar poderia estar nesse momento em R\$ 4,50, R\$ 4,60. Então temos R\$ 1 de efeito na cotação por conta de incertezas no âmbito político e outros fatores. Muitos veículos que as marcas gostariam de trazer para o Brasil não chegam simplesmente porque com esse câmbio os preços não seriam competitivos.

## Mesmo assim a expectativa é positiva para 2022?

A Selic deve terminar 2021 em 8,5% e avançar para 10% ano que vem. E o PIB com crescimento de 2% este ano e 2,1% em 2022. Haverá pouco crescimento. Além dos temas macroeconômicos o setor de importados tem uma pauta importantíssima, que de certa forma é ligada à política: a renovação do regime para a importação dos híbridos e elétricos, que vence neste 31 de dezembro. Neste momento estamos conversando com o governo para entender como será e em quais condições, o que pode trazer algum impacto positivo ou negativo. A sinalização até o momento é positiva porque entende-se a necessidade de apoiar o desenvolvimento de híbridos e elétricos no País. Esperamos um sistema similar ao que existe agora.

## Há alguma proposta da Abeifa para avançar nas condições para a renovação desse regime?

Hoje híbridos e elétricos possuem taxas que variam de 0 a 7% dependendo da eficiência energética, condições que



“Os importadores têm na renovação do regime para importação de híbridos e elétricos, que vence em 31 de dezembro deste ano, a sua pauta mais importante para 2022.”

atendem aos planos das importadoras. Temos conversado bastante com o Ministério da Economia para dar continuidade. Não esperamos qualquer surpresa para o ano que vem.

#### **E o acordo com a União Europeia?**

O acordo já finalizado precisa ser assinado por todos os países do bloco europeu. Acredito que isso não aconteça no ano que vem. Dependendo do resultado das eleições pode ser que em 2023 haja um consenso e a ratificação, com as assinaturas. Aí o livre comércio poderia entrar em vigor em 2024. O caminho é esse: o Brasil, no âmbito do Mercosul, continuar buscando acordos comerciais com outras regiões promovendo uma abertura para produtos como automóveis aqui.

#### **E caso o acordo não ocorra e o mercado interno mantenha as tributações aos importados, isso pode mudar a estratégia das empresas?**

As motorizações mais tradicionais, a combustão, terão maiores restrições e acredito que acabarão como nichos de mercado. Isso vai acelerar a estratégias das empresas com híbridos e elétricos, que se beneficiam do regime diferenciado de tributação. As marcas têm compromisso de longo prazo com o Brasil e vão encontrar outras formas de explorar o mercado com os produtos com mais tecnologia.

#### **Em 2022, sem a BMW, qual será a projeção para o mercado de importados?**

Estamos olhando cada vez mais não apenas para os números dos associados da Abeifa, mas o volume total de veículos importados no Brasil. Considerando esse universo, e não apenas o resultado da Abeifa, esperamos um crescimento de 3% a 4%. Nossas marcas associadas devem ter desempenho parecido com o resultado do mercado total de importados, porém ainda não definimos nossa projeção porque estamos esperando a renovação dos incentivos para os híbridos e elétricos.

#### **A crise dos semicondutores ainda afeta os pedidos feitos para as matrizes das empresas?**

No primeiro semestre de 2022 teremos sérias restrições na produção e utilização de semicondutores no mundo. Considerando um período de três meses desde a produção e a chegada dos veículos ao Brasil dá para dizer que até setembro receberemos um volume menor, o que impacta nos estoques. É preciso entender como será o quarto trimestre do ano que vem, quando esperamos uma melhora no fluxo de importação. Mas até lá teremos uma pressão nos estoques e uma oferta menor de veículos importados no mercado interno.

#### **Sobre as eleições: o que a entidade espera dos candidatos e do próximo governo?**

Esperamos que o próximo governo eleito demonstre claramente compromisso de longo prazo com o mercado. Lutamos pela isonomia das regras para todos os atores do mercado e que qualquer um que assumir tenha uma agenda de incentivos a tecnologias que contribuam para a transformação de uma mobilidade mais limpa.

#### **O senhor acredita na entrada de novos associados no ano que vem?**

Já temos alguns novos players no mercado, como a Great Wall, e estamos conversando com eles. Também criamos uma nova categoria, a de UTVs, que são veículos recreativos. ■



Você não vê, mas a cada esquina, a cada curva, nós estamos com você.  
Com novos produtos, serviços e uma rede de concessionárias cada vez maior e melhor. Juntos, como uma EQUIPE.

Somos a IVECO. E contamos com seu voto no Prêmio AutoData 2021.



**Montadora de Veículos Comerciais**  
(Acredita no Brasil e investe no país)



**Veículo Caminhão**  
(Daily City 30-130 chassi-cabine)



**Gestão/Montadoras**  
(Aumento da produção, vendas, rede e equipe)



**Liderança Empresarial/Montadoras**  
(Marcio Querichelli)



Acesse este QR Code e  
VOTE **IVECO**



# Quem sabe um 2022 feito 2014

## Qual a expectativa da Abraciclo para a produção de motocicletas em 2022?

Excluindo-se o ano passado, severamente afetado pela pandemia, o mercado cresceu 8,4% ao ano desde 2017, retomando parte dos volumes perdidos de 2011 a 2016. Este ano a demanda foi impulsionada por uma série de fatores, como maior uso da motocicleta para entregas de todo tipo de produto em domicílio e a busca por transporte individual com menor custo de aquisição e consumo de combustível reduzido. Tudo isso nos faz acreditar que teremos um 2022 positivo, mas ainda não definimos números exatos.

## O volume de 1,5 milhão de motocicletas produzidas seria a próxima meta?

Vejo este como um número mágico. Estamos sonhando com esses números redondos, em retornar a um patamar como esse. Um volume anual de 1,5 milhão nos aproximaria de 2014, e o que pretendemos para os próximos anos é, gradativamente, recuperar o que já foi nosso, um mercado que já conseguimos atingir.

## Quais os pontos de atenção para 2022?

Estamos monitorando o avanço da vacinação e o recuo dos casos da covid-19 no País. Esse é um ponto importante para

que seja possível voltar a operar em ritmo mais forte, mas é difícil olhar daqui até o fim do ano, ou para o começo do ano que vem, e imaginar que poderemos voltar a operar sem restrições. Mas, de toda forma, esperamos que esse cenário melhore ao longo de 2022.

## Ainda existem gargalos de produção?

Os fornecedores carregam suas dificuldades porque dependem de conteúdo importado, e isso vale inclusive para as fabricantes nacionais. Isto pode gerar algum impacto no futuro. Até agora algumas fábricas chegaram a parar por poucos dias e sofremos menos do que outros setores, mas não podemos deixar de monitorar diariamente essa situação. Em agosto revisamos para cima a projeção de produção em 2021, de 1 milhão 60 mil para 1 milhão 220 mil, e isso comprova que esse trabalho está sendo bem feito. Caso consigamos realmente atingir esse número chegaremos bem próximos ao volume de 2015.

## E para o mercado interno: qual o cenário previsto para 2022?

Também revisamos a estimativa de crescimento de mercado no varejo para 2021, de 980 mil para 1 milhão 140 mil, porque a demanda segue crescendo e ainda ganhou um impulso adicional com os recentes aumentos nos preços dos combustíveis. Hoje existe um desequilíbrio de oferta e demanda e até dezembro acredito que não será possível equilibrar esse quadro, que, então, deve seguir em 2022 e ajudar no crescimento ante o número final de 2021.

## Como será possível ajustar esse descompasso de demanda e oferta?

Essa é a nossa expectativa a partir de janeiro: começar a reduzir essa distância com volumes de produção mais parrudos. É necessário lembrar que sofremos muito nos dois primeiros meses deste ano, com o forte impacto da segunda onda da covid-19, que começou por Manaus, e ainda passamos por período



“Este ano a demanda foi impulsionada por uma série de fatores, como maior uso da motocicleta para entregas de todo tipo de produto em domicílio e a busca por transporte individual com menor custo de aquisição e baixo consumo de combustível.”

de férias coletivas em julho e as de dezembro, que também fazem parte do calendário, reduzindo a produção.

#### **A maior parte dessa demanda é de um público que depende de crédito para adquirir motocicletas de baixa cilindrada...**

É provável que os juros aumentem no ano que vem, mas ainda falta clareza para falarmos disso e de outros temas correlatos tais como custos e inflação. Ainda assim acredito que a oferta de crédito será igual ou maior do que a de 2021, pois mesmo com essas incertezas é um momento diferente do que vivemos após 2011, quando houve a crise do crédito. Vemos que agora o setor financeiro está mais apto a atender às demandas dos nossos clientes, e cito aqui como exemplo a chegada de novos bancos digitais e de novas tecnologias que permitem análises de crédito mais seguras.

#### **E as exportações em 2022? Será possível avançar para novos mercados?**

Para retomar volumes maiores para a Argentina, nosso principal mercado, dependemos da resolução de alguns problemas internos do país, que já existiam antes da pandemia, como dificuldades para retomar a economia local e para controlar as contas públicas. Esse crescimento nos embarques depende muito mais deles do que nós, mas claro que por aqui também precisamos resolver algumas questões, como o controle total da pandemia, para elevar a produção. Na América do Sul há espaço para as fabricantes nacionais avançarem e acredito que o foco em 2022 será atender ao

crescimento da demanda interna e elevar volumes para os mercados externos que já estão abertos, sem deixar de monitorar novas oportunidades que possam surgir.

#### **Em termos de macroeconomia como o senhor vê 2022?**

Não me arrisco a fazer muitas projeções. Nós nos apoiamos no horizonte que empresas especializadas nos fornecem. O que esperamos é o que o mercado está mostrando hoje, ou seja, aceleração nos juros e um cenário bastante incerto.

#### **Como o senhor resumiria 2021?**

O começo do ano foi desesperador devido à segunda onda da covid-19 em Manaus, com um cenário terrível de falta de oxigênio. Houve um ponto em que as empresas fabricantes ajudaram fornecendo o que tinham em estoque para sua produção, e víamos pessoas em macas nos aeroportos para continuar o tratamento em outros estados. Tudo isso nos assustou muito, e foi necessário interromper a produção. Em janeiro e fevereiro deixamos de produzir cerca de 100 mil unidades, mas conseguimos recuperar cerca de 40 mil unidades ao longo do ano. Posso dizer que foi um ano positivo ainda que muito desafiador, porque começou com esse quadro duríssimo mas que, depois, melhorou. A vacina chegou e ajudou a conter o avanço da pandemia, o que nos permitiu produzir em ritmo melhor. Se daqui até dezembro conseguirmos confirmar a produção de 1,2 milhão de unidades significará que conseguimos tirar uma parte do atraso ocorrido em 2020. ■



T H E

M

3

## Novo BMW M3.

A síntese da máxima performance e da inovação tecnológica.



Acesse nossos canais digitais e descubra.

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



# UM PEQUENO GRANDE PROBLEMA, MAS DOS MALES O MENOR

Resultado de 2022 dependerá dos mesmos itens que travancaram 2021: oferta de semicondutores e reorganização da cadeia logística. E isso é boa notícia.

A notícia veio da Anfavea no começo de outubro, e não caiu bem. Dadas as condições atuais de escassez produtiva a associação das montadoras não teve outra saída que não re-visitara suas projeções para o ano, e todas foram para baixo.

A demanda existiu, e ainda existe, mas não há como a indústria produzir 2 milhões 459 mil veículos em 2021, como a Anfavea projetara em julho, quando já havia corrigido, também para baixo, sua

estimativa divulgada no início do ano. A razão é apenas uma: a escassez de semicondutores no mercado global atingiu as fabricantes brasileiras com mais força do que o esperado.

Desta vez o presidente Luiz Carlos Moraes não cravou um número certo, mas sim um intervalo. Há uma projeção mais pessimista e outra mais otimista, até porque, segundo o presidente da Anfavea, é difícil traçar uma visão de prazo mais longo: as próprias montadoras têm

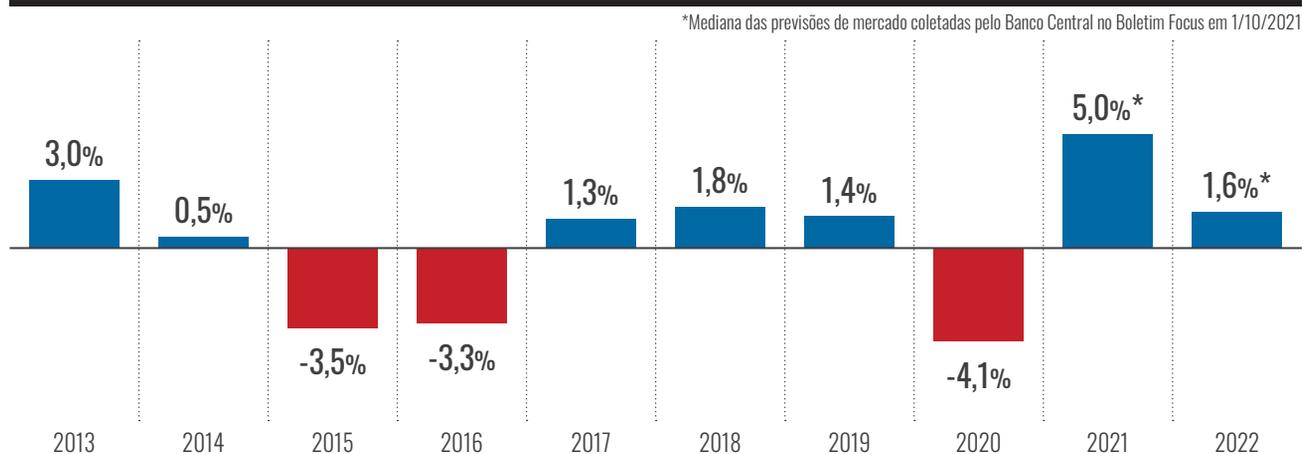
## Novas projeções para 2021 – Autoveículos

Em mil unidades

	2020	Estimativa julho	Atual (Pessimista)	Atual (Otimista)
Produção	2 014	2 459 (+22%)	2 129 (+6%)	2 219 (+10%)
Vendas	2 058	2 320 (+13%)	2 038 (-1%)	2 118 (+3%)
Exportações	324	389 (+20%)	356 (+10%)	377 (+16%)

Fonte: Anfavea

## O PIB brasileiro ao longo de dez anos



dificuldade para planejar a semana que vem, que dirá o mês que vem e o último trimestre inteiro.

"Em agosto a consultoria IHS Markit divulgou relatório em que projetava produção de 80,8 milhões de veículos no mundo neste ano. Um mês depois corrigiu para 75,8 milhões de unidades, volume estável com relação ao ano passado, o período de maior impacto da pandemia."

Segundo a Anfavea deverão sair das linhas de montagem nacionais algo que poderá variar de 2 milhões 129 mil a 2 milhões 219 mil veículos, volume que representará crescimento de 6% a 10% com relação a 2020. O primeiro cenário, mais baixo, considera um ritmo de produção no último trimestre de 2021 semelhante ao verificado nos últimos meses, algo perto de 160 mil unidades por mês. O segundo estima um ritmo um pouco melhor, de 190 mil unidades por mês.

"Nossa projeção, desta vez, foi feita com base nos números de produção. É algo distinto, pois costumamos olhar a demanda de mercado na hora de estabelecer as estimativas. Mas, diante desta situação, fizemos o contrário. Basicamen-

te o mercado absorverá o que conseguirmos montar nas linhas."

Assim o total de vendas ao mercado interno poderá até mesmo cair ante o de 2020, ainda que somente 1%, para 2 milhões 38 mil veículos, naquele cenário mais pessimista. No otimista representará crescimento de até 3%, somando 2 milhões 118 mil unidades – o que será, de qualquer forma, decepcionante.

Da mesma forma foram corrigidos os volumes projetados para as exportações: crescimento de 10% a 16%, somando de 356 mil a 377 mil unidades. Em julho a Anfavea divulgara estimativas, essas revisadas para cima, de 389 mil embarques, o que representaria volume 20% superior a 2020.

### OUTRO LADO DA MOEDA

Dadas essas premissas 2022 terá diante de si um cenário relativamente positivo. As encrucas observadas em 2021 significarão um impulso a mais para o ano que vem, que será um palco de dois anos de demanda reprimida e terá a seu favor uma base comparativa um pouco mais baixa, ainda que, originalmente, isso não

fosse desejado. No caso dos caminhões pesados, por exemplo, o que for vendido neste último trimestre de 2021 será para entrega apenas no segundo trimestre de 2022.

Das dezenas de executivos e dirigentes do setor automotivo ouvidos pela equipe da redação de **AutoData** para esta edição especial Perspectivas nenhum, absolutamente nenhum, estimou uma redução de mercado ou de produção para o ano que vem. Todos, em coro, apontaram que quanto mais a situação do fornecimento de semicondutores se reequilibrar – e também o quadro das operações logísticas, particularmente das rotas de navios e preço/oferta de contêineres – melhor será o índice de crescimento.

Na média as apostas dos que arriscaram projeções vão de avanço de um dígito rechonchudo a dois dígitos magricelos. Há, entretanto, registros mais afastados nas duas pontas, ou seja, ouviu-se tanto estimativas de empate técnico com 2021 quanto de crescimento na faixa de 20%, dependendo da empresa e do segmento de atuação.

Para a gigantesca maioria, de qualquer forma, está claro que a escassez de componentes não se normalizará de um dia para o outro: certamente estará presente também no ano que vem. Mas a tendência, ou pelo menos o forte desejo, é a de que a situação melhore um pouquinho a cada dia conforme avançam as semanas e meses.

Em suma 2022 terá a seu favor um mercado comprador, com a continuidade do quadro atual que mostra as montadoras conseguindo entregar menos do que os consumidores querem comprar. Está longe de ser um cenário ideal, mas onze de cada dez executivos do setor automotivo, se fossem obrigados a escolher um problema para administrar, ficariam com esse: é 1 milhão de vezes preferível vender menos por falta de produto

do que por falta de cliente, este sim um quadro difícil e de retorno geralmente mais lento. Não é o caso. Além disso o momento torna facilitado o repasse de aumento de custos e recomposição de margens, principalmente em um mercado que está, no momento, muito propenso à aquisição de modelos de maior valor, como os SUVs.

Isso poderá, sem muita margem de erro, significar um primeiro semestre positivo para a indústria automotiva brasileira em 2022. Alguns executivos se mostram mais preocupados com o segundo semestre, pois um cenário em tese melhor no fornecimento de componentes eletrônicos se encontrará de frente com um momento de eleições gerais, que usualmente cria maior instabilidade política que, por sua vez, reflete na cotação do câmbio.

Outra preocupação generalizada nos escritórios e/ou home offices das fabricantes de veículos e de peças são os índices crescentes de inflação: todos concordam com a aplicação do amargo remédio de aumento dos juros para combater esse mal, mas sabem que isso desembocará em um forte aumento dos custos de capital, o que é ruim tanto para o lado do consumidor quanto do das empresas: crescem os custos para financiamento de veículos, o que pode inibir parte da demanda, e também aqueles para investimentos.

Um tanto decepcionante também é o quadro para o PIB, estimado pelo Banco Central para ficar abaixo de 2% no ano que vem. Poucos apostam que o resultado final será melhor do que isso: a maioria entende que teremos que continuar a conviver com um pibinho por mais um exercício, o que é tanto frustrante quanto preocupante para um retorno a anos bem mais vigorosos em termos de vendas e produção após 2022.

Há um outro cenário preocupante correndo por fora: a crise energética. Que

## A bola de cristal dos economistas

Fonte: Boletim Focus do Banco Central, com previsões de mercado em 1/10/2021

2021		2022
5,00	PIB (%)	1,60
2,70	Agropecuária (%)	2,10
5,50	Indústria (%)	1,40
5,00	Serviços (%)	1,60
0,70	Gastos do governo (%)	0,80
4,60	Consumo das famílias (%)	1,90
16,30	Investimento (%)	1,60
279	Exportações (US\$ Bilhões)	285
13,00	Desemprego (%)	12,10
8,50	Inflação do IPCA (%)	4,10
5,20	Câmbio (R\$/US\$)	5,30
8,25	Selic (% ao ano)	8,50
82,00	Dívida pública (%/PIB)	83,40
-1,50	Déficit primário (%/PIB)	-1,00

o aumento das tarifas de energia trará impactos à inflação e aos custos e, consequentemente, aos preços, não resta dúvida. Mas o maior temor é o de interrupções de fornecimento ou necessidade de racionamento, o que, em ambos os casos, forçaria o ritmo e o volume de produção ainda mais para baixo. Por via das dúvidas não custará nada pelas manhãs, ao se abrir a janela, pedir a São Pedro por chuvas – a única salvação possível nesse momento capaz de aliviar a pressão sobre o sistema.

Em suma pode-se dizer que 2022 não chegará oferecendo um cenário de sonhos, mas é importante, fundamental, recordar que há um ano, neste mesmo período, as incertezas eram infinitamente maiores.

Não sabíamos se haveria vacina, quando é que poderíamos sair de casa e nem se a pandemia recrudesceria, o que acabou de fato por ocorrer.

Agora temos praticamente metade da população brasileira completamente vacinada, os números de casos e mortes estão em queda franca, mesmo que ainda estejam acima do patamar desejável e que não estejam assim tão abaixo daqueles registrados há doze meses, e a neblina que marcou o último trimestre de 2020 e o primeiro semestre de 2021 parece finalmente dissipar-se.

Sim: quando a vista à frente melhorou vimos um quadro muito mais bagunçado do que se poderia imaginar, com consequências da pandemia espalhadas por quase todos os lados e de quase todas as maneiras. Mas é inegável que agora se pode enxergar algo ali que parece ser o horizonte e a sensação de que o pior já passou é sólida.

Ao que tudo indica chegamos, finalmente, àquela fase na qual já é possível pensar que se superamos a pandemia conseguiremos superar qualquer outra coisa. Então, que venha 2022, de braços abertos. ■

## Algumas estimativas para 2022

### Vendas totais de autoveículos no Brasil (em milhões de unidades)

Caoa Chery	Kia Motors	Nissan	Renault	Toyota
+10%	2,0	2,5	2,4	2,5 a 2,6

### Macroeconomia

	Dólar (R\$)	PIB (%)	Selic (%)	Inflação (%)
Abeifa	5,40 a 5,60	2,1	10	
Banco do Brasil	5,30	1,5	8,5	3,2
BMW	5,25 a 5,30	2	9 a 10	
Bradesco	5,39	1,60	8,5	3,8
Fabus		2		
Itaú	5,20	0,5	9	4,2
Kia Motors	5,60		8,5	8 a 8,5
Renault	5,45	1,7	8	
Santander	5,58	1,7	8,5	4,3
Toyota	5,50		7 a 9	
VWCO		2 a 3		4
Volvo Cars	5,40 a 5,50	2,5 a 2,6	7 a 7,5	

# EXCELENTES PERSPECTIVAS PARA 2022, 2023, 2024...

É tempo de planejamento e de importantes decisões. Para isso, conte com a NEO STEEL, em estampados, conjuntos soldados, trilhos para bancos, subconjuntos e estruturas de assentos.

Excelência em atendimento, relacionamento, flexibilidade, agilidade, tecnologia, qualidade dos produtos e sustentabilidade nos negócios.



ADAMO PUBLI. (11) 99305-6686

NEO  
**STEEL**  
[www.neosteel.com.br](http://www.neosteel.com.br)



# Crescimento com pé no freio

Choque inflacionário contrata mais juros e diminui o otimismo com o PIB do ano que vem

**D**esamparada dos estímulos extraordinários que sustentaram a arrancada rápida após o impacto pesado da chegada da covid-19 ao País a economia brasileira vai retornando a passos largos à cadência dos anos anteriores à pandemia.

Refrescando a memória: crescer mais de 2% tornou-se uma barreira intransponível ao Brasil nos três anos seguintes ao mergulho da recessão de 2015 a 2016, e este é justamente o retrato traçado por economistas que olham agora para 2022.

O desânimo vem da necessidade de o Banco Central ter que esfriar a atividade para conter uma inflação já superior a 10% em doze meses, um movimento que limitará os efeitos positivos da reabertura completa das atividades econômicas.

Na esteira dos 5% esperados para 2021 as previsões de mercado ao

## CENÁRIOS PARA 2022

### POSITIVOS

- AVANÇO DA VACINAÇÃO
- CÂMBIO E PREÇO DAS COMMODITIES ESTIMULAM EXPORTAÇÕES
- SAFRA RECORDE
- RECOMPOSIÇÃO DE ESTOQUES

### NEGATIVOS

- AUMENTO DOS JUROS E DA INFLAÇÃO
- PIORIA DO RISCO FISCAL
- INCERTEZAS RELACIONADAS A ANOS ELEITORAIS
- DESACELERAÇÃO DA ECONOMIA GLOBAL

### RISCOS

- RACIONAMENTO DE ENERGIA
- NOVAS VARIANTES DA COVID-19 RESISTENTES A VACINAS

crescimento do PIB em 2022 estão hoje em 1,6% no ponto médio das projeções coletadas pelo próprio BC em seu boletim Focus. O otimismo dos economistas vem, porém, diminuindo à medida que a escalada da inflação vai contratando mais juros pela frente.

Até sete meses atrás, quando o plano do BC era manter ao menos parte dos estímulos monetários que, junto com os R\$ 300 bilhões injetados via auxílio emergencial, ajudaram a reanimar a economia em plena crise sanitária, os prognósticos apontavam crescimento de 2,5% no ano que vem.

No entanto as contas tiveram que ser refeitas depois que adversidades climáticas – motivo de aumento tanto dos preços de alimentos quanto, mais recentemente, das tarifas de energia –, combinadas a um dólar que se alimenta de riscos na política e no campo fiscal, deixaram claro que os juros terão que caminhar a um terreno contracionista.

Traduzindo em projeções do mercado isso significa que o Banco Central terá que elevar a taxa básica de juros para 8,5%, ou 10% nas previsões mais pessimistas, tendo como consequência um aperto das condições de financiamento que tem o potencial de limitar o crescimento do ano que vem a 0,5%. É o que já preveem departamentos de estudos macroeconômicos de bancos como o Itaú.

Não há expectativa de que o BC encontre margem para afrouxar tão cedo o cinto. A pressão por gastos e incertezas típicas de anos eleitorais tornam improvável que venha um alívio expressivo na percepção de risco fiscal que faz o real se desvalorizar mais do que outras moedas emergentes perante um dólar também fortalecido pelo início cada vez mais próximo da remoção gradual de estímulos monetários nos Estados Unidos.

Incluindo na conta o quadro de aperto de oferta, bem conhecido da indústria automotiva e que sugere um período mais longo de repasses ao consumidor de custos ainda represados no atacado, o resultado esperado é um BC forçado a segurar



Divulgador/Bradesco

“A reabertura completa da economia ainda tende a produzir efeitos positivos sobre o consumo das famílias em 2022, especialmente em serviços, que apresenta um retorno gradual mas similar a outras saídas de recessão.”

Fernando Honorato, economista-chefe do Bradesco

os juros em nível mais elevado para trazer a inflação ao centro da meta, algo que, se os modelos dos economistas estiverem corretos, só vai acontecer em 2023.

"A potência da política monetária aumentou nos últimos anos", conta o economista chefe do Bradesco, Fernando Honorato. "Isso pode implicar efeitos com menor defasagem, e de forma mais pronunciada, sobre a atividade econômica."

### **E SE HOVER RACIONAMENTO?**

Apesar do menor potencial de geração de energia das hidrelétricas, dada a falta de chuvas em regiões que abastecem os reservatórios, a possibilidade de um racionamento é por ora considerada improvável. Por outro lado é o risco no radar dos economistas que produziria o maior estrago econômico, podendo levar a uma retração do PIB se as empresas forem realmente forçadas a parar de funcionar por falta de energia. Segundo estimativa do Itaú o PIB recuaria 1,5% no caso de um corte forçado de 10% de energia.

No cenário mais provável dos analistas, contudo, haverá energia, ainda que a preços mais altos, para atender a reabertura econômica permitida pelo arrefecimento da pandemia. Hoje concluída em 60% da população adulta a imunização tem se mostrado eficaz em diminuir as estatísticas de internações, contaminações e óbitos pela covid-19, permitindo o retorno de serviços não essenciais que sofreram por um longo período de restrições – caso, por exemplo, do turismo, da educação e da indústria de lazer.

Em um ambiente de maior circulação, mesmo que com os cuidados sanitários ainda necessários, voltam o consumo e os empregos dependentes de atividades cujo acesso era restrito, contribuindo, especialmente, na geração de vagas informais, na qual a recuperação está mais atrasada.

Não à toa, ainda que não se vislumbre uma taxa de desemprego inferior a 12%, o consumo, pela ótica da demanda, e os serviços, na abertura setorial, são as forças a puxar a economia daqui para frente, de acordo com os analistas.

"Há espaço para criação de empregos compatível ao nível pré-pandemia, sobretudo em serviços", diz Honorato, do Bradesco. "A reabertura completa da economia ainda tende a produzir efeitos positivos sobre o consumo das famílias no ano que vem, especialmente de serviços, que apresenta um retorno gradual, mas similar a outras saídas de recessão."

### **CRESCIMENTO IRREGULAR, MAS DISSEMINADO**

O surgimento de variantes da covid-19 resistentes às vacinas aplicadas é um risco que pode gerar retrocessos à abertura. Contudo o prognóstico nos cenários mais prováveis de analistas é de crescimento generalizado, embora, claro, alguns setores devam avançar mais do que outros.

Vítima hoje da escassez global de semicondutores, responsável por paralisar parcialmente a maioria das montadoras no País, a indústria automotiva pode ajudar a puxar a economia se, de fato, a regularização no abastecimento de insumos permitir a recomposição de estoques no segundo semestre do ano.

Acima dos R\$ 5 o dólar seguirá jogando a favor da competitividade dos produtos brasileiros no Exterior, de modo que a expectativa é de mais um ano recorde nas exportações, ainda que a tendência de desaceleração da economia global não permita que os embarques repitam o impulso deste ano.

Além da indústria a demanda internacional deve contribuir com a agropecuária, que deve ter mais uma safra de recorde na produção de grãos, e setores extrativistas que produzem commodities industriais cujos preços devem se acomodar, porém sem retroceder do elevado patamar atual.

"A recuperação do setor de serviços e do mercado de trabalho devem ser os principais motores da atividade em 2022. Ademais, setores menos cíclicos como agropecuária e indústria extrativa têm boas perspectivas", resume Lucas Maynard, economista do Santander. "Mas atividades mais sensíveis à taxa de juros devem sofrer com o aperto do ciclo monetário."

Diante de um ambiente de incertezas,

# Mais um aniversário, com as melhores perspectivas.

**Parabéns, Revista AutoData, pelos seus 29 anos** de história e dedicação ao setor automotivo. A Dana, no Brasil há 74 anos, acompanha de perto essa jornada e espera que, juntos, possamos continuar movendo o que importa, em 2022 e no futuro. E você, vem com a gente?

@canaldana   [dana.com.br](http://dana.com.br)    /seucanaldana





Divulgação/Santander

“A recuperação do setor de serviços e do mercado de trabalho devem ser os principais motores da atividade em 2022. Mas setores mais sensíveis à taxa de juros devem sofrer com o aperto do ciclo monetário.”

Lucas Maynard, economista responsável por atividade econômica do Santander

e com os juros mais altos, a retomada dos investimentos, um dos destaques deste ano, tende a perder fôlego em 2022. A expectativa de crescimento da chamada formação bruta de capital fixo – sinônimo de investimentos em bens de produção, como máquinas e equipamentos – cai de 16,3% para menos de 2% no ano que vem ante 2021.

A dificuldade em conciliar planos de expansão no Bolsa Família com a fatura de R\$ 89 bilhões colocada pelos precatórios, o aumento de despesas do orçamento indexadas à inflação e a perda de arrecadação em desonerações previstas na reforma do imposto de renda encaminhada ao Senado geram dúvidas sobre a manutenção de compromissos fiscais. É o caso do controle dos gastos públicos no limite estabelecido pela regra do teto, onde a margem permitida a gastos ficou bastante estreita e ainda alimenta receios no mercado.

No contexto de deterioração crescente do quadro fiscal, sobe a pressão sobre o câmbio e, por extensão, a inflação, com consequente perda de poder de compra do consumidor e risco de aumento ainda maior do custo de capital, o que levaria à menor disposição das empresas em investir.

É assim que Renan Bassoli Diniz, economista do departamento de pesquisas e estudos econômicos do Bradesco, pondera que, a despeito da alta dos juros, a construção civil ainda não dá sinais de arrefecimento. Ao mesmo tempo, complementa, a economia poderá surpreender e crescer até 2,5% no ano que vem se a inflação perder força antes do previsto.

Nesse cenário, considerado otimista pelo banco, o poder aquisitivo seria menos destruído pelas labaredas do dragão da inflação, algo que seria potencializado com a recuperação do mercado de trabalho, e brecharia a alta dos juros a um patamar menos contracionista: “Uma vez completado este ciclo, a massa de renda da população também geraria impulsos adicionais ao consumo das famílias e aos investimentos das empresas”. ■



# NOVO FIAT 500 ELÉTRICO.

SEGURANÇA COM TECNOLOGIAS DE  
CONDUÇÃO SEMIAUTÔNOMA.

IL FUTURO  
È BELLISSIMO.



NO TRÂNSITO, SUA RESPONSABILIDADE SALVA VIDAS.



SAIBA MAIS EM  
[500e.fiat.com.br](http://500e.fiat.com.br)

# FIAT

# Fornecedor também quer nacionalizar

Confiantes com o ano que vem empresas sistemistas e fabricantes de autopeças projetam crescimento de até 20% e buscam formas de driblar dificuldades logísticas

**D**ois dígitos de crescimento: essa é a uníssona expectativa de diversas fabricantes de autopeças para 2022. E deste universo algumas arriscam índices de incremento: de 15% a 20%.

Apesar das incertezas trazidas pela crise de semicondutores, e das consequentes dificuldades de projetar o ano que vem, as empresas da cadeia automotiva pretendem driblar a turbulência e mantêm planos de investimentos em tecnologia para ampliar presença dentro e fora do País.

Objetivo comum das sistemistas é atingir o maior índice de nacionalização possível, principalmente em meio a esse contexto, em que desembolsar recursos com transporte aéreo é sinônimo de aumento de custo e ainda para minimizar perdas derivadas da variação cambial, com dólar acima dos R\$ 5. Esse cenário, avaliam, deve adentrar 2022.

A ZF, por exemplo, espera atingir crescimento de 20% no ano que vem, conforme seu presidente para a América do Sul, Carlos Delich. Mas para chegar lá tentará driblar os problemas com frete aéreo e



Divulgação/ZF

“Para nós está claro: o que está por vir será melhor diante do que já passou.”

Carlos Delich, presidente da ZF para a América do Sul

marítimo e a escassez de semicondutores, uma vez que seus produtos têm muitos componentes eletrônicos e não há alternativas para reduzir conteúdo: "Nem todas as fábricas de semicondutores estão no mesmo nível. Algumas têm problemas de resina e outras enfrentam questões sanitárias, como na Malásia. Estamos constantemente à procura de alternativas".

Os investimentos serão 30% maiores em 2022 e o plano é elevar em 5 pontos o índice de nacionalização e, assim, chegar a 65%. A ideia também é ampliar gradativamente as exportações até chegar a 50% da produção – na média hoje são 15%, que devem finalizar este ano em 18%. Apesar dos desafios nesta reta final de 2021 ele enxerga 2022 como um ano melhor: "Para nós está claro: o que está por vir será melhor diante do que já passou".

Antônio Galvão, presidente da Eaton América Latina, partilha do pensamento de Delich ao se considerar otimista, mas cauteloso. Espera que os resultados da empresa no ano que vem cresçam o dobro do mercado, considerando que haja aumento de 10%. Ele lembra que este ano também houve paradas por falta de matéria-prima e produtos porque alguns dos fornecedores não estavam prontos para o forte reaquecimento da demanda.

"A cadeia não foi totalmente testada no pós-pandemia. Os resultados têm tido muito soluções e se a previsão de mais aumento da demanda para 2022 se concretizar temos receio do que possa acontecer à cadeia como um todo. Mas acreditamos muito em uma base de fornecimento local."

Ele afirma que a companhia faz grande esforço de localização de peças, hoje em torno de 60%, índice que deve aumentar um pouco no ano que vem para combater o problema da logística internacional. Hoje cerca de 30% da produção são exportados, percentual que deve ser mantido.

Galvão diz que a região é uma das que mais consome capital do grupo em termos de investimentos:

"Localização, eficiência de processo produtivo com indústria 4.0 e P&D são algumas das razões que têm nos ajudado

**"Localização, eficiência de processo produtivo com indústria 4.0 e P&D são algumas das razões que têm nos ajudado a crescer no mercado nacional."**

Antônio Galvão, presidente da Eaton América Latina





Divulgação/Bosch

“Todo investimento para nacionalizar precisa de uma visão global, não pode mais ser só para mercado local: é muito perigoso, pois a demanda pode cair fortemente.”

Besaluel Botelho, presidente da Bosch para a América Latina

a crescer no mercado nacional. Quando há engenharia local pode-se desenvolver produtos customizados para as condições de cada país. Espero que haja políticas no Brasil que nos ajudem a continuar investindo no desenvolvimento tecnológico para um planejamento de longo prazo”.

Com 65% de nacionalização a Bosch também quer ampliar a localização. Neste ano investiu R\$ 180 milhões – o que incluiu a transferência de linha de produção de bicos injetores dos Estados Unidos para o Brasil, que atenderá a mercados de exportação e ao interno para Euro 6 – e, para o ano que vem, deverá aportar mais R\$ 130 milhões, que é a média anual. Os valores são para a América Latina, mas a maior parte vem ao Brasil, pois o centro de desenvolvimento e a produção industrial estão aqui.

“Em 2022 a renovação de produtos e de fábricas continuará”, garante Besaluel Botelho, presidente da Bosch para a América Latina, com a perspectiva de também crescer pelo menos 20%. “Colocamos novas tecnologias no mercado brasileiro, de valor agregado maior. Não é só uma questão de volume, mas de tecnologia. E teremos a recuperação da produção de veículos.”

Para balizar as receitas a companhia possui regra de exportar ao menos 30% da produção: “Temos alto conteúdo nacional mas dependemos da importação. Para fazer frente às volatilidades da moeda brasileira e assegurar balança equilibrada nas nossas crises, portanto, temos boa base de exportação. Todo investimento para nacionalizar precisa de uma visão global, não pode mais ser só para demanda local: é muito perigoso, pois a demanda pode cair fortemente”.

Para Gustavo Mwosa, presidente do Grupo Paranoá, produtor de mangueiras e tapetes automotivos, o ambiente de frenagem e aceleração repentina é difícil para todo mundo: “Podemos ver o copo meio cheio e meio vazio. O meio cheio, como o enxergamos, é que uma situação problemática oferece possibilidades para evoluirmos”.



DÊ UM CHOQUE NAS RUAS.  
O URBANO AGORA É 100%  
**ELETRICO.**

MINI COOPER S E. O ELÉTRICO MAIS ELETRIZANTE DA CATEGORIA.



MINI ELECTRIC

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



LEIA O QR CODE E DESCUBRA.



Diante dos desafios a tecnologia é a maior aliada, considera. A empresa obteve junto à Finep, Financiadora de Estudo e Projetos, vinculada ao Ministério da Ciência e Tecnologia, R\$ 1,5 milhão em financiamento para processo de digitalização. Diante da possibilidade de receber e analisar muitos dados rapidamente dispor de ações mais cirúrgicas e velozes ajudam os resultados da operação: "É possível iluminar o chão de fábrica com dados reais e maior precisão".

A empresa quase não exporta mas em compensação já começou a participar da eletrificação ao fornecer para o e-delivery, da VWCO: "Se por um lado os sistemas de direção hidráulica, para os quais fabricamos mangueiras, está em baixa, por outro o número de produtos para o sistema de arrefecimento aumentou. Produtos serão adaptados ao mercado, mas não vemos risco de ruptura em um horizonte de cinco anos. Já no de cinco para dez anos ainda não sabemos como será".

Na lochpe-Maxion o CEO Marcos de Oliveira tem na ponta do lápis as expectativas de crescimento das regiões em que a multinacional brasileira atua – são 32 fábricas em catorze países. Para a América do Sul é esperada alta de 13% e, para a empresa, resultado um pouco acima do mercado.

"Creio que as limitações de abastecimento dos semicondutores serão superadas gradualmente ao longo dos próximos trimestres." Ele cita que ao olhar para os estoques de veículos é possível ter horizonte de potencial de expansão: "No Brasil as montadoras procuram trabalhar com trinta a 35 dias de estoque, e agora estão em torno de quinze dias. Se essas limitações de abastecimento forem menores podemos crescer mais em 2022".

Calcado na diversificação de clientes e regiões e na manutenção de investimentos em novos produtos e tecnologia Oliveira revela que, globalmente, a companhia ganhou novos negócios e, para isso, ampliará a capacidade de produção. A produção da primeira fábrica de rodas de alumínio do grupo na China, por exemplo, começará justamente no início de 2022. ■

“As montadoras procuram trabalhar com trinta a 35 dias de estoque e agora estão em torno de quinze dias. Podemos crescer mais em 2022.”

Marcos de Oliveira, CEO da lochpe-Maxion



Christian Costanzo

**CAIO**  |  **BUSSCAR**

**NAS RUAS OU ESTRADAS, SOMOS  
A SOLUÇÃO EM MOBILIDADE.**



Respeite as leis de trânsito.

**CAIO**   
*75 anos*  
1946 • 2021



 [caioinduscaroficial](#)

 [oficialbusscarbrasil](#)

# Bons ventos sopram do Pacífico

Colômbia, Chile e Peru têm vendas em plena recuperação e em 2022 espera-se que até a Argentina cresça bastante

**A**o que tudo indica a América Latina está retomando ritmo de vendas nos seus mercados mais relevantes capaz de fazer valer o sonho de, em algum ano ainda desta década, atingir o mítico volume de 6 milhões de unidades vendidas. Mas este objetivo ainda está longe e depende, em maior parte, da reação dos mercados do Brasil e da Argentina.

O cenário de pandemia e a deterioração da economia nos países mais fragilizados, que derrubaram as vendas sobretudo em 2020, evitando também uma recuperação mais forte em 2021, parece que está acabando. O desafio é administrar a crise dos semicondutores no primeiro semestre de 2022 ajustando a oferta à demanda e melhorando o desempenho das fabricantes brasileiras, que ainda têm muito espaço para crescer nos países da região.

Como disse Alejandro Saubidet, presidente da Aladda, Associação Latino-americana de distribuidores de Veículos, "houve retração da capacidade de consumo com a pandemia e outros fatores específicos de cada país, como a prolongada crise argentina. Isso diminuiu o índice de veículos novos vendidos a cada 1 mil habitantes".

A expectativa é que a partir de 2022 as vendas passem a crescer dois dígitos percentuais, especialmente nos maiores mercados, sinalizando a recuperação gradual. Espera-se que outros entraves, como a aplicação de leis que impeçam o comércio de veículos usados vindos do Exterior em

alguns países, ajude a dar um impulso no desenvolvimento dos mercados regionais.

Por enquanto, olhando para 2022 e considerando apenas os países com vendas acima de 100 mil veículos ao ano, Argentina, Colômbia e Chile destacam-se. A demanda reprimida pela falta de produtos justifica, em parte, a evolução de dois dígitos percentuais projetados pelas entidades dos distribuidores nesses dois países. A Argentina pode crescer 18% no ano que vem.

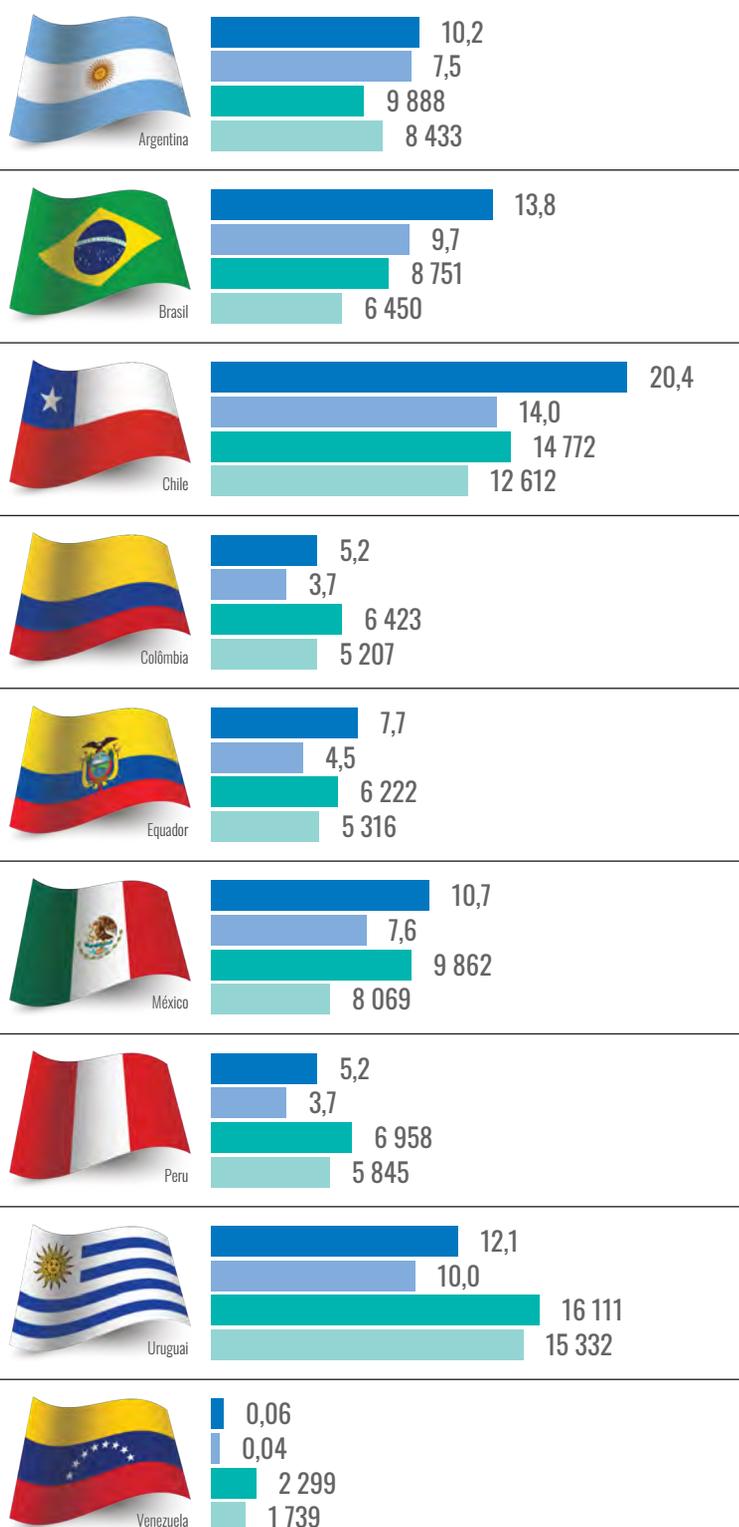
Segundo a Acara, entidade mantida pelos revendedores na Argentina, a recuperação econômica passa pelo aumento do poder de compra e do consumo, o que acontecerá de forma lenta e gradual. Porém, para o presidente Marcelo Ranzzo retomar o patamar recorde de 900 mil unidades de 2017 é um objetivo que pode ser alcançado ainda nesta década: "Em 2020 a previsão era de 250 mil unidades e conseguimos chegar a 342 mil com a reabertura dos estabelecimentos e o início da vacinação. Para este ano aguardamos alta de 18%. Nesse ritmo podemos acreditar em vendas como as de 2017 antes de 2030".

A partir daí, então, espera-se o mercado da Argentina consumindo 1,2 milhão de unidades ao ano.

Já o Chile está próximo de retomar seu recorde histórico, de 417 mil unidades em 2018, em até dois anos. Para 2022 a expectativa é bater na trave, com 415 mil veículos novos, sendo um em cada três modelos vendidos de origem chinesa. E chegar ao

## Retrato da América Latina

● 2019 | ● Veículos por 1 mil habitantes | ● 2020 | ● PIB per Capita (US\$)



fim da década com 500 mil veículos novos sendo comercializados anualmente.

### FALTA INTEGRAÇÃO

Esses movimentos poderiam ser uma grande oportunidade para a produção brasileira, mas ainda não o são. Apenas 10% dos veículos vendidos na América Latina têm origem nas fábricas brasileiras – a exceção é a Argentina, com 50%.

A competitividade dos produtos nacionais, comparada principalmente com os veículos importados da Ásia, e ainda mais deteriorada com o custo Brasil, é a maior dificuldade para aumentar a participação nacional nesses países. Mas não é só isso: uma regulamentação comum a todos no que diz respeito à configuração dos veículos vendidos na região é um pleito antigo das entidades e que continua engavetado nos gabinetes de gente dos governos há anos.

Durante o Congresso Latino-Americano de Negócios da Indústria Automotiva, organizado por AutoData em meados de agosto, o presidente da Anfavea, Luiz Carlos Moraes, propôs que um dos pontos que poderia melhorar o ambiente de negócios é ter apenas uma regulamentação para os produtos automotivos feitos na região, eliminando as especificidades de cada mercado\*.

Adefa, a Anfavea argentina, e Acara, a Fenabrave local, concordaram.

A concorrência global também é um fator importante, principalmente nos países banhados pelo Oceano Pacífico. O melhor exemplo vem do Chile: em 2020 a participação dos veículos chineses nas vendas totais foi de 24,5%, índice que chegou a 35,9% este ano. No Peru três das dez marcas mais vendidas são chinesas. E outras cinco são coreanas ou japonesas, com volumes significativos vindos da Ásia.

Nenhum outro desafio, entretanto, supera a concorrência dos veículos usados importados por vários países da região. Este movimento, ilegal em lugares como o Brasil e a Argentina, eleva substancialmente a idade média da frota, além de corroer o mercado de veículos novos.

Fonte: Aladda

O Paraguai negociará este ano pouco mais do que 64 mil unidades, sendo apenas 36% de veículos novos. A preferência é para os usados, muitos deles quase em estado de sucata vindo de países como os Estados Unidos. Assim a projeção da Aladda para 2022 é que os distribuidores negociem 25 mil veículos novos – a idade média da frota paraguaia é de 18 anos.

Na Bolívia, com uma frota de 2 milhões de veículos e idade média também de 18 anos, a entrada ilegal de usados é uma atividade que, segundo a Câmara Automotor Boliviana, retira 1,5 ponto porcentual do PIB todos os anos. Assim o mercado formal terá em 2021 somente 41 mil unidades novas negociadas.

O campeão dessa estatística é o México. De 2005 a 2020 nada menos do que 8,6 milhões de veículos chamados chatarra, ou sucatas, entraram naquele país, a esmagadora maioria vindo dos Estados Unidos. Mesmo com onze fábricas produzindo mais de 3 milhões de veículos em 2020 e este volume continuando a acelerar em 6,4% este ano, até setembro, a idade média da frota mexicana continua alta, 14 anos para os automóveis e 18 anos nos caminhões.

Isso representa uma grande oportunidade para o Brasil, capaz de atender com volumes significativos não só o mercado mexicano mas os de todos os outros países da região, porque seus produtos são mais condizentes com a realidade econômica desses lugares.

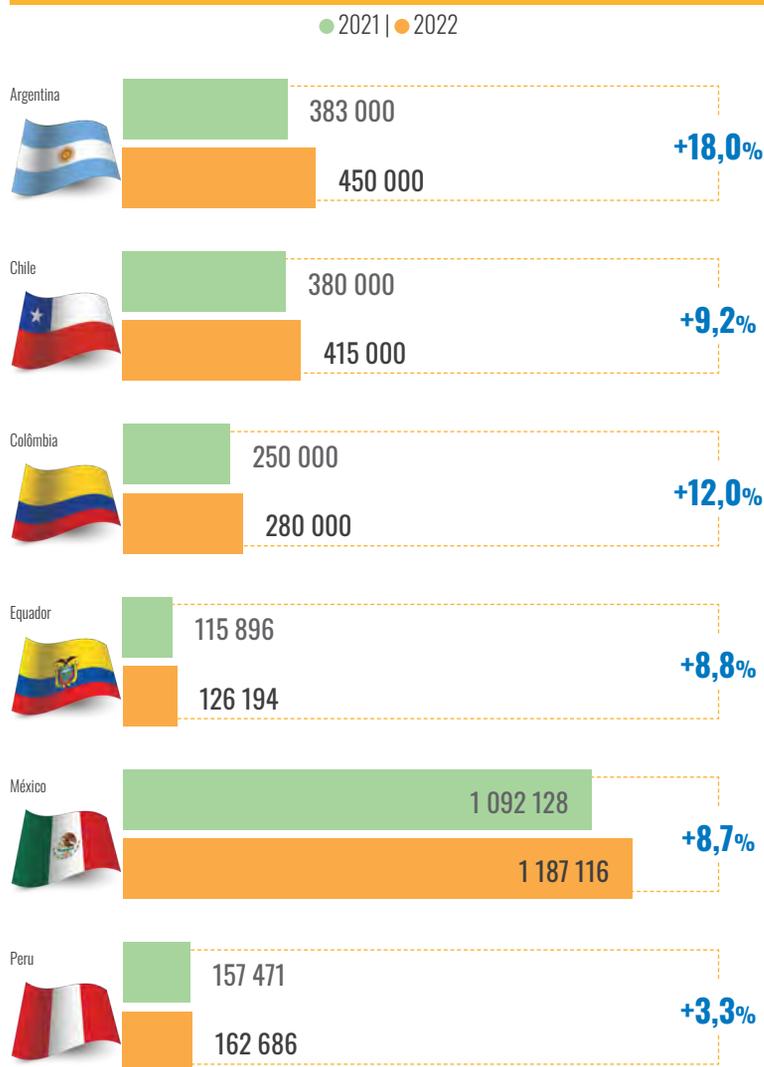
Segundo a associação dos distribuidores do México o mercado em 2021 crescerá 18%. E para o próximo ano a expectativa é de incremento de 8,7%. Porém os importados usados ocupam 13% deste mercado, que negociará mais de 1,1 milhão de unidades em 2022.

### TRANSIÇÃO

A eletrificação não é um tema que está ausente dos negócios automotivos na região. Ainda que os números sejam modestos a velocidade na oferta de veículos elétricos e híbridos tem relação com políticas específicas.

Com incentivos a Colômbia está au-

## Projeção de vendas totais de automóveis e comerciais leves



Fonte: Aladda

mentando rapidamente a participação dos modelos emissão zero. Enquanto o carro com motor a combustão importado paga 19% para entrar ali os elétricos e híbridos chegam recolhendo apenas 5%. Até setembro foram vendidos ali 8,4 mil híbridos, aumento de 391% ante 2020, 1 mil híbridos plug-in, 279% de avanço, e mais 655 totalmente elétricos.

No Chile, mercado que não taxa a entrada de produtos importados, foram vendidos 1 mil 172 híbridos, variação de 320% na comparação com 2020, e 282 elétricos, crescimento de 314%. ■

# JORNADA DIGITAL



## GÊMEOS DIGITAIS

OFERECENDO SOLUÇÕES SOB MEDIDA ÀS DEMANDAS DE CADA  
INDÚSTRIA E SEGMENTO, ALÉM DE FINANCIAMENTO DE  
ACORDO COM A CAPACIDADE DE CADA CLIENTE, A SIEMENS SE  
DESTACA GLOBALMENTE COMO PARCEIRA DE NEGÓCIO PARA A  
REALIZAÇÃO DOS “GÊMEOS DIGITAIS”

# REALIDADE VIRTUAL COM BENEFÍCIO REAL

**E**stá em pleno curso uma das mais importantes e transformadoras inovações trazidas pela Indústria 4.0. Tratam-se dos Gêmeos Digitais (Digital Twin, em inglês) que são cópias virtuais exatas de todas as etapas do desenvolvimento e produção de um produto ou processo; desde sua concepção e validação prévia, passando pelo planejamento e simulações de produção, chegando até à fábrica que irá produzi-lo, considerando, detalhadamente, seu projeto, processos produtivos e utilização.

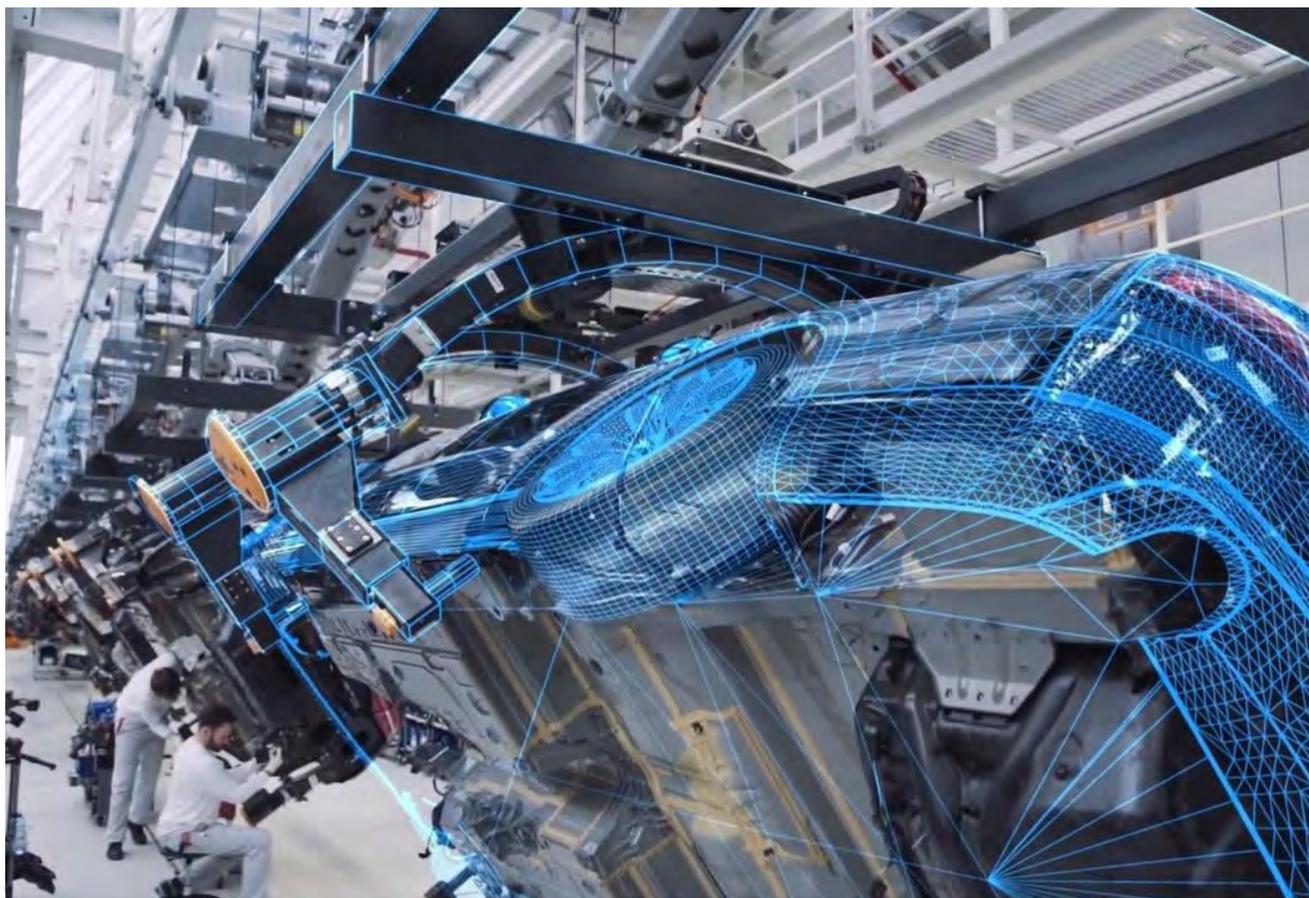
Em função da extraordinária assertividade e, particularmente, devido à sua agilidade e rápido retorno de investimento, cada vez mais empresas estão in-

vestindo nestas tecnologias que permitem prever e corrigir potenciais problemas de maneira antecipada ou ainda otimizar a performance dos seus produtos, equipamentos ou processos, simulando as mais diversas situações de utilização, por vezes, submetendo-os à condições potencialmente extremas aos quais estes projetos estariam sujeitos no mundo real.

A Siemens é uma das empresas que mais avançou no mundo no desenvolvimento dessas soluções digitais que são oferecidas aos clientes de acordo com a realidade e capacidade financeira de cada cliente. "Oferecemos soluções sob medida a partir do mo-



**Cada vez mais empresas estão investindo nestas tecnologias que permitem prever e corrigir potenciais problemas**



mento em que nossos consultores entendem as reais necessidades dos negócios dos nossos clientes”, comenta João Vicente Vassallo, gerente de portfólio de produtos da Siemens, “após fazermos um diagnóstico criterioso de uma empresa e seus negócios, apresentamos as soluções digitais que melhor podem atendê-la de modo a torná-la mais competitiva, eficiente e rentável”.

Vassallo explica que hoje em dia há três tipos de “Gêmeos Digitais”. “Há o mais conhecido e que vem sendo aplicado há mais de duas décadas por empresas de ponta, que é o “Gêmeo Digital do Produto”, aquele que simula um produto, equipamento ou processo, considerando todas as suas particularidades de projeto e futura aplicação, mas há, ainda, dois outros mais recentes: o “Gêmeo Digital de Produção” e o “Gêmeo Digital de Performance” que merecem explanação mais aprofundada”.

Enquanto o “Gêmeo Digital do Produto” simula virtualmente praticamente toda vida útil de um pro-

duto ou equipamento, desde sua concepção até sua obsolescência, o “Gêmeo Digital de Produção” considera todo planejamento, operacionalização, tempos, recursos tais como ferramentais e maquinários, mão de obra ou automação, utilizados em sua manufatura; simulando a produção real do seu produto ou equipamento ou ainda da fábrica que irá produzi-lo. O sistema é tão completo e minucioso que pode considerar, inclusive, a ergonomia de cada etapa dos processos, indicando por exemplo, onde e em que situações é mais aconselhável e saudável utilizar um certo biotipo humano ou, se for o caso, robôs.

Sérgio “Bart” Peres, consultor de desenvolvimento de negócios da Siemens, e um especialista em “Gêmeos Digitais”, explica que uma das grandes novidades da Indústria 4.0 é o “Gêmeo Digital de Performance”, o qual permite comparar um produto, equipamento ou processo real ao seu Gêmeo Digital (Produto ou Produção), avaliando e otimizando de maneira

pormenorizada o seu desempenho e consequentemente permitindo a implantação constante de melhorias.

Isto é possível, dentre outras tecnologias, por meio da captura e análise de milhões de variáveis (Big Data) através da Internet das Coisas (IoT). “Bart”, como é conhecido dentro da Siemens e, também, pelos clientes, diz que esse mais recente “gêmeo” permite que a indústria aplique uma visão holística de Digitalização em toda a cadeia de valor, “fechando-se, assim, todo ciclo da manufatura”.

Um dos grandes diferenciais da Siemens é conseguir, por meio de seu ecossistema de soluções para a indústria, interligar todos esses “gêmeos digitais” de modo que eles se complementem e se “retroalimentem”. Uma vez aplicados, os “Gêmeos Digitais” au-

mentam a eficiência da indústria, diminuem custos e, sobretudo, permitem maior agilidade da engenharia na implementação de inovações tecnológicas.

De acordo com estudo da Gartner, consultoria que atua na área de tecnologia, “Gêmeos Digitais” estão entre as 10 principais tendências no mundo corporativo para este ano. Levantamento da Deloitte aponta que esse recurso digital pode melhorar os processos de montagem, reduzindo o retrabalho entre 15% a 20%. Além disso, os especialistas da Siemens asseguram que, na indústria automotiva, a utilização em larga escala dos “Gêmeos Digitais” acelera os desenvolvimentos e ramp-ups de produção, reduzindo o tempo de lançamento de novos produtos, além de prever e reduzir significativamente problemas indesejáveis, custosos e impactantes como os “recalls”.



» VEJA NA PRÓXIMA EDIÇÃO:

Comunicação Industrial



TRANSPORTE DE PEÇAS AUTOMOTIVAS PARA  
MERCADO DE REPOSIÇÃO COM COBERTURA NACIONAL?

# A DHL ENTREGA



Com a DHL Supply Chain, a sua empresa conta com uma equipe de especialistas que fala a mesma língua do seu negócio e entende os desafios de transporte e logística B2B de ponta a ponta.

- Transporte de carga fracionada, lotação e aérea
- Hubs próprios DHL para crossdocking dos produtos
- Portal online com visibilidade de entrega para concessionárias
- Entrega com abrangência nacional
- Monitoramento em tempo integral
- Gerenciamento de risco próprio
- Reengenharia de processos
- Inovação e tecnologia de ponta
- Torre de controle integrada

Acesse o site abaixo e fale diretamente com um de nossos especialistas:

**DHL Supply Chain – Excellence. Simply delivered.**

**#DHLentrega**

**[dhl.com/transporte](https://dhl.com/transporte)**



**A** líder do mercado de veículos de luxo no Brasil espera manter o bom desempenho de vendas e crescer, em 2022, “dois dígitos percentuais”, segundo Aksel Krieger, CEO do BMW Groupe no Brasil. Ele tem bons motivos para acreditar que as vendas continuarão aceleradas tanto quanto o ritmo forte dos motores que equipam seus modelos esportivos e de luxo.

A primeira razão é a fábrica de Araquari, SC, onde são produzidos 80% dos modelos vendidos no País, dentre eles o sedã Série 3 e os SUVs X1, X3 e X4. Durante a pandemia houve um incremento de produção, algo como 10%, capaz de entregar “até mais veículos do que esperávamos para este ano, porque nosso planejamento diminuiu o impacto da falta de semicondutores no mundo”.

Até setembro, segundo a Anfavea, a BMW negociou 12 mil veículos no País, superando em quase duas vezes a atual vice-líder do segmento premium, a Volvo, e em mais de três vezes as outras tradicionais marcas alemãs, Audi e Mercedes-Benz, que abandonaram a produção nacional.

Krieger diz que este ano a BMW crescerá 30%. E que a tendência é um aumento forte das vendas, podendo repetir este mesmo crescimento percentual no ano que vem.

“As razões para manter o crescimento em 30% em 2022 são as novidades que traremos para o Brasil e a flexibilidade da produção para atender rapidamente à necessidade do mercado.”

A unidade de Araquari opera em apenas um turno de produção e mesmo com as boas notícias vindas do front, ou da ponta do mercado, não há a intenção de expandir o período de fabricação de veículos: “Temos espaço para ajustar o ritmo produtivo em apenas um turno. Tão cedo não vejo a necessidade de abrir um segundo turno”.

Outra razão para otimismo no mercado interno é a projeção do câmbio para 2022. Segundo as informações que a BMW recebe de instituições financeiras, e que

# Motivos apenas para crescer



BMW espera repetir a dose de 2021 e melhorar seu desempenho de vendas em 30% em 2022

servem como parâmetro para projetar os negócios no País, "haverá pequena desvalorização do real, deixando a cotação do dólar em algo como R\$ 5,25, R\$ 5,30".

Na avaliação de Krieger, contudo, neste momento a volatilidade da moeda nacional ainda é grande, o que pode levar algumas incertezas para o ano que vem: "Particularmente é difícil afirmar com convicção o que acontecerá. Estamos trabalhando com essa pequena desvalorização do real. Mas é como sempre digo, brincando: o câmbio existe para deixar os economistas humildes".

A projeção do PIB para este ano é de 5% e em 2022, com base de comparação mais robusta, um avanço de 2%. Já a taxa básica de juros "não será um grande fator

de preocupação para o desenvolvimento dos nossos negócios", mesmo Krieger projetando elevação para algo de 9% a 10% em 2022: "Há demanda reprimida no mercado nacional. Independente da razão acho que as pessoas continuam comprando carros. E, no segmento de luxo, dando mais vazão à produção, o mercado continuará crescendo".

Krieger acredita que, sobre a oferta de veículos híbridos e elétricos, haverá renovação dos incentivos para a importação desses modelos, que variam de isenção total ou imposto de 7%, dependendo do cálculo da eficiência energética de cada um deles: "A sinalização que recebemos da Anfavea é de que as condições atuais terão continuidade em 2022".

Assim, a BMW manterá seu programa de lançamentos para atender o compromisso global de até 2030 ter 50% do seu portfólio formado por modelos híbridos e elétricos. Krieger falou com a reportagem da Alemanha, na primeira semana de outubro. Durante entrevista por videoconferência ele citou uma das razões da viagem para a matriz: "Vim conhecer um dos modelos que será lançado na Europa em novembro e que pretendemos levar para o Brasil ainda no primeiro semestre de 2022".

A BMW já anunciou que importará o novo SUV elétrico iX e, também, o novíssimo sedã i4, justamente o modelo que Krieger conheceu na Alemanha. De 18% a 20% das vendas da BMW no Brasil são de modelos híbridos, híbridos plug-in ou elétricos.

Diante do cenário que oferece boas condições para seguir ampliando sua participação no mercado brasileiro é natural que a BMW esteja trabalhando para realizar investimentos. E, de fato, isso pode acontecer em 2022, sobretudo na produção de novos modelos no País: "Vem mais coisa pela frente, para 2022, mas ainda não posso revelar. Mas adianto que muito em breve conversaremos sobre essas novidades que, esperamos, tragam novos investimentos para o País". ■

**“Há demanda reprimida no mercado nacional. No segmento de luxo, dando mais vazão à produção, o mercado continuará crescendo.”**

**Aksel Krieger, CEO do Grupo BMW no Brasil**

**A** Caoa Chery prepara suas operações para um crescimento de 80% em 2022. Não, caro leitor, você não leu errado: oitenta por cento de crescimento ante o volume de 2021, que deverá ficar na casa das 34 mil unidades, segundo calcula o CEO Márcio Alfonso: "Estamos trabalhando para vender mais de 60 mil veículos no ano que vem".

Até o fim deste ano a empresa deverá consolidar-se na décima posição do ranking brasileiro de automóveis e comerciais leves, com 2% das vendas. De janeiro a setembro acumula 1,9%, com 27,8 mil unidades e 120% de crescimento sobre 2020 – mas, nos últimos meses, já chega a mais de 2,8% de participação. E em algumas praças mais de 3%, calcula o CEO.

Ao bater 60 mil unidades comercializadas em 2022 Alfonso projeta ganhar mais 1 ponto de participação – e daí vem o cálculo para o mercado total que, na sua visão, deverá crescer na casa dos 10% no ano que vem.

"Este ano, se chegarmos a 2 milhões de veículos de passeio e comerciais leves, estará bom", afirmou o CEO da Caoa Chery. "A situação da indústria está mais frágil do que imaginávamos. Teremos mais dois ou três meses um pouco mais baixos do que projetávamos."

A fragilidade, segundo ele, vem da própria capacidade da indústria de entregar veículos diante do cenário de escassez de semicondutores, componentes e dificuldades logísticas. Ele não enxerga problemas de demanda: "Não temos estoque no pátio. Todos os carros são produzidos com pedido em carteira, tanto em Jacareí como em Anápolis".

Seguem, portanto, os planos de expansão da rede. Atualmente são 124 pontos de venda em operação e até dezembro a meta é alcançar 150 concessionárias,



Divulgação/Caoa Chery

# Avanço de 80%!

Caoa Chery projeta crescimento oito vezes acima do mercado e almeja ganhar mais 1 ponto de participação em 2022

“Este ano, se chegarmos a 2 milhões de veículos de passeio e comerciais leves, estará bom. A situação da indústria está mais frágil do que imaginávamos. Teremos mais dois ou três meses um pouco mais baixos do que projetávamos.”

Márcio Alfonso, CEO

ampliando, assim, a capilaridade da rede. Alfonso justifica que existem regiões em que a Caoa Chery ainda não está presente e será delas que virá parte do volume adicional estimado.

Ele descarta também a possibilidade de a companhia não conseguir atender à demanda calculada. As fábricas, segundo ele, estão adaptadas para produzir veículos com a quantidade de peças disponível, obedecendo programação flexível: “Não temos restrição: temos fôlego e capacidade para atender à demanda. Abrimos o segundo turno de produção em Anápolis e em Jacareí estamos subindo o ritmo. Lá fazíamos quarenta carros por dia, agora saltamos para de oitenta a noventa unidades por dia. E estamos investindo para colocar mais capacidade nas duas fábricas”.

Alfonso reclama, porém, da falta de contêineres, de navios parados, de acidentes climáticos que fecham fábricas ao redor do mundo e da limitação de insumos para a cadeia fornecedora. O cenário político e econômico brasileiro também preocupa.

“Essa turbulência econômica, aliada à instabilidade política, irá longe. Teremos mais um ano inteiro, com eleições, sem saber o que acontecerá no cenário político, que afeta a economia.”

Foi a instabilidade econômica que fez a Caoa Chery puxar o freio no seu plano de exportações. No ano passado algumas unidades do Tiggo 2 foram enviadas ao Paraguai, no que era, à época, o primeiro passo para um planejamento maior. Mas a instabilidade do câmbio e dos custos, de matéria-prima à energia, fez a companhia recuar. Alfonso explica que houve também necessidade de priorizar o mercado interno.

“O câmbio está favorável para exportar, mas os custos sobem muito. Se você firmar um contrato hoje poderá ter surpresas desagradáveis amanhã. Estamos cautelosos para não fazer um movimento na hora errada.”

O foco acabou ficando no mercado doméstico, que recebeu novidades como o Tiggo 8, o Tiggo 3X e mais recentemente o Arrizo 6 Pro, uma versão mais recheada de tecnologia do sedã produzido em Jacareí, SP. Vai em direção ao que a companhia tem percebido no mercado: desejo do consumidor em comprar carros mais completos.

Os consumidores das prateleiras ainda mais de cima também estão na mira da empresa, que em 2022 deverá lançar os modelos da marca Exeed, mais luxuosa. Outra novidade deverá ser a chamada fase 2 do plano de eletrificação da Caoa Chery, que começou com um pequeno lote do Arrizo elétrico e vem atendendo às expectativas, embora seja operação ainda bem enxuta, quase um teste piloto. Alfonso garantiu que mais modelos elétricos deverão chegar ao mercado até o fim do primeiro trimestre. ■

# Dias melhores no horizonte



Divulgação/GM

General Motors foi muito prejudicada pela crise dos semicondutores neste ano, mas a empresa acredita que o pior já passou

Um ano difícil como 2021 dificilmente se repetirá na General Motors brasileira. A fábrica de Gravataí, RS, ficou nada menos do que quatro meses sem produzir os Chevrolet mais vendidos do mercado, Onix e Onix Plus, e a companhia passou boa parte do ano com dificuldades para manter o ritmo dos demais modelos do portfólio por causa da crise global de abastecimento de semicondutores: a matriz optou por priorizar mercados mais maduros com margens de lucro mais generosas.

O resultado foi a perda da liderança e a queda para a terceira posição do ranking de marcas do mercado automotivo brasileiro. A direção local passou por momentos de turbulência com a rede, a quem precisou socorrer financeiramente. E o próprio desempenho do mercado, no geral, ficou abaixo das expectativas, diante de um cenário de aumento dos custos e reajustes na tabela de preços.

Mas, pelo menos, "para nós o pior já passou", sentencia Marina Willisch, vice-presidente de relações governamentais, comunicações e ESG da General Motors para a América do Sul. De acordo com ela "em um mês de retorno da produção em Gravataí, em apenas um turno, já voltamos a registrar dois dígitos de participação de mercado e deveremos contar com maior oferta de componentes em 2022". A vice-presidente reconhece, porém, que "embora a demanda exista a instabilidade na produção continua".

Willisch projeta um quarto trimestre de forte recuperação: a fábrica de Gravataí já retornou a produzir em dois turnos de trabalho e mais Onix e Onix Plus sairão de lá para atender a vendas represadas e demandas de clientes que resolveram esperar pelos dois modelos.

A executiva, que se diz "otimista por natureza", afirmou já conseguir enxergar a luz no fim do túnel. O avanço dos números da vacinação no Brasil, que tenta virar definitivamente a página na história da pandemia, porém, encontra cenário



# Quer conforto e segurança? Vá de G8!

A nova geração de ônibus rodoviários da Marcopolo chega com padrões únicos de conforto e segurança que irão surpreender passageiros, motoristas e frotistas. São mais de 140 novos atributos que chegaram para revolucionar o setor de ônibus no Brasil.



Imagens meramente ilustrativas. Consulte o representante de sua região para saber mais sobre os modelos e suas configurações.

 **Marcopolo G8**

Leva você ao futuro.

Conheça mais em:  
[marcopolog8.com](http://marcopolog8.com)



“Nosso maior foco agora está na autossustentabilidade. Retomar a liderança do mercado brasileiro é importante, e é claro que é um dos objetivos, mas não é o principal. Não seremos líderes a qualquer custo.”

Marina Willisich, vice-presidente de relações governamentais, comunicações e ESG para a América do Sul

de instabilidade econômica e de pressão nos preços, além de uma crise de social muito grande: “Demoraremos para nos recuperar como País”.

De toda forma a vice-presidente destaca o desempenho dos países sul-americanos, que têm apresentado taxas de crescimento superiores à média global, ainda que sobre bases bem deprimidas pela pandemia. Ela não crê em ruptura desta tendência, mas chama a atenção para o ritmo da inflação.

“A onda de aumento dos preços das matérias-primas já passou mas ainda creio que a inflação, em 2022, fique um pouco acima do índice que teremos nesse ano.”

Desta forma haverá impacto nas taxas de juros, que deverão manter a tendência de alta. De toda maneira nada disso deverá frear o crescimento dos mercados sul-americanos onde a General Motors atua: de 3,8 milhões de unidades projetadas para 2021 a expectativa é saltar para algo que varie de 4 milhões a 4,4 milhões de veículos vendidos na região em 2022.

“O resultado deste ano ficará um pouco abaixo das expectativas por causa da crise dos semicondutores. Ao longo do ano que vem a situação deverá se resolver, pois já existem diversas iniciativas de expansão de produção, incluindo a abertura de novas fábricas. Este é um problema global e a solução está chegando.”

Dentro de casa o trabalho é para tor-

nar a operação autossustentável. A General Motors roda plano de investir R\$ 10 bilhões em suas fábricas no Estado de São Paulo e o primeiro modelo deste pacote, a nova picape Montana, chegará às concessionárias nos próximos meses, a partir da unidade de São Caetano do Sul, SP. Para justificar esses investimentos a operação local precisa dar lucro: nos últimos anos a matriz precisou ajudar a fechar as contas.

“Estamos com foco na autossustentabilidade. Retomar a liderança do mercado brasileiro é importante, e é claro que é um dos objetivos, mas não é o principal. Não seremos líderes a qualquer custo.”

Ao mesmo tempo a General Motors trabalha para ser reconhecida como marca que oferece o que há de melhor em termos de tecnologia, e inclusive nos segmentos de base do mercado, como onde o Onix participa.

Santiago Chamorro, que assumiu a presidência da companhia em setembro ao suceder Carlos Zarlenga, que optou por deixar a empresa de forma súbita, vem da área global de serviços conectados e um de seus objetivos, avisou, será expandir e reforçar essas tecnologias, como a OnStar, por aqui.

É mais uma frente para engrossar os lucros e tornar a GM América do Sul uma operação sustentável e relevante diante dos olhos de uma matriz que tem hoje na eletrificação sua prioridade. ■

Belgo Bekaert Arames



ArcelorMittal

Um mundo melhor  
amanhã começa  
com nosso  
compromisso hoje.

ArcelorMittal: meta de ser  
carbono neutro até 2050.

A ArcelorMittal lidera as transformações na indústria do aço. Nosso compromisso de contribuir com uma economia mais circular e de baixo carbono é reflexo da preocupação com um futuro mais sustentável, garantindo atendimento às necessidades das próximas gerações e desenvolvimento para a sociedade.

acesse



[arcelormittal.com.br](https://arcelormittal.com.br)

**A**irton Cousseau, presidente da Nissan Mercosul e diretor geral da Nissan do Brasil, é certamente um dos executivos do setor automotivo nacional mais empolgados com 2022: "Será um ano espetacular se conseguirmos superar a questão dos semicondutores. Temos dois anos de compra reprimida acumulados e uma demanda forte. Acredito que será muito bom, inclusive com um PIB um pouco acima do que o mercado financeiro está prevendo".

Em números isso significará sair de um mercado de 2,2 milhões de unidades em 2021 para pouco além de 2,5 milhões em 2021, ou seja, um avanço de dois dígitos. Cabe apenas uma pequena ressalva: a Nissan faz todos os seus cálculos utilizando o padrão japonês de ano fiscal, ou seja, de abril a março em vez do tradicional janeiro a dezembro.

É impossível deixar de comentar sobre os semicondutores, situação que o presidente da Nissan considera responsável por "distorcer todo o mercado a ponto de prejudicar fortemente um dos segmentos mais vendidos, o dos compactos. Ainda viveremos incertezas. Também fomos afetados mas, dentro do contexto, ainda estamos bem. Em outubro trabalharemos o mês inteiro e com dois sábados extras, algo que não acontecia há muito tempo".

Muito bom, mas e em novembro, como será?: "Aí só saberemos mais para a segunda metade de outubro. As decisões estão sendo tomadas de uma semana para outra".

Cousseau complementa alertando que "essa dificuldade de fornecimento de semicondutores ainda deve persistir até a primeira metade do ano que vem, mas é difícil saber exatamente pois as próprias empresas fabricantes de chips não conseguem nos passar uma projeção".

No universo Nissan em particular o lema é simples e direto: vender tudo o que se possa produzir. E a Nissan quer, exatamente, vender mais. Por isso as áreas

# O bom samba de uma nota só

Nissan está tão satisfeita com a decisão de produzir apenas o Kicks em Resende que abrirá segundo turno em 2022



de vendas começaram a ser preparadas em agosto para a abertura do segundo turno em Resende, RJ, a partir de 2 de fevereiro, medida anunciada publicamente agora em outubro e responsável por 578 contratações.

"Retomaremos a produção em dois turnos para atender a essa demanda que já existe, e um pouco também para exportação" – o Kicks embarca atualmente para Argentina e Paraguai. O segundo turno de produção havia sido encerrado em agosto de 2020, após três anos em funcionamento.

Assim a fábrica fluminense passará a produzir no ano que vem, em vez dos atuais 31 carros por hora em um turno, 25 por hora em dois turnos, o que "representa o equilíbrio em custos". Isso dará 86 mil unidades em doze meses, das quais 76 mil para o mercado interno e 10 mil para exportação. Mas, se precisar, a Nissan pode acelerar novamente a linha até os 31 carros por hora nos dois turnos, subindo o total para 110 mil no ano – em 2021 serão bem menos, 50 mil.

Todos serão do SUV Kicks – o parceiro V-Drive, o antigo Versa, foi descontinuado, mesmo destino que viveu antes o hatch March. Assim Resende é agora mono-produto: "Não é algo exclusivo nosso: no México, por exemplo, uma das plantas só faz Sentra. A vantagem é trazer valor agregado para a fábrica, sendo que o Kicks

tem um posicionamento de preço melhor. Poderíamos ter mais modelos, desde que fossem acima dele. Ele compensa de longe não ter outro produto. Esse valor agregado é que justificará os investimentos, inclusive dos fornecedores próximos. E teremos um potencial maior de exportação. Comparando com a operação com três modelos estamos muito melhor agora, só com o Kicks".

As vendas externas "são uma necessidade para fazer hedge natural". E aqui a estratégia é não só Kicks como também peças e acessórios Made in Resende: "Já iniciamos esse processo e funcionou muito bem. Investiremos mais nessa área e não só para atender à América do Sul. Temos conversas inclusive com os Estados Unidos. Temos potencial para isso. Se nossa peça chegar competitiva lá eles comprarão".

Outro objetivo para 2022, e que faz parte também desse processo, é ampliar a localização de peças e componentes, hoje em 55%: Cousseau quer chegar a 70%, no mínimo, o quanto antes possível.

O segundo turno ajudará também a Nissan a lançar seu programa de carros por assinatura, após um piloto com os funcionários: "Já está tudo pronto para isso. Só precisamos de produto, pois não queremos frustrar o cliente pedindo que ele retorne para fechar o contrato dali a 120 dias". ■

**"2022 será espetacular se conseguirmos superar a questão dos semicondutores. Temos dois anos de mercado reprimido acumulados, uma demanda forte. Acredito que será muito bom."**

**Aírton Cousseau, presidente Mercosul e diretor geral Brasil**

O cenário de escassez de semicondutores mudou a forma da indústria automotiva planejar sua produção. A incerteza de abastecimento de componentes no amanhã faz com que decisões envolvendo programação sejam feitas todos os dias, com base no que há e no que se calcula que haverá nos estoques.

A preocupação com o dia imediatamente seguinte permanecerá em 2022, acredita Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil. Mas ele também entende que o longo prazo está garantido: há, na matriz, a certeza de que o mercado brasileiro é promissor e importante para os negócios do grupo.

Para o executivo 2021 terminará com volumes um pouco inferiores aos projetados anteriormente, na casa de 2 milhões 50 mil veículos de passeio e comerciais leves: "Um pouco acima de 2020, mas não por falta de demanda. O mercado poderia ser maior. Há clientes particulares e locadoras demandando, mas o contexto global de falta de componentes afeta a capacidade de entrega".

Para 2022 a Renault projeta mercado em crescimento de 15% nas vendas, chegando a 2,4 milhões de veículos, com um primeiro trimestre ainda conturbado pela falta de visibilidade com relação aos componentes. Gondo faz um porém: "Um aumento de 15% é bom, mas ainda estaremos abaixo dos volumes de 2019, quando foram emplacadas 2 milhões 660 mil unidades. Se voltarmos dez anos ainda mais o mercado de veículos do Brasil chegou a 3,6 milhões de unidades".

Gondo mostra suas ressalvas também com relação às áreas política e econômica do País, que podem influenciar esses números. Ele lembra da crise hídrica, que ainda poderá prejudicar a indústria e a economia, das eleições presidenciais, que

# Preocupação e confiança

Renault enxerga dificuldades na economia e no abastecimento da cadeia, mas convicção da matriz no Brasil segue em alta



mexem com o cenário político, e a entrada em vigor das legislações do L7, a sétima fase do Proconve, Programa de Controle das Emissões Veiculares, para veículos leves, que entra em vigor em janeiro, além de outras normas de segurança que se tornarão obrigatórias.

"É claro que para nós é ótimo que os carros sejam mais seguros e mais eficientes, mas há o impacto no preço. A indústria vem sofrendo uma pressão grande de aumento do custo das matérias-primas nos últimos anos, o que deve continuar. E assim seguirá o repasse no preço dos veículos."

A inflação é ponto de atenção para o presidente da Renault. O remédio aplicado pelo governo para contê-la é prejudicial para o setor, pois aumentando a taxa Selic há reflexo nos juros para financiamentos, o principal meio de aquisição de automóveis no País. Gondo estima IPCA na casa dos 8% em 2021 e uma certa acomodação em 2022, mas ainda acima da meta do Banco Central, em torno de 5,5%.

Nos índices macroeconômicos a Renault segue as projeções do mercado e das instituições financeiras: crescimento do PIB em torno de 5% este ano, com a ressalva da base baixa que foi 2020, e de 1,7% em 2022, mas recordando que muitas instituições já falam em PIB abaixo de 1% no ano que vem. A Selic permanecerá em 8%, acredita. O dólar deverá fechar o ano em R\$ 5,33 e no ano que vem passará a R\$ 5,45, por reflexo da instabilidade política: o executivo não enxerga no horizonte resolução para essa questão até o fim do ano que vem.

Com relação aos volumes particulares da Renault Gondo preferiu não divulgar projeções. Espera, porém, crescer nas exportações e avançar no mercado, mas não a todo custo: permanece a premissa de priorizar a lucratividade e sustentabi-

lidade das operações: "Nossa estratégia é a de seguir forte onde somos fortes e entrar em segmentos na parte mais alta do mercado".

Ele exemplifica com o SUV Captur: este ano uma versão com motor 1,3 turbo, de catálogo mais elevado, foi lançada e "assim alcançamos consumidores onde não tínhamos oferta. Seguiremos com esse tipo de abordagem. Temos oportunidades no segmento C-SUV, mas não deixaremos aqueles nos quais somos fortes, como no Kwid [subcompactos], que lideramos por vários anos, assim como o da Master [comerciais leves]".

Em paralelo a operação brasileira segue discutindo com a matriz o plano de investimento pós-2022. Em março Gondo anunciou R\$ 1,1 bilhão em aporte para este e o próximo ano, aplicado em renovação do portfólio e na ampliação das opções nas prateleiras mais elevadas, especialmente.

Agora vem a visão mais de longo prazo, que o presidente garante existir na matriz francesa.

"Nossa visão é a de que o Brasil continuará crescendo em 2022, 2023, 2024... é um mercado com potencial. Na matriz não há dúvidas do potencial do País." ■

**"A indústria está sofrendo grande pressão de aumento do custo das matérias-primas nos últimos anos, o que deve continuar. E assim seguirá o repasse no preço dos veículos."**

**Ricardo Gondo, presidente**

# São tantas emoções



Divulgação/Stellantis

Com os novos Fiat Pulse e Citroën C3 reforçando a gama Stellantis quer ter um 2022 tão vigoroso quanto 2021, em que lidera o mercado no Brasil e na Argentina

Com sua estrutura e quadros organizados definitivamente a Stellantis não tem o que se queixar deste ano, apesar de todo o cenário atípico. Até setembro emplacou mais de 485 mil unidades e, com quase 33% de participação, lidera o mercado – são seus seis modelos no ranking dos dez mais vendidos, com destaque especial para a Fiat Strada, atualmente o veículo mais comercializado no Brasil, com 85 mil unidades.

Isoladamente a Jeep alcançou os melhores resultados de sua história no Brasil em um trimestre no período encerrado em setembro: 38,5 mil unidades vendidas e 8,3% de participação. No acumulado do ano são 112 mil e fatia de 7,6%.

Na Argentina os números também são extremamente positivos: 82,5 mil veículos vendidos e igualmente a liderança de mercado, com quase 29% de participação. Por lá o Fiat Cronos é o modelo mais emplacado.

Mas nem tudo, é claro, são flores, como diria um poeta. Neste começo de outubro a Stellantis colocou 1,8 mil trabalhadores da fábrica Fiat de Betim, MG, em layoff – suspensão temporária do contrato de trabalho –, por três meses. Antonio Filosa, presidente para a América Latina, observa que “foi uma necessidade para adequar o ritmo de produção à disponibilidade de suprimentos. Utilizaremos esse expediente no limite da necessidade para reequilibrar a manufatura”.

Ele alega que a empresa está em “período de silêncio” e por isso não pode fazer projeções para este e o próximo ano, mas diz que “esta é uma crise sem precedentes, que preocupa tremendamente. Certamente mudará a geografia da produção mundial de semicondutores. Continuamos trabalhando intensamente junto aos fornecedores para garantir a maior regularidade possível. Acredito que o problema comece a se atenuar a partir da virada do ano, mas tudo indica que ainda se estenderá por 2022”.

No âmbito macroeconômico Filosa diz



Não importa **onde**,  
estaremos juntos.

Desenvolvimento global disponível localmente. Com presença global, nossas tecnologias são produtíveis em qualquer região do mundo. Para a mobilidade com baixa ou zero emissão, estaremos juntos.

que "o futuro é sempre uma incerteza, sobretudo em um cenário global ainda não totalmente reorganizado ou recuperado dos efeitos da pandemia. Temos que recorrer um pouco às tendências que as séries históricas nos mostram. O próximo ano é de eleições majoritárias e estes anos são caracterizados por grande atenção dos agentes públicos ao crescimento econômico. Podemos, então, prever que haverá um vetor favorável ao investimento, ao consumo e à produção. Paralelamente as grandes economias mundiais também acelerarão o processo de recuperação de suas economias, o que significa maior demanda por commodities, o que é positivo para o Brasil".

Mais uma vez, porém, as flores terão que batalhar por seu espaço: o executivo complementa seu raciocínio salientando que "no outro prato da balança temos fatores de incerteza. A tendência das eleições pode baquear a confiança do mercado e a evolução da crise hídrica e da escassez de componentes pode ser uma trava à produção. São muitos fatores em jogo, mas a base de tudo é um cenário em que o viés da política econômica será de crescimento. Uma coisa é certa: não faltarão emoções em 2022".

Para Filosa "a tendência é de alta da Selic, no âmbito de uma política monetária de controle da inflação. E o câmbio é um ativo fortemente influenciável pela expectativa no campo político. Temos que estar atentos e agir com rapidez e flexibilidade para nos adaptar adequadamente aos cenários em mutação".

Nas metas Stellantis para o ano que vem um caminho certo é o do aumento da nacionalização:

"Os fornecedores são um fator cada vez mais estratégico em nosso negócio e temos uma visão particular sobre isto, porque estimulamos a formação de parques de fornecedores no entorno de nossas fábricas. Continuaremos nesta direção, trabalhando em parcerias estratégicas para o desenvolvimento conjunto de novas tecnologias, materiais, sistemas e processos e apostando na localização

“São muitos fatores em jogo, mas a base de tudo é um cenário em que o viés da política econômica será de crescimento. Uma coisa é certa: não faltarão emoções em 2022.”

Antonio Filosa, presidente para a América Latina

como fator de eficiência. Uma parceria bem construída com fornecedores acelera a inovação, aporta novas soluções tecnológicas e confere agilidade".

O presidente para América Latina também não comenta os lançamentos a caminho, mas dois deles já são conhecidos: Fiat Pulse, ainda este ano, e o novo Citroën C3, no ano que vem – ambos são hatches compactos com, pode-se dizer, espírito de SUV. Mas diz: "Posso assegurar que, como uma casa de marcas a Stellantis está trabalhando em um planejamento minucioso de estratégia para cada marca no médio e longo prazos, tanto global quanto localmente. Queremos que cada marca ressalte sua identidade própria, dialogue cada vez mais com seu público e consumidores, para posicionar-se da melhor maneira possível. Esta é a lógica do que estamos fazendo". ■

Williany Araújo - Trainee Maxion

# A GENTE VAI FICAR **RINDO À TOA** SE RECEBER **O SEU VOTO.**

A Maxion foi indicada ao  
**Prêmio Auto Data 2021**  
nas seguintes categorias:

- **MAXION STRUCTURAL COMPONENTS**  
Fornecedor Peças, Partes e Componentes
- **MAXION WHEELS**  
Exportador/Fornecedores
- **IOCHPE-MAXION**  
Liderança Empresarial/Fornecedores.



Acêsse o QR CODE  
e VOTE AGORA!



Independente do que acontecerá ainda este ano e em 2022 a Toyota acredita que está no caminho para crescer e retomar a lucratividade no Brasil. Produção, exportação e vendas ao mercado interno certamente serão melhores no ano que vem, na projeção de Rafael Chang, presidente da operação no Brasil: "É preciso ter um balanço de volume, lucratividade e, principalmente, capacidade de atender às expectativas dos clientes".

Aumentar a oferta de produtos que os consumidores estão demandando é o maior desafio a partir de agora. Mesmo otimista Chang aponta diversos fatores que podem prejudicar o desempenho de todo o mercado, não apenas da Toyota:

"É uma questão de logística e de disponibilidade de peças para a produção".

Em 2021 a preocupação não foi somente com a crise dos semicondutores mas, também, com os impactos da pandemia que afetaram outras regiões importantes no contexto automotivo. Chang descreve o que aconteceu em agosto e setembro, quando a Toyota paralisou a produção no País: "Paramos por causa do lockdown na Ásia, que prejudicou o fluxo dos componentes importados".

Com esses e outros imprevistos, que até agora atingem de alguma forma a cadeia produtiva, a expectativa é que sejam negociadas 2,1 milhões de unidades este ano.

O que Chang classifica como imprevistos poderá invadir 2022 "afetando a produção no primeiro semestre, pelo menos". Mesmo assim a projeção para o mercado interno é de crescimento de dois dígitos, para 2,5 milhões a 2,6 milhões de unidades.

"Aparentemente não teremos o quadro da pandemia agravado no próximo ano. É o que eu espero. A vacinação está avançando e isso pode ajudar muito na

# A procura pelo azul



Divulgação/Toyota

Aumento da produção no Brasil e da exportação para a região conduzirão a Toyota para o caminho da lucratividade em 2022

“O impacto do câmbio em nossas operações é relativamente grande. Localizar a produção de alguns itens é uma forma que buscamos para equilibrar essa equação.”

Rafael Chang, presidente

retomada gradual da vida das pessoas. Mas isso que ocorreu na Ásia é um fator preocupante para 2022.”

Por isso a Toyota trabalha em alternativas e está avaliando potenciais fornecedores não apenas no Brasil mas no México também, para melhorar a competitividade de seus produtos: “Precisamos olhar, primeiramente, a qualidade e os custos. O impacto do câmbio em nossas operações é relativamente grande. Localizar a produção de alguns itens é uma forma que buscamos para equilibrar essa equação”.

Sobre o câmbio o presidente da Toyota admite que desde que chegou ao País ainda não acertou a cotação do dólar. Mas as projeções da empresa dão conta de que se mantenha estável, a R\$ 5,50 em 2022. A taxa Selic de dois dígitos, 10%, e os juros variando de 7% a 9% no ano que vem poderão ter algum impacto nos negócios à medida em que vai “aumentar a pressão na ponta, nos financiamentos”.

Mesmo assim a Toyota espera crescer suas vendas no mercado interno, passando de 170 mil a 175 mil unidades em 2021 para algo um pouco acima de 200 mil veículos negociados em 2022: “Este é o meu objetivo”.

O Corolla Cross, em seu primeiro ano completo de vendas no País, responderá por parte do incremento das vendas, considerando que outros produtos como a picape Hillux feita na Argentina, o Yaris e o Corolla, além dos modelos importados, mantenham o desempenho atual no mercado.

A produção na fábrica de Sorocaba, SP, já está sendo turbinada com a antecipação do terceiro turno, em novembro. De acordo com Chang a produção anual passará de 122 mil unidades este ano para 158 mil em 2022: “Assim esperamos até superar as 210 mil unidades fabricadas no Brasil no ano que vem”.

A exportação vai ocupar parte do incremento produtivo do Corolla Cross, o primeiro Toyota nacional vendido em 22 países da América Latina. Isso é até um problema bom para Chang administrar: “Os distribuidores de Colômbia, Chile, Peru e Costa Rica me ligam praticamente todos os dias perguntando quando enviaremos mais unidades”.

A expectativa é que das 57 mil unidades a serem exportadas ainda este ano o volume passe a 75 mil em 2022.

Na avaliação de Chang antes da pandemia a indústria estava “puxando os volumes para ocupar a capacidade, o que descontrolou o balanço com a lucratividade”. Aí veio a pandemia em um 2020 classificado como “terrível”. Este ano mais uma vez a covid-19 atrapalhou os planos da Toyota – e provavelmente de todos os fabricantes.

Mas com a lição aprendida e uma certa normalidade teoricamente voltando ao mercado a Toyota está confiante em que o caminho para retomar a lucratividade está pavimentado em 2022: “Superando as 200 mil unidades de produção teremos uma operação que atingirá o objetivo da lucratividade”.

Não é que Pablo Di Si, presidente e CEO da Volkswagen América Latina, esteja pouco preocupado com a questão dos semicondutores. Estar ele está: "O dia a dia é pesado, a falta de previsibilidade da cadeia é difícil, desgastante, abre a fábrica, fecha a fábrica... projeção de produção é só para hoje e amanhã, no máximo", reconhece.

Porém, de praticamente todos os executivos ouvidos para esta edição especial Perspectivas de AutoData, foi o que demonstrou encarar com maior naturalidade o tema.

"Claro que todo mundo está sofrendo, mas o mercado está forte, ainda bem, temos bons produtos, vamos sobreviver. A crise dos semicondutores é passageira, será solucionada em algum momento." E, assim sendo, propõe plano de visão mais ampla: "Se houver um novo surto da covid-19 na Malásia e isso atrasar mais a produção de semicondutores, o que posso fazer? Nada. Mas posso, sim, olhar o consumidor, as tendências, os segmentos. Isso é o importante."

Desta forma resume que "este ano o mercado deve fechar por volta de 2,1 milhões a 2,2 milhões. E no ano que vem acredito que o mercado vá crescer. Esse ano foi difícil. Se a questão dos semicondutores se normalizar vejo um movimento mais forte até o fim do primeiro semestre e depois um pouco de desaceleração. No caso da Volkswagen estamos ganhando participação nos últimos anos e pretendemos continuar a crescer acima do mercado. Temos produto para isso".

E isso é tudo o que ele tem a dizer sobre perspectivas para 2022.

O que não significa, absolutamente, que ele não se empolgue com os cenários adiante – ao contrário. Mas seu entendimento é distinto, mais à frente: "O que nós precisamos ter claro é que a lei brasileira olha o escapamento para medir CO2. Precisamos de uma lei que chamo de combustível do futuro, que englobe o transporte aéreo, marítimo e rodoviário, e não olhe só o escapamento, mas a cadeia toda".

# Em busca de ondas mais altas



Já bem resolvida em termos de produtos, especialmente SUVs, Volkswagen monta plano para mirar para bem além de 2022

“O dia a dia agora está pesado, mas a situação dos semicondutores é passageira, vai se resolver. O ano que vem será de crescimento para o mercado e para a Volkswagen.”

Pablo Di Si, presidente

Ele diz que se um país tem 80% de sua geração de energia a partir do carvão “quanto mais carro elétrico tiver, mais vai poluir”. E lembra que “o Brasil tem 86% de energia renovável e em teoria o carro elétrico consome pouco, mas desde que se tenha energia. Imagine se tivéssemos frota de 1 milhão de carros elétricos no Brasil hoje, dada a crise hídrica, a falta de chuvas. Por isso temos de olhar o sistema como um todo, não só um pedacinho do carro a combustão, o elétrico etc”.

Outro exemplo é o lançamento do e-Up! no Uruguai. Segundo Di Si naquele país 98% da matriz energética são renováveis, boa parte eólica, e se chega a jogar energia fora pois não há como armazenar tudo que é gerado, o que também reduz as tarifas. Além disso, pelas dimensões reduzidas, já há boa rede de carregamento e bem distribuída: “Ali um carro elétrico faz todo o sentido. Mas isso é no Uruguai. No Brasil é diferente”.

Assim, prossegue, “o Rota 2030 hoje está dentro de um só ministério, o Renovabio dentro de outro, e o combustível do futuro coloca todos os ministérios juntos, o da Economia, das Minas e Energia, do Meio Ambiente, da Agricultura etc. em uma só lei”.

O executivo se mostra animado com essa possibilidade: diz que as conversas com o governo federal estão avançadas e que “isso será regulamentado nos próximos meses”.

Aproveita ainda para lembrar que “a

Aneel ainda não regulamentou a forma de distribuição e de cobrança de energia para os postos de recarga de veículos”. E alerta: “É preciso cuidado com a imagem de marca, se preparar. Lançar um carro elétrico é o mais fácil, o difícil é ter o ecossistema, os pontos de carregamento e uma distribuição homogênea, o pós-venda, a engenharia...”.

Assim, no universo particular VW, avisa que três segmentos serão os âncoras do futuro: SUVs, picapes e compactos, “que não são mais os mesmos compactos do passado”. É neles que a montadora investirá no País, com modelos elétricos, híbridos e flex.

Nesse último reside outro grande ponto de perspectivas futuras VW no Brasil. País elevado pela matriz como centro mundial de P&D para etanol. O centro de pesquisa instalado em São Bernardo do Campo, SP, acredita Di Si, terá impactos tanto rápidos quanto mais alongados: “A Índia, um país enorme, mudará para flex em dois anos. Eles não têm nenhum conhecimento sobre isso. A curto prazo podemos exportar carros e motores para eles, talvez já em 2023. No médio prazo as pesquisas podem facilitar a chegada dos híbridos flex e, no longo prazo, a célula de combustível a etanol. Se encontrarmos uma forma para isso funcionará para o mundo todo, não só para o Brasil. Não será preciso eletrificar um país para reduzir as emissões de CO<sub>2</sub>. É um projeto. Se der certo entraremos para a história”.

Entusiasmo Di Si demonstra também com o sistema de assinaturas de veículos: neste agosto a VW lançou o programa nacionalmente, a partir de um piloto iniciado em 2020: “A primeira fase foi de tanto sucesso que precisamos suspendê-la temporariamente pois não havia mais produtos para oferecer. É uma forma de venda que o consumidor adorou, já é realidade”.

Ele calcula que ainda em 2022 esse modelo poderá abocanhar de 5% a 10% dos negócios, mas “dependerá também de uma taxa de juros relativamente estável para que o sistema funcione bem. Não pode variar demais”. ■

# Enorme lista de lançamentos

Montadoras do segmento de luxo apostam em novidades para causar impacto no consumidor e alavancar suas vendas no ano que vem

**E**m linhas gerais as montadoras do segmento de luxo, também chamado de premium, sem produção no Brasil, apostam em crescimento das vendas no ano que vem, ainda que modesto no cômputo geral, limitado principalmente pela escassez de semicondutores e dificuldades logísticas nas matrizes, ambas originadas pela pandemia. O cenário faz com que atrasem e encolham os lotes de veículos destinados ao Brasil.

A estratégia para 2022, de qualquer forma, está bem clara e definida: encharcar o mercado de novidades, especialmente de modelos híbridos e elétricos.

É o caso da Kia Motors, cuja expectativa para renovação da linha de veículos, particularmente SUVs, faz o empresário José Luiz Gandini, seu presidente, estimar um 2022 bem melhor do que este ano: "Temos produto para vender, o que não ocorre hoje". Em números ele projeta fechar este ano com 5 mil unidades comercializadas e saltar o volume para algo de 8 mil a 9 mil veículos vendidos no ano que vem. Assim o crescimento poderá exceder os 60%, índice que anima o empresário a dizer que, na média, a Kia Motors deve crescer mais que outras marcas.

"Perdemos muita venda este ano por falta de produto. As concessionárias estão brigando por carro."

As novidades em SUVs serão cinco, em praticamente todos os sub-segmentos: três inéditos, Stonic, EV6 e Niro, e duas

renovações de modelos atuais, Sportage e Sorento.

Na segunda metade de outubro chega o primeiro lote de 150 unidades do Stonic, com motorização híbrida, na mesma faixa do Jeep Renegade. Gandini estima potencial de vendas em torno de 400 unidades/mês. Já o crossover EV6 foi lançado mundialmente este ano e oferece propulsão 100% elétrica, enquanto o Niro é outro com tecnologia híbrida.

O novo Sportage, que também recebeu propulsão híbrida, chega em outubro, mas ainda para homologação. A perspectiva do empresário é que a produção das unidades destinadas ao Brasil comece em janeiro na Coreia do Sul. O novo Sorento deve chegar em novembro.

Gandini aposta ainda na van Carnival, apesar dos percalços de logística: a Kia Motors do Brasil recebeu só em setembro 45 unidades encomendadas em janeiro. A razão, naturalmente, foi a crise dos semicondutores, que atrasou a produção. Mas as encrascas logísticas também atravancam o processo: "Temos outras cinco Carnival que embarcaram na Coreia há mais de um mês e chegarão aqui só no fim de outubro. Não tem cabimento". Ele reclama mas ocorre que a malha marítima também teve redução, a exemplo da aérea, o que implica em mais paradas ao longo do trajeto.

Outra queixa de Gandini refere-se à falta de contêineres para transporte de peças da Coreia do Sul para o Uruguai, onde a



Divulgação/Kia Motors do Brasil

“No ano que vem teremos produto para vender, o que não ocorre hoje. Perdemos muita venda este ano por falta de produto. As concessionárias estão brigando por carro.”

José Luiz Gandini, presidente da Kia Motors do Brasil

empresa fabrica o caminhão leve Bongo para venda no Brasil: “Um contêiner custava US\$ 1,8 mil antes da pandemia e o preço subiu para US\$ 10 mil. Conseguimos negociar alguns e baixar o valor para cerca de US\$ 4 mil, mas já estão falando em US\$ 12 mil para o ano que vem. Isso tornará a operação inviável”.

Ele diz que 2021 foi um ano muito difícil para se fazer planejamentos. E também aponta algumas preocupações para o ano que vem, dadas as eleições e os possíveis reflexos sobre o câmbio: “Os bancos estão

prevendo dólar na faixa de R\$ 5,60, o que deve significar alta de 8% para o ano que vem”.

Outra questão preocupante citada pelo empresário é uma possível mudança na tributação dos importados para o ano que vem, indefinição que gera incerteza: “Estamos comprando carro este mês para vender em janeiro, sem saber o valor do imposto e muito menos o câmbio”. Por último o presidente da Kia Motors cita a persistente falta de semicondutores e acredita que o cenário deva se prolongar pelo ano que vem.

Por tudo isso Gandini afirma que tem relutado até em nomear concessionários: “Vários grupos têm nos procurado para representar a Kia no Brasil, mas se os nomeamos temos de oferecer carro para vender. A responsabilidade é nossa”.

#### **VOLVO: ATENÇÃO EXCLUSIVA AOS ELÉTRICOS.**

Mais do que simplesmente crescer em 2022 a Volvo pretende que o aumento nas vendas seja representado por grande avanço de participação de veículos 100% elétricos. A iniciativa, inaugurada em setembro com o XC40 P8 Pure Electric, seu primeiro carro totalmente elétrico, será um dos pilares de atuação no ano que vem.

Segundo João Oliveira, diretor geral de operações e inovação da Volvo Car Brasil, dois modelos já estão confirmados: o C40, crossover que utiliza a plataforma do XC40, estreia em fevereiro ou mais tardar em março. Depois dele, “em algum momento do ano”, será a vez da versão P6 do XC40. Trata-se de uma opção mais barata do SUV elétrico, com apenas um motor – na P8 são dois.

Para o diretor o movimento é estratégico: “Preferimos crescer um pouco menos, mas vendendo uma quantidade maior de carros 100% elétricos, do que avançar 20% ou 30% [com modelos a combustão]”. Hoje a empresa não oferece mais no Brasil modelos totalmente a combustão, mas somente híbridos plug-in e o puramente elétrico XC40 P8.

Oliveira prevê fechar este ano com um volume próximo de 8 mil unidades Volvo

Car vendidas, o que representará um empate técnico ou até mesmo leve superação do melhor resultado no País, as 7,9 mil de 2019. Como possível barreira para isso o executivo vê uma eventual falta de produtos motivada pela crise de semicondutores. Mas de qualquer maneira garante que a empresa foi pouco afetada: "Como a Volvo Car Brasil faz parte da Região Américas, com sede nos Estados Unidos, conseguimos um bom suporte de lá".

Ele acrescenta que a unidade brasileira recebeu um pouco mais de atenção do que outros mercados por ter adotado a direção da eletrificação: "Brasil e Noruega são os únicos países 100% eletrificados no mundo para a Volvo", diz, referindo-se ao fato de que em ambos não há mais oferta de nenhum modelo apenas com motor a combustão. "Nem na Suécia é assim!".

Assim ele aponta que "para o ano que vem a estratégia é a mesma. Haverá formas de alimentar o Brasil com produtos 100% elétricos, porque este é um mercado muito importante para demonstrar que a estratégia global está funcionando na prática".

Em termos macroeconômicos Oliveira entende que o pleito eleitoral pode gerar alguma pressão na economia em 2022, o que pode deixar o consumidor um pouco mais retraído em alguns meses do ano: "Mas acredito que se for um processo bem organizado, e que se limite a uma disputa exclusivamente política, não haverá grande impacto. Estamos otimistas".

Por isso ele não vê razão para que a disputa presidencial afete o câmbio, ao menos não no nível verificado do começo da pandemia até agora: "Acreditamos que por mais que se tenha de fazer algum ajuste residual de preços os aumentos mais fortes já aconteceram".

#### AUDI: VISÃO PARA OS PRÓXIMOS ANOS.

Para o presidente e CEO da Audi do Brasil, Johannes Roscheck, a expectativa é encerrar o ano com volume semelhante ao de 2020. A razão está na falta de veículos para ofertar e não na ausência de compradores.

No ano passado a empresa vendeu 6,9



Divulgação/Volvo Car Brasil

---

“Preferimos crescer um pouco menos, mas vendendo uma quantidade maior de carros 100% elétricos, do que avançar 20% ou 30% [com modelos a combustão].”

João Oliveira, diretor geral de operações e inovação da Volvo Car Brasil

---

mil unidades, de acordo com a Fenabreve.

Para o executivo embora o mercado apresente tendência de crescimento há “uma enorme falta de carros”. Por isso ele estima que o segmento premium no País como um todo deva se manter em patamar próximo ao do ano passado, com cerca de 45 mil unidades comercializadas.

“Registramos forte recuperação no fim do ano passado e início deste, mas, mesmo com o aumento da demanda, a indústria está com dificuldade de produção pela falta de peças, principalmente dos semi-

# MWM NO PRÊMIO AUTODATA

NOSSA TRADIÇÃO E ALTO DESEMPENHO  
MERECEM O SEU VOTO.



Reduza a velocidade, preserve a vida.

***A MWM ESTÁ CONCORRENDO AO PRÊMIO AUTO DATA  
NAS CATEGORIAS:***

***POWERTRAIN  
(MOTOR, EIXO E TRANSMISSÃO)***

***EXPORTADOR/  
FORNECEDORES***

***QUEM NOS TRAZ ATÉ AQUI É VOCÊ.  
CONTAMOS COM O SEU VOTO!***



[mwm.com.br](http://mwm.com.br)





João Mantovani

“Registramos forte recuperação no fim do ano passado e início deste, mas, mesmo com o aumento da demanda, a indústria está com dificuldade de produção. Há uma enorme falta de carros.”

Johannes Roscheck, presidente e CEO da Audi do Brasil

condutores.” Roscheck cita como exemplo a linha Audi de esportivos:

“Nos primeiros três meses deste ano vendemos mais unidades desta linha do que em qualquer ano cheio na nossa história no País”.

A falta de componentes, porém, não interrompeu o planejamento de lançamentos ao longo do ano, incluindo os esportivos elétricos RS e-tron GT e e-tron S Sportback. Ainda este ano a marca pretende lançar o

novo A3 nas carrocerias Sedan e Sportback.

“De qualquer forma para nós tem sido um ano muito positivo até agora.”

Roscheck diz que é difícil prever como será 2022: “Provavelmente continuaremos sofrendo impactos da produção global ao longo da primeira metade do ano em função dos semicondutores, mas a tendência é que esse problema vá se estabilizando, o que possibilitará um leve crescimento no mercado de luxo como um todo”.

O executivo enfatiza que as eleições, “com todos os efeitos colaterais possíveis”, tornarão o ano “interessante e com desafios”, mas, dependendo do mercado e da disponibilidade de veículos, há “bom potencial” para crescer, por causa de vendas reprimidas nos últimos meses.

“Espero um leve crescimento para os próximos dois ou três anos, com o fim da pandemia e a recuperação econômica.”

#### M-B TAMBÉM APOSTA NA ELETRICIDADE

Na Mercedes-Benz Gabriel Valadão, gerente de vendas de automóveis, afirma que a empresa deve continuar a crescer no ano que vem. Apesar das eleições ele aposta em um ano “mais tranquilo e estável” do que 2021 e baseia sua expectativa na chegada de vários modelos, sendo quatro da linha EQ, de automóveis 100% elétricos.

O primeiro da lista deverá ser o EQS 53 AMG, no primeiro semestre. Na família EQ o único integrante no Brasil ainda é o SUV EQC 400 4Matic.

Além da aposta nos elétricos Valadão conta com a estreia do novo Classe C, sedã que tradicionalmente tem boa participação de vendas em seu segmento. O modelo renovado chega ao Brasil ainda em 2021, no máximo até o início de dezembro.

O executivo resume a situação do ano dizendo que “tivemos inúmeros lançamentos ao longo de 2021, mas não conseguimos explorar todo o potencial dos modelos”, referindo-se à crise de componentes que afetou a produção global das novidades. Para Valadão a crise não deverá ser inteiramente solucionada no ano que vem, mas ele acredita em “melhoria na saúde da produção”. ■



Os veículos estão mais leves e sustentáveis.

## O aço Usiminas também.

Aço que liga veículos mais econômicos e mais eficientes a uma vida com mais mobilidade. A indústria se transforma todos os dias. E a Usiminas segue junto nessa evolução, junto com o que você quer para o seu mundo, para colocar a vida em movimento.

**Usiminas. Aço em dia com o futuro.**

**D**epois das boas surpresas que abraçaram o mercado de caminhões em 2021 a projeção para 2022 é de mais um ano de crescimento, ainda que limitado pelo abastecimento de componentes, entende Lance Walters, presidente da DAF: "O mercado crescerá mas não dobrará volumes como aconteceu esse ano. As antecipações de compra por causa da mudança de motorização em 2023 não serão tão fortes como em outros anos pela limitação de peças para a produção".

Assim, com expectativa de crescimento mas de olho na capacidade de produção por causa de todos os problemas que a cadeia global de fornecimento está passando, a DAF monitora de perto a situação dos semicondutores a partir dos seus centros de compra no Brasil, Estados Unidos e Europa.

Outros componentes, como pneus, cuja falta causou impacto sobre a produção em 2021, já estão com entregas estabilizadas e não preocupam, até agora, a montadora, que também monitora a situação da pandemia da covid-19 em alguns mercados nos quais seus fornecedores possuem operação, o que pode gerar algum tipo de baque na operação.

Com relação às vendas de 2022 a expectativa é a de que o mercado continue aquecido, ainda puxado pela forte demanda do agronegócio, que deverá seguir com bons números no ano que vem. Mas o percentual de crescimento ante 2021 dependerá muito da disponibilidade de peças e da capacidade de produção da indústria.

No caso particular da DAF as projeções para 2022 já estão fechadas: vender 30% ou 40% a mais do que em 2021, com a produção acompanhando esse ritmo de expansão, já que é totalmente dedicada ao mercado interno. Esse incremento será puxado pelo bom momento dos segmentos que a empresa atende, como o agronegócio, e pelo portfólio maior, que conta



Divulgação/DAF

# Mais um ano de crescimento

DAF aposta em alta no ano que vem, mas entende que tamanho da expansão dependerá da capacidade da indústria em atender aos pedidos

“O mercado crescerá em 2022 mas não dobrará volumes como aconteceu este ano. As antecipações de compra não serão tão fortes como em outras oportunidades, pela limitação de peças para a produção.”

Lance Walters, presidente

com o XF e o CF: “Nossos novos produtos foram muito bem aceitos pelo mercado e estão interessando grandes frotistas, segmento no qual vemos boas oportunidades de negócio para o ano que vem”.

Parte das vendas do ano que vem já está acontecendo, uma vez que a carteira de pedidos já está totalmente preenchida até dezembro: as entregas das novas encomendas estão programadas para janeiro e fevereiro, com a produção seguindo dentro do cronograma da montadora.

E para acompanhar o crescimento das vendas projetado para o ano que vem a DAF pretende inaugurar de oito a quinze concessionárias, saindo dos 54 pontos com que a rede deverá encerrar 2021 para até 69 lojas. Em 2020 a rede contava com 44 pontos de venda.

O início das exportações será o próximo passo da operação local, com os embarques previstos para começar em período de doze a dezoito meses – ou seja, poderá acontecer ainda no fim de 2022. Atualmente os países da América Latina são abastecidos com caminhões DAF produzidos na Europa. Em termos

logísticos a mudança faz sentido mas a equação envolve também o câmbio e a demanda, observa Walters.

O cenário político com eleições em 2022 não preocupa diretamente a DAF, pois a empresa entende que eventuais impactos e volatilidade serão iguais para todas as empresas. Com relação à inflação a expectativa é de recuo no ano que vem, enquanto que para as taxas de juros a estimativa é de estabilidade na comparação com 2021.

Para o fechamento de 2021 a DAF – depois de ver o setor produzir 104,5 mil veículos até agosto, volume 114,8% maior do que em 2021 – trabalha com a projeção de que o volume total continue em ritmo semelhante e encerre 2021 com o dobro de 2020.

O executivo lembrou que no começo do ano o setor sofreu com impactos na cadeia de fornecimento, cenário que foi se normalizando nos meses seguintes, excluindo-se os semicondutores, que seguem como ponto de atenção.

As vendas, que somaram 83,7 mil unidades até agosto, incremento de 50,8% ante 2020, deverão seguir no mesmo ritmo, com o mercado absorvendo o que as empresas fabricantes conseguirem entregar e encerrando o ano com esse patamar de expansão.

A intenção da DAF é terminar o ano com crescimento de 40% a 60% nos seus números de produção e nas vendas. Em volume a empresa deverá comercializar de 5,3 mil a 6,1 mil unidades, seu novo recorde em ambos os casos – ao menos até o fechamento do ano que vem, caso suas projeções para 2022 se confirmem.

Walters disse que a matriz está satisfeita com os números conquistados pela operação brasileira até agora e garantiu que a meta não é ser a maior montadora do mercado mas, sim, conseguir atender e apoiar seus clientes e, dessa forma, conquistar seu crescimento. ■

**M**árcio Querichelli, presidente para a América do Sul da Iveco, se quiser apostar na loteria terá boas possibilidades de ganhar. Ele conseguiu iniciar na empresa exatamente em março de 2020, coincidindo justamente com o começo da pandemia da covid-19. Tinha uma passagem para ir a Belo Horizonte, MG, e se apresentar à empresa em uma segunda-feira: voos cancelados e a seguir uma longa jornada em home office, conhecendo os novos colegas pela tela do computador.

Isso, porém, não atrapalhou o processo: dezoito meses depois os resultados são dignos de comemoração. Em 2020, considerando caminhões de 3,5 T para cima, a Iveco cresceu 30% para uma queda de mercado de 11%, e em 2021, até setembro, avançou 290% em mercado subindo 52%. E isso com uma importante mudança de mix: "A Iveco sempre foi conhecida como marca forte nos leves, mas hoje vendemos mais pesados".

Para o ano que vem a ideia é manter este ritmo acelerado: "Estamos investindo para isso, renovamos a linha de produto completamente, com vários modelos alinhados com a Europa e uma ótima relação custo-benefício".

No que diz respeito ao mercado em geral "em 2022 tende a continuar crescendo. Muitos segmentos estão aquecidos, como o agronegócio e o comércio eletrônico. Estou muito otimista e não só com o ano que vem, mas também com os próximos três, quatro, cinco anos. Precisamos disso. Temos uma demanda reprimida que já existia antes da pandemia".

Ele relata que a Iveco fez um grande estudo do comportamento do mercado nos últimos dez anos. 2012 e 2013 foram anos de avanço, com queda violenta em 2014 e de lá para cá, mas principalmente

# Feliz 2014!


Divulgação/Iveco/Gaspár Nobrega

Iveco acredita que 2022 traga mercado de volta a patamar bem animador de vendas de caminhões, como o registrado há sete anos

a partir de 2017, volta a crescer até 2020, quando encontra a pandemia: "Devemos retornar ao patamar de 2014 em 2022, quem sabe até superá-lo, e continuar avançando de 2023 em diante".

Há riscos, é claro, como eleições e inflação, que devem, entende, gerar turbulência, mas ele não acredita que de forma tão representativa a ponto de inverter essa tendência de crescimento: "Só se acontecer algo mais severo na China ou coisa do gênero, mas não vemos nada agora nesse sentido".

Querichelli diz que a Iveco é "muito bem estruturada" para enfrentar a crise energética: "Não acreditamos que deva causar transtorno a ponto de interromper a operação, mas em todo caso temos planos B e C já desenhados caso aconteça".

Segundo o executivo no universo particular Iveco não há mais como atender pedidos esse ano, e os volumes de vendas já colocados em 2021 estão próximos a completar a produção agendada para o primeiro trimestre do ano que vem: "Temos duas linhas de produção ativas, sendo que a dos pesados já está rodando em três turnos" – no início desse ano a empresa contratou oitocentos funcionários.

Ele admite também uma dificuldade com os semicondutores, assim como outras empresas do segmento: "Está gerando transtornos para todo mundo. A demanda aumentou brutalmente e há vários gargalos na cadeia, e não só pelos semicondutores. Mas temos uma área de planejamento muito boa, que nos ajuda a enfrentar a situação. A programação de produção é antecipada em seis a nove meses, o que ajuda o fornecedor a atender os pedidos da melhor forma possível".

A entrada em vigor do Euro 6 no início de 2023 igualmente causa preocupação:

**“Estou muito otimista e não só com o ano que vem, mas também com os próximos três, quatro, cinco anos. Precisamos disso. Temos uma demanda reprimida que já existia antes da pandemia.”**

**Márcio Querichelli, presidente para a América do Sul**

"Uma antecipação acontecerá, é algo normal. Do ponto de vista de mercado costuma gerar uma variação de 15% a 20% de um ano para outro, para cima e depois para baixo, o que deve se repetir, sendo que nos levas já em 2022, pois as novas normas para eles já começam a valer a partir deste janeiro. Será um jogo de xadrez que variará muito de empresa para empresa".

Ele calcula que a mudança tecnológica de um passo a mais na regulamentação de emissões deveria representar normalmente um acréscimo de 5% a 7% nos custos, mas agora, pelo aumento dos preços das matérias-primas envolvidas, a conta ficará muito mais complexa: "Só o aço aumentou 100%".

Novidade certa para 2022 pelos lados da Iveco é a consolidação da nova estrutura global da companhia, prevista para ser concluída ainda no começo do próximo exercício. Com ela nasceu o Iveco Group, uma cisão da CNH Industrial, separada em on e off road. O Iveco Group – o nome Iveco vem de Industrial VEHicles COmporation – será formado por oito marcas: Iveco, FPT, Iveco Bus, Heuliez, Iveco Defense, Astra, Magirus e Iveco Capital. ■

# Otimista mas com os pés no chão



Divulgação/MB

Mercedes-Benz acredita em bom crescimento em 2022 para caminhões e ônibus, mas não vê escassez de semicondutores resolvida tão cedo

Otimismo faz parte dos planos da Mercedes-Benz para o ano que vem. Em 2022 concluirá ciclo de investimento, iniciado em 2018, de R\$ 2,4 bilhões – sobraram R\$ 700 milhões a serem gastos principalmente para o Euro 6 e em melhorias na fábrica de São Bernardo do Campo, SP.

No primeiro semestre ingressará na eletrificação no Brasil com a produção de seu primeiro chassi de ônibus elétrico, o eO500U, que já tem como primeiro cliente o município de São Paulo.

Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing para caminhões e ônibus, estima que a empresa possa crescer de 10% a 15% no ano que vem em caminhões, acompanhando o mercado – desde que “em condições normais de temperatura e pressão”. O executivo pondera: “Veremos quantos ataques ao nosso plano de crescimento sofreremos devido à falta de semicondutores. A fábrica está preparada, temos pessoal, capacidade e demanda, mas tudo dependerá de contarmos com os componentes”.

O custo do veículo Euro 6, estimou, ficaria em torno de 15% maior: “É evidente que isso acelera algumas tomadas de decisão de investimento e/ou de renovação de frota. Mas será numa dimensão menor comparativamente à passagem do Euro 3 para Euro 5. Mas com essa busca frenética por metais nobres para módulos e condutores o catalisador competirá com a indústria de semicondutores, e o preço do material subirá. Já está subindo”.

**PIRELLI**

TRUCK BUS AGRO OTR

## Soluções completas para as linhas Agro e Truck.

Nossa qualidade, inovação e tecnologia de ponta garantem pneus de alta performance para todos os segmentos e aplicações, muito rendimento e grande eficiência, seja na estrada ou no campo.



Baixe o APP PROMETEON



Siga-nos:    

**PROMETEON**

Segundo Leoncini o Brasil tem demandas específicas para o Euro 6 que tornam o processo de certificação mais alongado do que na Europa, e tanto montadora como fornecedores precisam de pelo menos seis a sete meses para completar o processo: "Se temos vinte motores temos de homologar todos. Junte as demandas de todas as montadoras. Temos de ver se o governo conseguirá lidar com isso, e em quanto tempo".

Leoncini também pondera que 2022 enfrentará elevação dos juros, o que elevará o custo de financiamento. E há ainda os aumentos do frete, dos insumos, do dólar: "Em 33 anos de indústria nunca vi reajuste de 100% no aço. Polímeros e borracha também subiram. Não repassamos todos os custos, mas tudo tem um limite".

O executivo assinala que ninguém fazia conta com dólar a R\$ 5,20, nem mesmo os mais pessimistas, "e agora estamos mais vacinados, mas tem que parar por aí, se não fica inviável".

Pesará também a crise hídrica: "Os custos sobem estupidamente. Tudo isso trabalha contra. Mas na outra ponta temos a demanda crescendo pelo aumento da necessidade do transporte. Somos ainda um País basicamente rodoviário. Com a pandemia hoje alguém entrega as compras de supermercado para você. Pode

ser que esse movimento diminua, mas não creio que voltará a zero".

Para equalizar a escalada dos custos internos a Mercedes-Benz segue firme no propósito de conquistar novos mercados externos, até porque a principal cliente, a Argentina, responsável por 60% das encomendas, atravessa momento difícil na economia. A saída tem sido investir em vendas no Oriente Médio e na África: "Devido ao patamar do dólar agora brigamos com os chineses, e a robustez dos nossos produtos atende muito bem países com características iguais ou piores que as nossas". A expectativa é ampliar o comércio exterior em 15% no ano que vem.

Nos ônibus nova etapa do Caminho da Escola aliada à melhoria do quadro pandêmico faz com que a projeção seja ainda mais expressiva para 2022: avanço em torno de 30% no mercado total, com a empresa acompanhando o mesmo ritmo: "Em 2022 o crescimento estará mais nos urbanos e rodoviários, que passaram bastante dificuldade desde o início de 2020".

Apesar do contexto favorável o executivo pondera que essa estimativa depende de variáveis, como a quantidade de empresas que continuarão a adotar o home office.

No lado particular da Mercedes-Benz há a expectativa pelo novo veículo elétrico para o segmento, mas Leoncini é cauteloso em termos de projeções de venda. O veículo custa de três a quatro vezes mais do que o movido a diesel, e por isso a empresa oferecerá, também, consultoria aos clientes via parcerias. A ideia é facilitar a transição: segundos os cálculos de Leoncini, se "bem negociado" o custo da eletricidade é possível reduzir os gastos com abastecimento em até 30%.

Para caminhões, por ora, Leoncini diz o elétrico não é o ideal devido ao entrave da duração das baterias versus a questão das longas distâncias a serem percorridas – joint venture com a Volvo está empenhada no desenvolvimento de células de hidrogênio. A partir de 2023, na Europa, começarão a rodar caminhões Actros dotados dessa tecnologia. ■

“É evidente que a entrada do Euro 6 acelerará decisões de compra e renovação de frota. Mas será numa dimensão menor comparativamente à passagem do Euro 3 para o Euro 5.”

Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing para caminhões e ônibus



# POWERING PROGRESS TOGETHER

Há cerca de 20 anos lançamos a tecnologia Flex Fuel no mercado.

Agora, mais uma inovação para os motores Flex Fuel.

Uma história de tecnologias inovativas que nunca para.

Valorize seu voto: eleja quem continua inovando e revolucionando a indústria automotiva brasileira.

**Vote na Marelli para o Prêmio Autodata na categoria Inovação Tecnológica**



MARELLI.COM

Entusiasta de novas tecnologias, principalmente as que possam reduzir emissão de poluentes e ao mesmo tempo melhorar o desempenho de pesados, o presidente das operações da Scania no Brasil e na América Latina, Christopher Podgorski, vislumbra um 2022 repleto de novidades nesse campo.

Apesar das adversidades advindas da crise pandêmica, que possui como maior efeito colateral a indisponibilidade dos semicondutores, o que tem freado o processo produtivo da montadora na reta final de 2021, o CEO acredita em dias melhores a partir do segundo trimestre do ano que vem, e aposta na continuidade de investimentos para a construção do "futuro eclético" da marca.

Embora alegue que não pode fazer projeções ele assegura que a situação para a entrada do ano que vem ainda é positiva: "Estamos usando nossa capacidade máxima de produção, em torno de 30 mil veículos por ano. Estamos equipados para isso e com volume de colaboradores dimensionados para essa situação: contratamos oitocentos funcionários em 2021. E em 2022, até onde podemos enxergar, dentro da previsibilidade que o Brasil e a América Latina nos permitem, nada indica que até o meio do ano não continuaremos a usar a capacidade máxima".

Embora a crise hídrica traga reflexos sobre o preço da energia elétrica, o que encarece o processo produtivo, por outro lado inibe modais de transporte que competem com os rodoviários, como por exemplo as hidrovias: "Hoje toda a safra recorde do agronegócio brasileiro mais do que nunca está dependente do transporte rodoviário. A demanda é latente, de renovação, pois a frota é velha, se comparada com outros países".

Ainda que a projeção do mercado financeiro aponte para alta do PIB em torno de 1,5% em 2022 ele crê que se houver reação dos serviços, além da indústria e do agronegócio, o percentual será maior – assim como o desempenho da própria

# O futuro eclético

Na Scania parte do ciclo de investimento iniciado este ano trará novidades para 2022 em São Bernardo do Campo



Scania: "Talvez 2021 fosse um ano histórico não fosse a escassez de alguns subcomponentes".

De fato, as vendas de caminhões até setembro configuram o melhor resultado desde 2014, com 95,3 mil unidades.

O executivo aponta que há, ainda, desafio extra, mas muito celebrado: o Euro 6. Avalia que para o ano que vem, com o início da transição de motorização, como a indústria é tradicional, boa parte dos clientes preferirá antecipar compras. O que vai ajudar a Scania, entende, é ser o único fabricante que produz o mesmo produto no mundo inteiro: dessa forma terá mais ferramentas para driblar o dólar alto e eventuais quedas no mercado local com exportação, cujo percentual é revisito mensalmente, garante Podgorski. Três anos atrás, quando o rescaldo da recessão de 2015/2016 persistia por aqui, 70% da produção era exportada. Hoje, são 35%, sendo 20% para a América Latina.

Mas pondera que o sistema de produção global faz com que a falta dos semicondutores tenha impacto maior, devido à alta tecnologia. No caso da Scania são necessários de duzentos a trezentos deles por veículo.

A empresa iniciou ciclo de investimento

local de R\$ 1,4 bilhão em 2021, que terá continuidade no ano que vem e até 2024 com diversas novidades para a planta de São Bernardo do Campo, SP. Os recursos têm como maior novidade a instalação de centro de desenvolvimento tecnológico, revelou Podgorski.

"Somos a única unidade da Scania fora da Europa com um braço de pesquisa e desenvolvimento e isso tem muito a ver com as novas tecnologias. O centro é modular e uma parte já está em operação para as atividades Euro 6. O segundo módulo é para as novas tecnologias, como eletrificação e veículos autônomos."

Podgorski também conta que algumas unidades de veículos elétricos já estão a caminho do Brasil a fim de serem testados, aprovados e validados: "Teremos de fomentar novas parcerias, como já estamos fazendo com o veículo a gás. A jornada já começou, mas vai se maturando ao longo dos próximos meses. Não ficaremos para trás".

E a ideia dessa jornada é começar pelos ônibus.

O investimento também incluiu novo centro logístico, antes instalado em Mauá, SP, e a construção de estação de tratamento de efluentes, que estará em pleno funcionamento em abril: "Nosso processo produtivo consome 85 milhões de litros por ano e vamos reduzir o consumo em 85% com água de reuso".

Os caminhões a gás venderam duzentas unidades este ano no País e 660 na América Latina. Para 2022 o plano é dobrar esse volume. O aporte também prevê o aumento de capacidade de produção desses veículos, o que inclui versão de ônibus.

Além da Comgás, para elevar a oferta de combustível desses veículos, o CEO busca parcerias com potenciais produtores de biometano, que poderá ser utilizado com a mesma infraestrutura do GNV tanto no veículo quanto no posto: "Isso é mágico. Fechar o círculo de carbono e a economia circular nos empolgam, e são coisas que só o Brasil pode proporcionar". ■

“Estamos usando nossa capacidade máxima de produção. Em 2022, até onde podemos enxergar, tudo indica que continuaremos assim.”

Christopher Podgorski, presidente das operações  
Brasil e América Latina

**M**esmo em meio a tantas tormentas, sejam políticas, sociais, econômicas e industriais, a indústria brasileira de caminhões mostrou resistência em 2021 e fechará o ano com um expressivo crescimento com relação a 2020, apesar dos volumes reduzidos do ano passado pela fase mais aguda da pandemia da covid-19 e suas restrições ao varejo e à mobilidade.

Isso mostra, segundo Roberto Cortes, CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus, que há uma blindagem na questão econômica pelas incertezas políticas, apesar de haver, sim, ainda certa influência do cenário turbulento político nas condições macroeconômicas do Brasil.

"No passado qualquer instabilidade, fosse aqui ou lá fora, parava o País. Agora passamos por uma fase aguda de incerteza institucional e os negócios seguiram crescendo. Acredito que a tendência é de estabilidade na política: as instituições se mostraram fortes."

Com relação à economia o impacto foi maior no câmbio, com o real desvalorizado além da conta por causa da instabilidade política. Isso gera efeito na inflação e, por consequência, nas decisões do Banco Central com relação à taxa Selic, elevada para ajudar no controle dos aumentos de preços.

A perspectiva é de manutenção destes pontos de atenção em 2022, com um possível alívio na pressão inflacionária, avalia o executivo: "Acompanhando as últimas divulgações do IGP-M, o índice que sinaliza melhor a inflação das matérias-primas, começamos a ver uma acomodação, retornando a subidas mais graduais mês a mês. Este ano a inflação oficial, do IPCA, deverá fechar na casa dos 8% mas em 2022 a tendência é ficar na metade".

O que mais preocupa a indústria é o descompasso na cadeia produtiva. Embora caminhões e ônibus utilizem menos semicondutores do que veículos leves a



Divulgação/VWCO

# Avanço em tormenta

Para a VWCO mercado de comerciais crescerá no ano que vem e temas como semicondutores e energia pedem mais atenção do que instabilidade política e inflação

crise de fornecimento, global, movimenta as equipes logísticas das fabricantes de veículos comerciais pesados. Na Volkswagen não é diferente: Cortes afirma que o monitoramento é dia a dia, mas, ao menos por enquanto, não há motivos para grandes preocupações.

"Temos o privilégio de sempre, em nossa história, priorizar o fornecimento local, então temos menos dependência de peças importadas. Mas nossos fornecedores compram lá de fora, especialmente os de motores e transmissões, o que nos preocupa. E há dificuldades também em componentes com produção local, como pneus."

De toda forma a produção em Resende, RJ, em dois turnos com horas extras, atende à demanda atual sem grandes complicações. Cortes acredita em manutenção, no mínimo, do ritmo em 2022, com o mercado de caminhões superior ao que foi registrado em 2021 e o mesmo com o segmento de ônibus.

O executivo, por presidir uma companhia com ações listadas em bolsa, não pode divulgar números de projeções de crescimento. Mas elenca razões para acreditar em volume maior: o crescimento do PIB, na casa dos 5% em 2021 e que ele acredita ficará em 2% a 3% no ano que vem, o fator psicológico, pois com o fim da pandemia aqueles que estavam adiando decisões retornarão a investir, o efeito represado de recuperação da indústria, iniciado em 2017 e interrompido com a pandemia, novas modalidades de negócios, como os alugueis de caminhões, e a necessidade de renovação da envelhecida frota brasileira.

Mas Cortes aponta, também, riscos: a crise de semicondutores, a necessidade de a indústria seguir corrigindo preços de seus produtos e uma possível crise energética.

"Outro ponto de atenção é com relação ao crescimento de 2021: o quanto disso foi

**"No passado qualquer instabilidade parava o País. Agora passamos por uma fase aguda de incerteza institucional e os negócios seguiram crescendo. A tendência é de estabilidade na política: as instituições se mostraram fortes."**

**Roberto Cortes, CEO**

realmente volume adicional e o quanto foi venda do ano passado não efetivada por causa da pandemia da covid-19."

Reconhecida e assumidamente otimista o executivo da divisão do Grupo Traton celebrou os resultados de seus mais recentes lançamentos, o pesado Meteor e o elétrico e-Delivery, que "superaram todas as expectativas". O primeiro já teve sua produção duplicada após o desempenho dos primeiros meses, pois há fila de espera de seis meses para algumas versões, e já há estudos internos de tomar a mesma decisão na linha do elétrico.

E não há crise de semicondutores nem pandemia que atrapalhem o projeto de internacionalização da Volkswagen Caminhões e Ônibus, outro ponto de destino do investimento de R\$ 2 bilhões anunciados no fim do ano passado, de 2021 a 2025. Cortes destaca que as exportações dos produtos de Resende cresceram duas vezes acima da média do mercado: "Damos aos mercados externos a mesma prioridade que damos ao mercado brasileiro. Não deixaremos de exportar para direcionar mais volumes para cá". ■



Divulgação/VOLVO

# Prós e contras na balança

Para a Volvo 2022 deverá ao menos repetir o bom desempenho de 2021 em vendas de pesados, quem sabe até com um pequeno avanço

No começo deste ano a Volvo surpreendeu o mercado ao projetar alta de 40% para as vendas de caminhões pesados e semipesados no total de 2021, porcentualmente o dobro do então estimado pela Anfavea e por outras empresas do segmento. E, na esteira dessa projeção, contratou quatrocentos funcionários para a fábrica de Curitiba, PR, levando o total a 3,8 mil, quadro maior do que no período pré-pandemia.

Os resultados registrados até setembro mostram que a avaliação da Volvo estava correta: os semipesados cresceram 49% e os pesados 55% em vendas ao mercado interno no acumulado de 2021. De acordo com Alcides Cavalcanti, seu diretor executivo para caminhões, "a base comparativa do último trimestre de 2020 é mais alta do que os períodos anteriores, então as coisas caminham para confirmar um índice ao fim do ano bastante próximos aos 40% que calculamos".

Segundo ele este resultado foi puxado principalmente pelos setores do agronegócio e da construção civil, "que está se recuperando e tinha frota muito antiga, especialmente no caso das betoneiras", além da mineração, "que além de renovar está ampliando a frota".

Para 2022 o índice ainda não está fechado, mas certamente não haverá tamanho avanço, dado inclusive que a base comparativa será mais realista:

"Vemos fatores positivos e negativos para o próximo ano. De positivos o momento do agronegócio, com uma safra que poderá ser de 3% a 4% maior e um bom nível nos preços das commodities agrícolas, e uma provável continuidade dos negócios com a construção civil. De negativos há o cenário macroeconômico mais incerto, aumento dos juros e da inflação, que elevam o custo do capital, e uma instabilidade política com um cenário volátil dadas as eleições".

O peso na balança de cada um desses

# Tecnologias Automotivas BASF

Soluções sustentáveis para o futuro da mobilidade



PLÁSTICOS DE ENGENHARIA



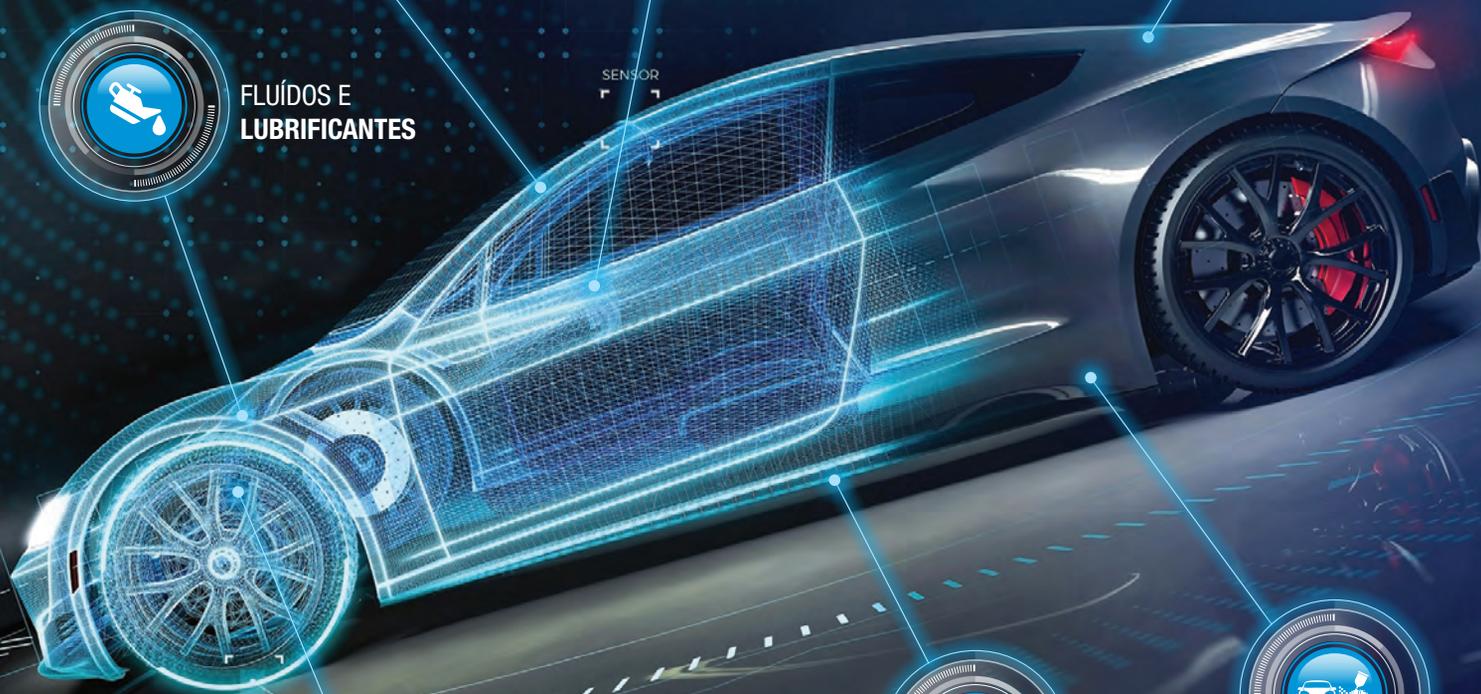
ESPUMAS DE ALTA PERFORMANCE



TRATAMENTO DE METAL



FLUÍDOS E LUBRIFICANTES



SENSOR



CATALISADORES VEICULARES



TINTAS AUTOMOTIVAS



CELLASTO®: SOLUÇÕES EM NVH



Saiba mais em:  
[www.automotive.basf.com](http://www.automotive.basf.com)  
[time.automotivo@basf.com](mailto:time.automotivo@basf.com)

**BASF**

We create chemistry

“2022 deverá ser um ano bom, talvez com crescimento, não se sabe de quanto. Possivelmente fique bem próximo ao resultado de 2021, ou até um pouco melhor.”

Alcides Cavalcanti, diretor executivo de caminhões

fatores é que dará o tom de 2022, entende Cavalcanti: “Será mais um ano de desafios, ainda que com um cenário mais positivo, diferente de 2020, quando não sabíamos nem se haveria vacina e quando poderíamos sair de casa. Deverá ser um ano bom, talvez com crescimento, não se sabe de quanto. Talvez fique bem próximo ao resultado de 2021, ou um pouco melhor”.

Há, porém, outras preocupações correndo por fora, como o início da entrada em vigor dos níveis de emissão Euro 6 em janeiro de 2023: “Isso certamente deve gerar um aumento de custo, é uma tecnologia importada e mais sofisticada em termos de pós-tratamento. Por conta disso alguns frotistas já estão se movimentando para renovar a frota desde já”.

O executivo alerta: “Precisamos tomar cuidado para não provocar o mesmo efeito da passagem do Euro 3 para o 5, quando houve uma antecipação de compra muito violenta e no ano seguinte o mercado ficou

praticamente parado por seis meses”. Mas lembra que o cenário ali, em 2011, era distinto, com dúvidas sobre a disponibilidade do diesel S-10 nas bombas e do Arla 32, algo que não mais existe hoje.

Segundo Cavalcanti em termos de custo o Euro 6 provocará acréscimo de até 15%: “O quanto disso chegará ao preço final dependerá de vários fatores, como o próprio mercado e a disponibilidade dos sistemas pelos fornecedores, pois o produto é importado e são poucos os fabricantes. Ao longo do tempo isso vai se acomodando, mas certamente haverá um impacto inicial mais forte”.

Outro tema que preocupa é a cadeia de fornecimento. Para o executivo não haverá normalidade completa na oferta de semicondutores até 2023: “Isso pode gerar novas limitações na oferta”. Além disso há questões envolvendo borracha e aço, estes a partir de fornecedores nacionais e com preços muito altos, segundo o executivo.

Por outro lado, ao menos no caso particular da Volvo, 2022 terá oferta de novos modelos, o que sempre ajuda a embalar as vendas: as versões atualizadas de FH, FM e FMX entram em produção na fábrica de Curitiba, PR, neste outubro. O lançamento integra ciclo de investimento de R\$ 1 bilhão que se encerra justamente em 2022.

O FH ganhou novo conjunto ótico e nova grade frontal, além de mais telas multimídia, itens de segurança e redução do número de frestas na cabine para melhorar o desempenho aerodinâmico. Os FM e FMX têm cabines maiores. Uma nova versão do sistema i-See, que executa a escolha das marchas por meio de análise do terreno por onde passa o caminhão, também está no pacote.

Segundo Cavalcanti o novo sistema, somado aos aperfeiçoamentos aerodinâmicos, proporciona economia de até 5% no consumo do combustível dos novos modelos. ■



Nosso compromisso com a sustentabilidade duplamente certificado pela ASI, nos padrões de Performance e de Cadeia de Custódia, em todas as etapas produtivas, desde a mineração e fabricação de produtos fundidos até a extrusão e laminação.



Inovamos a cada dia para um caminho **mais seguro e sustentável.**

Quando nós produzimos alumínio, pensamos em como nosso produto pode contribuir com os veículos e melhorar o seu caminho nas estradas, combinando performance e segurança, leveza e resistência, economia e resultados. Porque o maior benefício do nosso alumínio é acelerar os seus negócios

[www.cba.com.br](http://www.cba.com.br)

# Em busca do tricampeonato

Indústria de máquinas agrícolas e de construção projeta ser possível manter em 2022 os bons resultados obtidos nos últimos dois anos

**E**m cenário oposto ao da maioria dos setores econômicos, afetados de forma negativa pela pandemia do coronavírus, atividades realizadas a céu aberto e consideradas essenciais, como agricultura, mineração e construção civil consolidaram desempenhos positivos, gerando volumes surpreendentes e históricos na cadeia de fornecedores nestes últimos dois anos. Dentre eles estão as empresas dedicadas à produção de máquinas agrícolas e de construção, que se preparam para um terceiro ano consecutivo de alta.

O vice-presidente da Sobratema, Associação Brasileira da Tecnologia para Construção e Mineração, Eurimilson Daniel, projeta, no mínimo, repetir em 2022 o resultado projetado para o atual exercício, que é de 30 mil unidades, incremento superior a 35% sobre 2020, que teve vendas de 22 mil unidades: "Estamos vivenciando um ano de recuperação dos melhores níveis de produção de máquinas do Brasil".

E, nisto, a participação de importados no total vendido é de 10%.

O dirigente cita o agronegócio e a mineração como principais influenciadores do resultado. Também contribui a construção civil, que praticamente não parou na pandemia: "Mesmo quem loca equipamentos menores se beneficiou pelas reformas nas moradias. Tivemos também investimentos em galpões e loteamentos".

O que pode melhorar o cenário ain-



da mais é a consolidação dos processos de concessões públicas, que ainda não avançaram na velocidade esperada. Para Daniel, em se efetivando como se aguarda, o mercado futuro ficará mais aquecido do que o atual: "Dependemos de decisão política para o ingresso de novos recursos via concessões. Podemos ter um mercado muito melhor".

Ele recordou que ao longo de cinco anos, até 2013, o mercado operou em nível de 30 mil máquinas, que caiu para 8 mil após a operação lava jato.

Fator importante nos últimos anos, no entanto, pode não ter o mesmo efeito em 2022. De acordo com Daniel os juros baixos fizeram com que recursos antes aplicados de forma especulativa fossem direcio-

nados ao setor produtivo, situação que pode se inverter diante da nova política do Banco Central de elevar a taxa Selic: "No ano passado se financiava com juros mensais abaixo de 1%. Agora já está acima e com expectativa de mais elevações. Isto pode desestimular o setor".

O executivo assinala que o Brasil tem participação de 3% no mercado mundial de máquinas rodoviárias, que supera a casa de 1 milhão de unidades/ano. Ele estima que havendo consolidação das concessões o volume poderá chegar a 70 mil anuais, que, garante, as plantas locais têm capacidade de atender.

A única ameaça, mesmo no cenário mais conservador, é a falta de componentes, como motores, eixos, pneus e outros eletrônicos:

"Ao passo que a mecanização demandou alta destes conteúdos em todo o mundo a pandemia desestruturou a cadeia. Com a demanda atual, acima do que se esperava, temos um momento de desabastecimento. Já temos máquinas incompletas nos pátios".

Com relação às matérias-primas, como aço, Daniel afirma que a situação está melhor equacionada, acreditando em estabilização dos preços e até mesmo recuo, caso se confirmem cenários de queda na produção mundial, especialmente na China. Mas faz a ponderação de que o mercado global pode se manter aquecido caso os Estados Unidos aprovelem o plano de US\$ 3 trilhões de investimentos: "Estamos muito dependentes da conjuntura macroeconômica mundial".

### ALTAS EXCEPCIONAIS

Os fabricantes de máquinas e equipamentos agrícolas têm uma expectativa mais otimista. Para 2022 a projeção é crescer 10%, mas sobre uma base muito forte, que teve avanços de 27% em 2020 e deve chegar a 40% em 2021 – até agosto as entregas foram 53% maiores. Pedro Estêvão, presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Implementos Agrícolas da Abimaq, Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos, define que "são dois anos

excepcionais, considerando que a média de crescimento era de 3% a 5%".

Ele pondera, no entanto, que o segundo semestre de 2022 é incerto.

O sentimento se sustenta na projeção de repetição de boas safras agrícolas, de taxa de câmbio acima de R\$ 5 e recursos para financiamentos a juros razoáveis. Mas alerta que, mantida a elevação da inflação e da taxa Selic, o cenário de confiança pode ser alterado e "atrapalhará".

Estêvão destaca que as vendas têm sido puxadas pelas culturas de exportação cotadas em dólar, como soja, milho, algodão, café, laranja, carnes e celulose, com a venda equipamentos diversos, de forma a atender todo o ciclo, como preparo do solo, plantio, adubação, pulverização e colheita. O Centro-oeste é o mercado que mais tem demandado equipamentos em função do aumento da área plantada, que exige máquinas maiores e com muita tecnologia.

O desempenho se confirma no aumento de 25% nas contratações de funcionários no período de janeiro a setembro, pulando de 44 mil para 60 mil, basicamente para atender a segundo turno de produção. De acordo com Estêvão poucas empresas investiram em ampliação das fábricas: "A maioria está aprimorando a estrutura existente, o que é saudável, porque o grande desafio de 2022, e também de 2023, será compreender as muitas variáveis que deverão surgir".

O dirigente receia que as vendas tenham recuo no segundo semestre de 2022 em função de preços das commodities, clima e comportamento das safras no Exterior, provocando quedas nos preços: "Da última década acredito que seja o ano mais difícil de prever para qual lado a demanda irá".

Ele também acredita que o abastecimento de insumos, bem como os preços de eletrônicos, pneus, plásticos e aço, dentre outros, se normalize no segundo semestre. Os aumentos dos suprimentos deste ano foram repassados aos preços finais pois, "sem isto, as empresas perderiam a saúde financeira". ■



Divulgação/Volvo CE

# Otimismo, sim. Cautela também.



Divulgação/Randon

## Fabricantes de implementos rodoviários e de carrocerias de ônibus projetam 2022 com comportamentos distintos nos dois semestres

**S**e repetir, em 2022, o resultado do exercício atual, que deverá alcançar volume estimado em 156 mil unidades, somados veículos rebocados e sobre chassi, a indústria nacional de implementos rodoviários se dará por satisfeita. A confiança manifestada por José Carlos Spricigo, presidente da Anfir, Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários, se dá pela expectativa de continuidade de bom desempenho em duas atividades vitais para o segmento: agronegócio e construção civil, os quais inflam o mercado de veículos rebocados, que deve se aproximar de 95 mil unidades em 2021.

O otimismo, no entanto, está centrado no primeiro semestre que, na opinião de

Spricigo, seguirá no mesmo compasso deste ano: "Alcançamos este patamar porque a indústria tem capacidade para 100 mil reboques e semirreboques anuais. E parte da carteira ficará para o início de 2022".

Para o segundo semestre o comportamento é de cautela: "Acredito que será mais difícil do que o mesmo período deste ano em razão da tendência de juros mais elevados, inflação que pode chegar nos dois dígitos e o processo eleitoral".

Outra preocupação é com gargalos ainda muito presentes no fornecimento de freios, cilindros hidráulicos e pneus, por exemplo, bem como o preço do aço, que sofreu variações de 100% a 120%.

De acordo com Spricigo a indústria se-

guirá investindo em aumento da capacidade instalada, mas com cautela e ciente de que não pode cometer o mesmo erro de 2013, quando imaginava não haver limite de crescimento: "O setor aprendeu que o mercado é cíclico, com quedas pontuais. Por isso há cautela mesmo nos momentos de alta". Ainda assim o setor manterá admissões e deve fechar 2021 com mais de 70 mil empregos formais.

O mercado externo também deve seguir a curva crescente, com expectativa de 4,5 mil a 5 mil unidades, tendo América do Sul como grande compradora, com destaque para Chile e Paraguai. O setor encontra dificuldade de expansão no continente africano, onde marcas chinesas começam a ficar mais fortes.

Sandro Trentin, diretor executivo da Randon Implementos, entende ser difícil superar 2021, que define como excepcional. Mas cita oportunidades que devem surgir na infraestrutura primária em razão de concessões e privatizações: "Só com os contratos já fechados temos boas perspectivas".

Trentin concorda que o primeiro semestre será bom, enquanto o segundo ainda mereça muita atenção: "Ano eleitoral é sempre mais sensível à confiança do consumidor".

Ele também cita a crise inflacionária global provocada pela questão energética, envolvendo as principais commodities, e a falta de sincronia na cadeia logística. Entende que são questões que não se resolverão de forma imediata, mas para as quais o setor está melhor preparado do que em 2020.

Trentin confirma que a empresa opera acima dos 90% da capacidade, razão para seguir investindo: "Saímos de 130 produtos/dia para 150 em setembro". Aportes em inovação, automação, novos produtos e mais capacidade seguem como prioridades de forma a ganhar mais espaço no mercado e manter os prazos de entrega.

Para 2022 a Randon inicia, de forma efetiva, a nova fábrica de Messias, AL, com foco em produtos leves, mercado

em que tem de 2% a 3% de participação: "Não estamos deslocando produção, mas aumentando. A fábrica também se justifica porque o custo de frete deste produto se torna muito oneroso se montado nas unidades já existentes, além de o mercado do Nordeste ser muito forte nesta linha".

Trentin também acredita que o mercado de leves pode crescer mais do que o esperado em função de uma possível antecipação de compras diante da exigência da motorização Euro 6 a partir de 2023.

### CRESCIMENTO APÓS DOIS ANOS DE QUEDA

O transporte de passageiros foi, ao lado do comércio e das atividades de lazer, um dos que mais sentiu os efeitos da pandemia. E de forma especial o segmento urbano, que precisou, por contrato, manter a frota em operação mesmo com baixo volume de passageiros. Ruben Bisi, presidente da Fabus, Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus, aponta que "a saúde financeira de muitas empresas está debilitada". Isto se refletirá diretamente na dificuldade de obtenção de crédito junto aos bancos.

A produção de 16 mil unidades em 2020 foi 26,5% abaixo da registrada no ano anterior. Para 2021 a projeção é de nova queda para além de 20%, considerando números até agosto, que somam 8,3 mil unidades. Para 2022 Bisi indica alta de 17% a 18%, atingindo perto de 14,8 mil unidades. Destas, algo próximo de 11,9 mil ficarão no mercado interno, incremento de 16%, e 2,7 mil seguirão para o mercado externo, aumento de 22,6%.

Com acréscimo dos micros destinados ao programa Caminho da Escola o mercado interno previsto para 2022 deve elevar-se para 19 mil, avanço de 19% sobre a expectativa de 15,9 mil para 2021. Com a introdução da motorização Euro 6 a partir de 2023 Bisi reconhece ser possível um incremento ainda maior por antecipação de compras: "Empresas capitalizadas e com visão estratégica poderão fazer este movimento, melhorando o resultado do ano".

Na projeção de Bisi o mercado rodoviário deve ser o mais favorecido em 2022 por

causa da consolidação da vacinação em todo o País, o que se refletirá em aumento de viagens de linhas normais e turísticas. As empresas também tiveram menos prejuízos, pois conseguiram manter parte da frota parada, sem custos, ao contrário das prestadoras de serviços urbanos.

Bisi acredita em expansão do PIB de 5%, em 2021, e de 2%, em 2022, com retomada do emprego: "Haverá reflexos na renda da população, que poderá investir mais em viagens".

O dirigente também observa que os urbanos sofrem forte concorrência de outras opções de transporte, como aplicativos, bicicleta, motos e mesmo a movimentação a pé, além do home-office, que mantém as pessoas em casa: "Teremos mais passageiros, isto é certo, mas as compras de veículos devem demorar a ocorrer, mesmo com a frota envelhecida. Imagina-se recuperação a partir do terceiro trimestre de 2022".

O único segmento a apresentar recuo deve ser o de fretamento, que cresceu durante a pandemia pela necessidade de mais veículos para atender aos protocolos de distanciamento: "Com as flexibilizações a lotação plena será retomada, com sobras de veículo. A alternativa será o uso em turismo eventual, como o religioso e de compras".

O mercado externo deve evoluir das 2,1 mil unidades previstas para 2021 para algo próximo a 2,7 mil. A concretização depende da vacinação nos principais mercados, como Argentina e Chile, onde o avanço é efetivo. Mas Bisi projeta novos negócios na África, onde há projetos de mobilidade urbana como os de Angola e Burkina-Faso: "Mesmo com a expansão, ficaremos bem abaixo de volumes médios anteriores, de 4 mil unidades".

Em 2022 a cadeia de suprimentos seguirá como uma das preocupações, principalmente pela falta de capacidade de atendimento, pois os preços de insumos como plástico, aço e alumínio, que seguem elevados, devem sofrer quedas ou estabilizarem: "Itens como minérios e sucatas, básicos na produção de aço, já



Divulgação/Anfir

“O setor de implementos rodoviários aprendeu que o mercado é cíclico, com quedas pontuais. Por isso há cautela mesmo nos momentos de alta, como agora.”

José Carlos Spricigo, presidente da Anfir

# O futuro da indústria é o que nos move

Somos apaixonados por inovação.

Como líder mundial em revestimentos para os diversos ramos da indústria e do setor automotivo, nossas soluções vão muito além da proteção e brilho dos veículos, elas garantem o mais alto desempenho e sustentabilidade dos processos dos nossos clientes.



Escaneie o QR code ou acesse: [www.ppgbrasil.com.br](http://www.ppgbrasil.com.br)



ppgbr



ppgbr



ppgbr





Divulgação/Fabus

“Empresas capitalizadas e com visão estratégica poderão antecipar compras de ônibus devido ao Euro 6 em 2023, melhorando o resultado do ano que vem.”

Ruben Bisi, presidente da Fabus

tiveram recuo nos preços”. A crise de semicondutores preocupa, mas com menor intensidade que nos veículos leves.

Ricardo Portolon, diretor comercial e de marketing da Marcopolo, também revela otimismo para o mercado em 2022, principalmente pelo avanço da vacinação. A companhia ingressa no último trimestre do ano com carteira encerrada e entregas programadas para o início do próximo exercício: “Nós nos aproximamos do desempenho pré-pandemia”.

Ele reconhece que o mercado não deverá ter um resultado homogêneo. Nos urbanos o desafio será maior, enquanto nos rodoviários as perspectivas são boas: “Não temos um índice de crescimento particular fechado, mas estimamos alta de 10% no mercado em geral”. O que deve ocorrer é uma mudança no mix de produtos, com maior participação dos rodoviários.

Portolon crê na retomada gradativa dos passageiros, mas sem recuperar as perdas da pandemia, o que deve acelerar a rediscussão do sistema. Avalia como provável a adoção de ônibus menores e configurações diferentes na busca por produtos com melhor custo operacional: “É uma situação que terá variações de cidade a cidade e até mesmo de linha para linha. Sem dúvida haverá discussões com base no custo da tarifa e na remuneração do operador”.

O mercado de micros será movimentado pela recente licitação de 7 mil unidades do Caminho da Escola, com entregas para 2022, compensando a baixa renovação durante a pandemia. No segmento de fretamento a tendência é acomodação, mesmo que setores como mineração e agronegócio sigam aquecidos.

Para Portolon, neste momento, a inflação tem sido item mais desafiador do que a própria pandemia, pois são poucas as alternativas para controlar os aumentos de custos: “A opção tem sido repassar ao menos o índice inflacionário, o que não cobre as elevações do processo produtivo”. O executivo também considera provável a antecipação de compras em função da chegada do Euro 6 em 2023. ■

**Continental**   
The Future in Motion

**A tecnologia alemã  
que conecta você**

**ao seu próximo  
destino.**



**Há 150 anos na  
estrada com você.**

[www.continental.com/en](http://www.continental.com/en)



Ele já foi um puro hatch compacto nas duas gerações anteriores, mas agora o próximo rebento Citroën ganhará ares de SUV, menina dos olhos do mercado

**D**evido à pandemia da covid-19 o lançamento do primeiro veículo produzido no Brasil sobre a plataforma CMP, desenvolvida pela PSA antes da fusão com a FCA e, portanto, da criação da Stellantis, foi adiado em pelo menos um trimestre. O novo Citroën C3, apresentado em meados de setembro, sairá das linhas de Porto Real, RJ, somente no primeiro trimestre de 2022 – a previsão inicial era de sua chegada ao mercado no segundo semestre de 2021.

“A pandemia atrasou muitas coisas em nossos negócios e em nossas vidas”, resume Vanessa Castanho, a responsável pela marca Citroën na América do Sul. “Fomos rigorosos com a segurança de todos os

envolvidos, e portanto alguns processos do desenvolvimento, como as validações e os testes de qualidade, que demandam presença física dos profissionais, precisaram ser postergados. Agora já está tudo em ordem, a vacinação está avançando e esperamos que continue assim.”

Outro fator, porém, ainda poderá mexer com os planos e o cronograma, este uma consequência da própria pandemia: a crise dos semicondutores. A ideia é que o lançamento do novo Citroën C3 ocorra, simultaneamente, no Brasil e em outros mercados da região – além de Argentina, Chile, Colômbia e Uruguai e outros países terão a novidade, todos alimentados pela fábrica brasileira. Mas se não houver

componentes suficientes para abastecer o volume programado para toda a região é possível que, de início, as vendas sejam limitadas ao mercado interno.

A Citroën faz uma aposta forte no novo C3. Castanho disse que seu lançamento significa, apenas, "um novo momento na história da Citroën na América do Sul". A região, dentre os mercados internacionais, é uma das mais promissoras em termos de potencial crescimento em volume.

Os planos da Citroën dão conta de vender ao menos 40% de seus veículos fora da Europa até 2024, quando a família de modelos destinada a mercados emergentes será lançada por completo: além do C3 estão previstos outros dois modelos, com pormenores ainda mantidos em segredo.

Mais informações sobre o novo C3 também ficaram para mais adiante, como gama, motorização e preço. Mas o consumidor pode esperar elevado conteúdo tecnológico: sistema multimídia com tela de 10 polegadas e conexão wi-fi são alguns dos itens já confirmados.

### C-CUBED

O novo C3 nacional é o primeiro dos três modelos que compõem o projeto denominado C-Cubed. Ele é parecido com o modelo apresentado aos indianos, mas, segundo a companhia, tem suas diferenças para agradar mais ao sul-americanos. Seu desenvolvimento também contou com auxílio de equipes de engenharia e design da Stellantis América Latina.

Ainda que seja um hatch do segmento B, como sempre foi, o novo C3 ganhou cara e jeitão de SUV. A diretora de produto e estratégia Laurence Hansen conta que "ele tem aspectos de SUV com preço de hatch. Os SUVs são muito populares na América do Sul e dotamos o C3 de uma maior altura do solo, com reforço na parte inferior, dando a ele robustez de um utilitário esportivo".

Nas imagens divulgadas pela Citroën – não foi possível conferir o modelo presencialmente, apenas por uma transmissão ao vivo pela internet – identifica-se, também, a posição do motorista mais elevada. Resposta ao cliente sul-americano, que

pediu isso nas pesquisas, de acordo com Vanessa Castanho.

Com o C3 e os outros dois modelos do C-Cubed a empresa pretende ampliar sua participação no mercado local, que já vem melhorando em 2021. Em oito meses a Citroën vendeu mais veículos do que em todo o ano passado, somando 13,8 mil unidades e obtendo 1% do mercado de automóveis e comerciais leves.

Castanho credita boa parte deste desempenho ao C4 Cactus, no momento o único Citroën nacional disponível nas concessionárias com estampa do duplo Chevron na entrada: "O C4 Cactus pode mais, ainda temos pouca participação. Reforçamos investimento em mídia, reorganizamos a gama e temos uma rede animada tanto com o Cactus como com o C3 que está para chegar". Atualmente são 123 os pontos de vendas, que serão ampliados para 180 até o lançamento do C3. Com eles 80% do território nacional será coberto, garantiu a responsável pela Citroën na região.

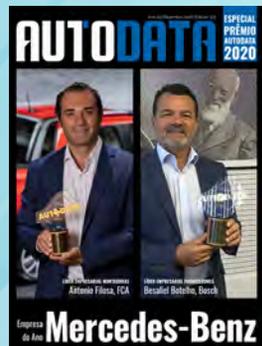
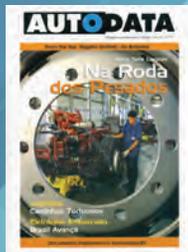
A fábrica recebeu R\$ 220 milhões em investimento para produzir a nova plataforma, anunciados no fim de 2019. ■

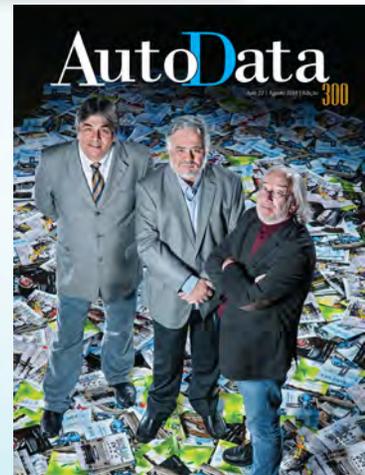
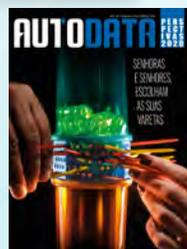
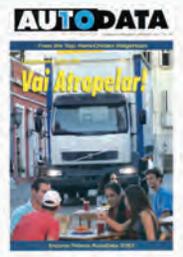
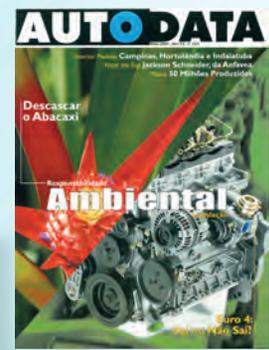


Divulgado/Citroën



# 382 edições em 29 anos!

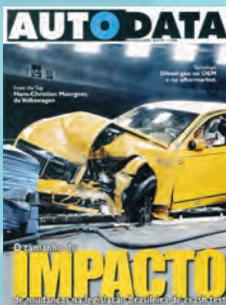




# AUTODATA

# 30

1992  
2022  
ANOS



Ao longo dos próximos meses quando este selo aparecer por aqui você verá um pouco dessa rica história de AutoData.

Parabéns! Para nós e para você, que nos prestigia todos esses anos.



# O S. Stéfani que só eu conheci

**M**e foi solicitado escrever um artigo sobre meu irmão, o jornalista S. Stéfani. Confesso que esta é uma missão difícil, visto a trajetória que tivemos juntos ao longo da vida, que me marcou muito até agora. Resolvi, então, dividir com vocês um pouco do que significou para minha pessoa tê-lo como irmão, amigo e, por que não dizer, mentor.

Decidi começar chamando a atenção para a fotografia que escolhi para ilustrar este artigo, que foi tirada acho que em 1962 ou 1963 no Parque da Luz, em São Paulo, e que está guardada e exposta em um porta-retratos que tenho na sala de casa e ilustra bem a união que sempre tivemos ao longo da estrada que percorremos juntos até agora naquilo que, tenho certeza, foi uma relação de muito carinho, amizade e respeito mútuo.

Estivemos juntos por 63 anos. Neste tempo tivemos e dividimos muitas paixões comuns. Nosso pai nos ensinou a valorizar antes de tudo a família, a honestidade e o Corinthians e foram estes três valores fundamentais que pautaram toda a nossa vida, tanto profissional como pessoal.

Tivemos também outras paixões comuns igualmente importantes e empolgantes: amamos o jornalismo ético e bem-feito, a social-democracia, o Brasil, a indústria automobilística, o litoral Norte de São Paulo, a cidade toscana de Lucca – onde nasceu nossa família, na Itália – e, ao longo dos últimos 29 anos, AutoData.

Este, por sinal, ocupou quase a metade das nossas vidas e merece destaque, por-



Arquivo Pessoal

que tenho a certeza de que, juntos, até em razão de termos trabalhado neste projeto desde o início, compusemos uma dupla de trabalho maravilhosa que, na prática, acabou quase que por ser a responsável por tornar viável a trajetória da empresa até este momento. Ele intelectualmente e eu comercialmente.

Meus demais sócios que me perdoem, mas Stéfani foi, a meu ver, o grande ponto de referência intelectual da editora. Foi o principal jornalista que trabalhou na cobertura do setor automotivo do ponto de vista da economia e negócios e era com ele que todos os executivos da indústria queriam falar e trocar informações e experiências. Acho até que não é exagero nenhum dizer que ele, com suas análises precisas e visão de futuro sempre otimista, foi o principal canal da linha editorial e missão principal de AutoData que é Transformar Informação em Conhecimento.

Eu tive a sorte de em quase todos estes 29 anos de história da editora dividir sala com ele e, portanto, acompanhar e observar muito de perto o que me acostumei ao longo do tempo de chamar de Estilo Esse Ponto de Ser. Aprendi muito com esta convivência, principalmente a respeitar as pessoas, independentemente do seu status ou importância.

No meu ponto de vista sempre foi muito nítido o prazer que ele tinha de receber as pessoas, conversar, trocar informações e experiências, aprender com elas e ensinar, principalmente aos nossos repórteres, os caminhos que tinham que seguir para serem bons jornalistas. Era visível o orgulho que ele sentia toda vez que algum dos nossos repórteres recebia um elogio ou um prêmio.

Não foram poucas estas visitas que aconteceram principalmente ao longo dos primeiros 20 anos de história da editora. E, sem reclamar, ele recebia todas as pes-

soas com a mesma paciência e atenção, desde presidentes de montadoras até um simples operador de máquinas se necessário fosse.

Pelo lado pessoal S. foi, para mim, uma espécie de farol durante mais de 60 anos. Sou nove anos e sete meses mais novo e reza a lenda que, como nasci em 21 de setembro, quase que exatos nove meses depois do Natal, sou uma espécie de pedido natalino atrasado vez que, no retorno de uma festa de fim de ano, ele teria reclamado por ser o único na família sem um irmãozinho.

Foi ele quem escolheu meu nome e são raros os momentos que me lembre de não o ver participando da minha história pelo menos com uma boa conversa ou



Rafael Cusillo

troca de ideias. Isto foi muito importante na minha formação, vez que nossos pais eram bastante humildes e ele foi o primeiro na nossa família a alcançar um nível intelectual e profissional mais avançado.

Óbvio que ele teve bastante influência sobre o fato de eu também seguir o caminho do jornalismo, vez que passei praticamente toda a minha adolescência observando muito de perto o desenvolvimento daquele profissional que, pelo menos para mim, já nasceu sério e competente.

Sua ajuda foi grande: ele me ajudou a conseguir meu primeiro estágio, me apresentando para o Ênio Campoi, dono da melhor agência de assessoria de imprensa dos anos 80, a Mecânica de Comunicação. Também copidescou meus primeiros textos e assim ajudou a escrever minhas primeiras matérias.

E mesmo após eu crescer, me desenvolver profissionalmente e seguir meu caminho, continuei tendo a sensação de que ele estava sempre por perto. Como, por exemplo, em 1989, quando assumi o cargo de gerente de imprensa da Scania e fui recepcionado pelo chefe, Mauro Marcondes Machado, que me disse "finalmente terei um Stéfani trabalhando comigo". Durante os seis anos em que trabalhamos juntos ele nunca me chamou de Márcio e sim de Stéfani.

Algumas revelações: a primeira é que o 'S' do nome dele não era Sérgio ou Sidney, como várias pessoas pensam até hoje. Este 'S' refere-se a Siqueira, que é o nosso sobrenome do meio, o materno. O nome verdadeiro é Aparício – Aparício de Siqueira Stéfani.

Ele adotou nosso sobrenome paterno, Stéfani, como nome, porque fez o ensino médio na escola de oficiais da Força Pública de São Paulo, atual Polícia Militar, e se acostumou a ser chamado assim. Obviamente o fato do nosso pai ter escolhido o nome Aparício, que, convenhamos, não é lá muito comum, em homenagem a um

centroavante corintiano da década de 20, também deve ter ajudado bastante.

Sempre chamou muita atenção o fato de o Stéfani, apesar de ser considerado por todos como um dos principais jornalistas do setor automotivo brasileiro, nunca ter sido visto dirigindo um carro.

Toda vez que era perguntado sobre isso respondia que gostava muito de correr, que se considerava um irresponsável no volante e, por isto, não dirigia. A verdade é que ele teve duas experiências terríveis ao volante: a primeira a bordo de um DKW Fissore que, por ter motor dois tempos, necessitava receber óleo junto com a gasolina quando abastecido. Ele não fazia a mínima ideia de que isto era necessário e fundiu o motor.

A segunda foi quando comprou um lindo Karmann Ghia branco e, ao entrar na Av. Celso Garcia, na Zona Leste de São Paulo, sentiu-se terrivelmente ameaçado pela grande quantidade de ônibus que corriam por todos os lados. Ali tomou a decisão de que seria mais confortável e seguro ficar no banco do passageiro.

A principal revelação é o segredo sobre como ele escrevia suas matérias sem anotar uma vírgula sequer, uma das características que mais marcaram sua vida profissional. Só que isto, em sua homenagem, e mesmo sabendo como ele fazia, não vou contar! Digamos que, oficialmente, ele tinha mesmo uma grande memória...

Agradeço a todas as pessoas por seu carinho neste momento difícil. Recebi centenas de mensagens vindas de todo o mundo mostrando o respeito e admiração que todos sempre tiveram por ele. 'S ponto' virou estrela e tenho certeza, seja lá onde quer que esteja brilhando agora, recebeu todas estas vibrações positivas e está muito orgulhoso em saber que sua passagem por aqui foi proveitosa.

Fique em paz, meu irmão, e tenha certeza de que seguiremos em frente com o teu sonho. ■

# EATON no Oscar do setor automotivo!

**Novamente, a EATON é finalista  
do mais tradicional reconhecimento  
empresarial do setor automotivo:  
o Prêmio AutoData.**

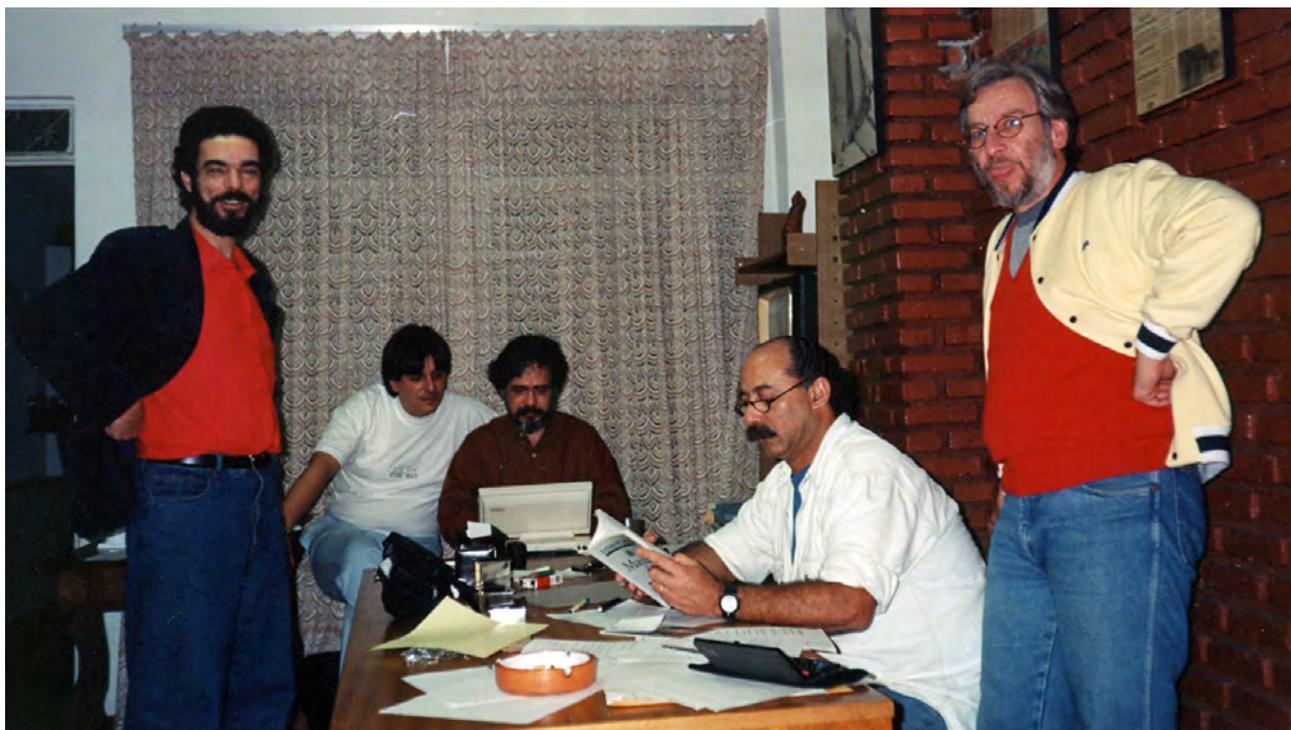
**Nossas tecnologias concorrem na  
categoria Powertrain, com os cases:**

- **Transmissão para veículo elétrico  
para caminhões e ônibus.**
- **Válvulas ocas para motor turbo  
em carros de passageiro.**

**O seu voto é muito importante para nós!**

**EATON**

*Powering Business Worldwide*



Arquivo Pessoal

# S Stéfani tornou-se constelação

Ele, que se assinava S Stéfani, foi, na sua geração, o mais importante jornalista da área de economia e negócios a cobrir a indústria de veículos e de autopeças e os negócios da distribuição. Repórter arguto dispunha de incrível memória e raramente tomava anotações. Deixou uma legião de amigos e admiradores ao morrer no sábado, 11 de setembro, enquanto tomava o café da manhã, em casa, vítima de forças fulminantes.

Tinha 72 anos, completados em maio, e em família atendia por Aparício, homenagem do pai corinthiano a ídolo de época.

Pois Aparício de Siqueira Stéfani viveu para acompanhar o começo das comemorações dos primeiros 29 anos de uma de

nossas obras comuns, a AutoData Editora, que começou a funcionar na rua Machado de Assis, na Vila Mariana, em São Paulo, exatamente na quarta-feira, 2 de setembro, ano 1992.

Conhecemo-nos no início dos anos 80, eu na Quatro Rodas e ele na Gazeta Mercantil, em meio aos eventos do setor, mas quem nos colocou em contato, mesmo, foi Sérgio Duarte, que nos deixou em 2019.

O que nos unia, naquele instante mais remoto, era o fato de sermos repórteres de economia e negócios e termos nosso foco exclusivamente no mundo dos veículos. Nossas exclusividades rendiam muito conversa e intermináveis trocas de ideias e de pautas.

É preciso compreender a época, também conhecida como a Década Perdida, período de mercado fechado para veículos importados e para a informática estrangeira, de veículos nacionais que ficavam em linha de produção por vinte, 25 anos, na mesma geração, de inflação em expansão, de movimento sindical em ascensão, da última eleição presidencial realizada de maneira indireta, da derrocada da ditadura civil-militar.

Nossas fontes estavam em todas as inflexões dos níveis das empresas, e as mais completas habitavam aquele espaço em que eram tomadas as decisões solitárias, as salas das presidências. Os presidentes, vale recordar, tinham outro matiz, um verniz diferente: discutiam música, literatura, cinema e teatro com o mesmo despreendimento que reservavam a automóveis, a caminhões, ônibus e tratores. Àquela economia engessada.

Neste movimento cheio de ebulições tivemos a ideia de criar um serviço de informações exclusivo para o setor automotivo que funcionasse a partir de máquinas maravilhosas que começavam a chegar ao Brasil a peso de ouro, tudo contrabando, as faxes. Era o ano 1987.

E assim, pela primeira vez, começamos a beber uísque juntos e a gastar noites e madrugadas na tentativa de gestar, com Serjão e com Ciro Dias Reis, o serviço inédito de informação a ser distribuído por meio de máquinas de fax. Fomos atropelados pelas consequências do Plano Funaro. Tempos depois o próprio ministro telefonou: soubera de nosso projeto tornado inviável e nos pedia desculpas "em nome dos melhores interesses do País". Aquele era ministro sério.

AutoData surgiu quase cinco anos depois quase que como consequência lógica do serviço tocado à, hoje, fomalha do fax que não deu certo.

À custa de muitas concordâncias e de muita divergência completamos 29 anos de jornada de um projeto que poderia, muito bem, ter ficado prostrado no meio do caminho. Mas ele caminhou desde a rua Machado de Assis e, depois, da Casa

Rosada da Saccab foi para as casas da Pascal e para a Verbo Divino e, por fim, pousou de volta ao mesmo quarteirão da Pascal.

Nossa sociedade, que por pouco tempo, infelizmente, incluiu Sérgio Duarte, e, de forma mais duradoura, Fred Carvalho e o irmão Márcio, até hoje, foi extremamente feliz ao descobrir-se como tendo a missão de Transformar a Informação em Conhecimento, axioma no qual Stéfani investiu muitos neurônios. E tivemos muito sucesso, também, ao descobrir que havia uma revolução em curso e que requeria ser explicitada, o processo de globalização pelo qual passavam as novas vidas, as atividades das pessoas no mundo.

Fomos dos primeiros a tratar de entender a tal de globalização e Stéfani certamente foi um dos maiores expoentes daquela autêntica clarificação de mentes. Foram dois, três anos em que nossa principal dedicação era decodificar virtudes e amarices da globalização e a sua aplicação sobre o mundo de veículos nativo. A partir desse instante, de sucesso diante de nosso público e de nossa autocrítica, sabíamos que tínhamos, definitivamente – nós, AutoData – ganho nosso lugar no panteão reservado aos especiais do jornalismo econômico e de negócios dedicado ao setor automotivo. Tínhamos suficiente massa crítica para nos sentirmos quase que à vontade para criar, por exemplo, o Prêmio AutoData.

Tivemos anos felizes.

E também anos difíceis, de rearranjos e de reacertos internos, de exercício de maior ou menor tolerância e empatia. Os feudos, os feudos!

Mas nada transcendeu tanto nossas resistências como aquela passagem difícil de 2015 para 2016, principalmente os acontecimentos daquele inverno. Retornamos, em pleno verão de 2017, já outros e certos da necessidade de criarmos o nosso revival, a nossa transformação. E Stéfani foi um dos artífices desse processo. Até o último instante.

O que acontece agora, como diz Marco Piquini, é a falta de contemporâneos, de nossos interlocutores privilegiados. ■

# O dia em que Stéfani saiu na Playboy



Rafael Cresto

A melhor reportagem de S Stéfani, ao menos para mim, não foi publicada nem em **AutoData** nem na Gazeta Mercantil, os dois principais veículos nos quais ele esteve ao longo de quase cinquenta anos de carreira. Mas sim na Playboy, da Editora Abril, aquela intitulada Os 403 Dias que Abalaram um Império, onde ele retratou a crise aguda que tomou conta da Volkswagen a partir do lançamento do Gol com motor refrigerado a ar, seu fiasco de vendas e uma série enorme de encrencas que se sucederam. E na qual ele confirmou que um diretor de alto escalão da VW à época fez tudo o que pode para que o Voyage usasse o mesmo motor do Gol no lugar do refrigerado a água do Passat, como ocorreu.

É uma daquelas matérias que a gente volta as páginas só para ler o crédito: bem pensada, bem apurada, bem escrita e bem humorada. Ele deu um baile até na Maria Cláudia, a moça atriz da Globo que estampava o pôster, como certamente a melhor coisa publicada naquela edição 77, em dezembro de 1981.

Pelo que me lembro a partir de seus relatos, e isso já faz tempo, Stéfani teve problemas após a publicação da matéria. Não exatamente com a VW mas sim com a Gazeta Mercantil, que na época não permitia a seus repórteres fazer freelas para qualquer publicação. Mas a matéria, por seu brilhantismo, ganhou não só chamada de capa como um prêmio, o Esso de Informação Econômica. A traquinagem, assim, foi descoberta,

mas as consequências, novamente dado o brilhantismo do texto, não passaram de um pito.

Hoje já quase ninguém ouviu falar dessa matéria, assim como pouca gente sabe que o primeiro nome do Stéfani era Aparício. A lei sagrada número 1 de AutoData sempre foi a proibição total e completa de chamá-lo desta forma, pois, rezava a lenda, ele não gostava deste nome – algo provável dado que assinava desde sempre S Stéfani e não A Stéfani ou AS Stéfani, sendo que o S é de Siqueira, nome da parte de mãe. Mas sempre foi assim, mesmo que com isso muitas vezes telefonassem à editora procurando “a” Stéfani.

Essa era uma das coisas interessantes sobre ele: em momento algum ouvi de sua boca algo como “Não me chame de Aparício” ou “Não gosto deste nome”. Nunca, ainda que



Arquivo Essôat

# OS 403 DIAS QUE ABALARAM UM IMPÉRIO

*Do fracasso do Gol ao sucesso  
do Voyage, os bastidores da maior crise vivida  
pela Volkswagen no Brasil*

Reportagem/S. Stefani

ILUSTRAÇÃO: CARLOS GRASSETTI

**S**ÉRIO, COMPENETRADO, COM O tom bem mais grave do que a ocasião sugeria, Wolfgang Sauer, o corpulento presidente da Volkswagen do Brasil levantou-se e sem meias palavras anunciou que a sua empresa perdera muito dinheiro em 1980. Para um homem acostumado a falar em sucessos foi um momento duro. Afinal era um momento de confraternização — o almoço que a Volkswagen oferece aos jornalistas especializados todos os anos em dezembro. Mas era também o momento da verdade: pela primeira vez, em vinte anos, sua empresa no Brasil fechava um

*Continua na pág. 66*

eu, é claro, também jamais o tenha chamado desta forma. Essa espécie de acordo de cavalheiros silencioso era um espelho perfeito de sua personalidade: ele sabia que nós sabíamos e nós sabíamos que ele sabia. E, assim, nos respeitávamos.

Mas foi por causa do Aparício, o nome, que certa vez tive certeza de que seria demitido. Foi lá por 2008, quando saí temporariamente da Redação para cuidar dos eventos da Editora, ao lado de Vinícius Romero, hoje na Audi. Nosso primeiro teste foi um encontro informal com executivos graúdos do setor automotivo no Autódromo de Interlagos, onde uma patrocinadora oferecia aos convidados uma volta na pista em um Ferrari, no banco do passageiro. Enquanto isso todos conversavam, comiam e bebiam. E as coisas

estavam correndo perfeitamente, em todos os sentidos.

Até que pelos alto-falantes notadamente audíveis uma doce voz feminina anuncia: "Próximo: Aparício de Siqueira Stéfani". A encarregada de organizar a fila era da patrocinadora e chamava os interessados pelo nome colhido no RG na entrada — e ela, naturalmente, desconhecia a lei sagrada da proibição do uso do Aparício, ainda mais em público. Gelado olhei para a mesa ao lado, onde estavam o próprio Stéfani e o Vinícius, que como excelente RP correu atabalhado para impedir que a chamada se repetisse. Não a tempo de todos ali, e não eram poucos, ouvirem novamente: "Próximo da lista: senhor Aparício de Siqueira Stéfani".

Um importante executivo, que também não me lembro exatamente quem, mas lembro que era importante, se dirigiu ao Stéfani: "Acho que é a sua vez, não?". Ele fez, elegante e silenciosamente, que não entendeu e que não era com ele. Aparício, eu?

Nos poucos minutos que se passaram meu pânico se diluiu lentamente: nada mais souo dos alto-falantes — Vinícius finalmente conseguiu avisar a moça, pensei, enquanto meu suspiro aliviado coincidiu com o instante em que as caixas de som agora quase berraram: "Última chamada para APARÍCIO DE SIQUEIRA STÉFANI!!!!". Ele, mais uma vez, não se abalou. Era como se fosse seletivamente surdo. Prosseguiu tomando seu uísque com os demais, como se absolutamente nada tivesse acontecido.

Cheguei à Editora na manhã seguinte pronto para limpar as gavetas, mas as horas e dias se passaram e nada. Nenhum comentário a respeito. Até que percebi que, para me demitir — ainda que, hoje, acredite que ele não o faria por essa razão específica — Stéfani teria que admitir para mim e para a Editora inteira que realmente não gostava de seu prenome. E isso não combinava com a sua personalidade. Então a coisa ficou dessa forma: ele sabia que nós sabíamos e nós sabíamos que ele sabia. E, assim, nos respeitávamos. ■

# Recordações de Champollion

O telefone toca: "Alô, é o Champollion?".

Essa antonomásia do S Stéfani nada mais era do que a carinhosa maneira de substituir meu nome, Campoi, por Champollion, o célebre arqueólogo e professor francês de linguística. Mas, até hoje, não sei se ele cunhou esse nome para me rotular como um jurássico da comunicação ou por ser um estudioso da ciência da linguagem verbal. Seja qual for sempre curti esse informal tratamento do querido amigo que lamentavelmente nos deixou.

Tenho a certeza de que seus familiares receberam muitas manifestações de pesar dos amigos e pessoas de seu relacionamento, retratando-o como um cara afável, bem-humorado, sutil, gentleman – mesmo quando irônico –, um profissional incrível, com uma memória privilegiada e um texto brilhante. E responsável por uma família admirável.

Por isto tudo nem vou me ater, e ser redundante, em tecer loas ao Stéfani mas, sim, contar algumas histórias, dentro do espaço que me é permitido.

Stéfani sempre teve uma característica de nada anotar durante suas entrevistas, a não ser dois ou três números no seu inseparável bloquinho. Lembro que, numa delas, o entrevistado, um exigente executivo de uma grande indústria de autopeças para qual estávamos fazendo um trabalho pontual, me perguntou se "o repórter não havia gostado do que ele falou", porque percebeu que ele nada havia anotado depois de mais de uma hora e meia de entrevista. Respondi que essa era a forma de aquele repórter entrevistar e que



Arquivo Pessoal

aguardasse até o dia seguinte pra conferir. A matéria, porém, só foi publicada três ou quatro dias depois. Ansioso o executivo ligava todas as manhãs me cobrando a publicação. Era uma segunda-feira e, finalmente, a matéria foi impressa, plena, sem equívoco algum e até com um certo destaque. A entrevista teve grande repercussão para o cliente. Por causa disso fechei um contrato de um ano de assessoria com a empresa. Te devo essa, amigo...

Desde meados dos anos 70, e durante treze anos, atendemos a Fiat Automóveis no Brasil. Foi nesse período que conheci Stéfani e, por meio de uma série de matérias sobre a vinda da empresa italiana ao nosso País, tornou-se especialista na marca. Não sei exatamente se devido à

origem ancestral ele manteve um relacionamento de afetividade com a empresa e com alguns de seus executivos. E eu me divertia, quando, após as entrevistas, ele imitava o sotaque italiano de alguns deles.

Ainda na fase de lançamento da linha 147 tomou posse o executivo Alberto Fava como diretor de vendas e marketing da Fiat. Fava, um jovial executivo italiano que exercera importantes cargos na Itália e nos Estados Unidos, solicitou-me para apresentá-lo aos principais jornalistas automotivos da época e, obviamente, Stéfani estava na lista dos selecionados.

Bastou um primeiro encontro para que Fava se impressionasse com o nível de conhecimento e a facilidade de diálogo com Stéfani. E tornou-se frequente ambos se encontrarem para café, almoço ou jantar, oportunidade para trocarem informações sobre o mercado automotivo nos âmbitos doméstico e mundial, além de divagarem sobre jornalismo e comunicação empresarial.

Tamanha era a admiração e o respeito que Fava tinha por Stéfani que, num determinado dia, após uma entrevista, ele disse a mim e a um repórter da Gazeta Mercantil, apontando para um telefone vermelho da sala dele, no prédio da avenida Paulista: "Amigos, este telefone, quando tocar, se não for o Enio ou o Stéfani, será alguém que discou equivocadamente". Claro que, posteriormente, outros jornalistas tiveram acesso àquela linha e que, tempos depois, passamos a chamá-lo de "o telefone da imprensa".

Fato interessante acontecia com uma certa frequência. Um de meus clientes, quando da realização de uma coletiva, só queria iniciar a entrevista, para meu desespero, "quando o Stéfani chegar". E o Stéfani se atrasava, sempre.

Além de indústria automotiva ele gostava muito de aviação. Como a Mecânica de Comunicação assessorava a Transbrasil, agendei um almoço dele com o comandante Omar Fontana, na área VIP da empresa, defronte ao aeroporto de Congonhas. O papo durou umas quatro horas, mas, pelo entusiasmo de ambos,

poderia ter sido o dobro. Ao se despedirem prometeram se reencontrar para continuar a prosa. Não lembro se Stéfani preparou alguma matéria sobre as conversas.

Impactado pelo passamento do Stéfani Luís Pasquotto, ex-executivo líder da Cummins Latin America, me telefonou lamentando o fato e para rememorar seu relacionamento mútuo, além de admirar a combinação da inteligência, memória e cavalheirismo do jornalista, dentro de princípios éticos. E lembrou que ao visitar a sede de AutoData, num determinado dia, em companhia do presidente da Cummins Brasil, Ricardo Chuai, após uma rápida entrevista gravada em vídeo, iniciaram uma longa conversa com Stéfani sobre mercados e tecnologias de motores, que durou, junto a comes e bebes, cerca de cinco horas, madrugada adentro. Sem chegarem a uma conclusão...

Também o agora consultor Yoshio Kawakami revelou ter tido uma grande amizade com Stéfani à época em que foi presidente da Volvo Construction Equipment e também ex-diretor da Cummins Brasil. Destacou que essa amizade se fortaleceu quando foi procurado por Stéfani para avaliar seu ponto de vista em quem e no quê AutoData, ao nascer, deveria mirar. Conselho de Yoshio: "Foque nas atividades econômicas e tecnológicas das indústrias do setor e nas pessoas que as dirigem. Nenhuma publicação do segmento está fazendo isso".

Stéfani e demais sócios seguiram o conselho: sucesso!

O Champollion ainda teria outros casos pra contar mas não possui suficiente memória prodigiosa, além da beleza dos textos do saudoso amigo Stéfani, personagem que centenas de líderes empresariais, do Brasil e do Exterior, representantes de governo, colegas de trabalho, amigos e sua família, ao longo de sua vida, souberam reconhecer, admirar, respeitar e lamentar a perda de um dos mais competentes, queridos, discretos e éticos jornalistas que este País já teve.

Por sua grandeza obrigado por ter existido em nossas vidas, querido Stéfani. ■

# A primeira arremetida

**A** primeira arremetida a gente nunca esquece. Ainda mais quando ao seu lado estão sentados o dono do avião, o falecido comandante Amaro Rolim, fundador da TAM, o então ministro da Aeronáutica, brigadeiro Délio Jardim de Matos, há tempos voando em outros planos, e o jornalista S Stéfani, que recentemente também nos deixou.

Isso aconteceu há um bom tempo. Matusalém ainda era um menino e eu um jovem repórter escalado para cobrir a primeira viagem, no Brasil, do Fokker 200, um turbo-hélice importado da Holanda pela TAM. Início dos anos 80.

Eu não entendia nada de aviação. Na verdade fui pautado pelo meu editor, Roland Marinho Sierra, da Folha de S. Paulo, para ir nesse voo inaugural porque o todo poderoso, na época, ministro Delfim Neto, também estaria a bordo. Valeria uma entrevista.

Mas o ministro não apareceu. Mesmo assim preferi embarcar no passeio para Ribeirão Preto a voltar para a redação e encarar uma nova pauta. Quem sabe daria tempo até para um chope no famoso Pinguim.

Na ida as autoridades foram no Fokker e os jornalistas, atrás, em um Bandeirante. Na volta a situação se inverteu. Ao lado do comandante Rolim e do ministro da Aeronáutica lá viemos nós para São Paulo de avião novo.

Não deu tempo para o chope no Pinguim, mas a viagem foi divertida. Menos no finzinho, quando 1 minuto antes de

pousar levei um susto daqueles! Olhando pela janelinha vi que bem antes de chegar a São Paulo o piloto já havia baixado o trem de pouso, o que, para mim, não era comum. Fiquei atento, imaginando se ele estaria familiarizado com todos os botões da nova aeronave.

Algum tempo depois começaram a aparecer os prédios da cidade de São Paulo, a avenida Marginal do rio Pinheiros, meu bairro, e, por fim, o Shopping Ibirapuera, que fica ao lado do aeroporto de Congonhas. Apertei o cinto e me preparei para a aterrissagem, que já começara. Nisso Stéfani, ex-colega da Cásper Libero, sentado atrás de mim, bateu no meu ombro e falou baixinho: "Zé, avisa o piloto que é para baixar o trem de pouso, e não para recolher". Olhei de novo pela janelinha e vi, aterrorizado, aqueles pneus subindo de volta para dentro do avião. Confesso: por uns segundos fiz menção de procurar a aeromoça para avisá-la do engano do piloto. Imediatamente, porém, senti o avião acelerando e subindo novamente. Foi preciso arremeter, contou em seguida o comandante Rolim, pois um avião da Vasp ainda taxiava na pista no momento da nossa aterrissagem.

Aprendi naquele dia o que significava arremeter. Já em terra suspirei aliviado e sorrindo com Stéfani pela sua pegadinha. Jamais ficaria irritado com a brincadeira daquele sujeito querido por todos, tranquilo, simpático, excelente profissional, supereducado e com um bom humor refinado e memorável. ■

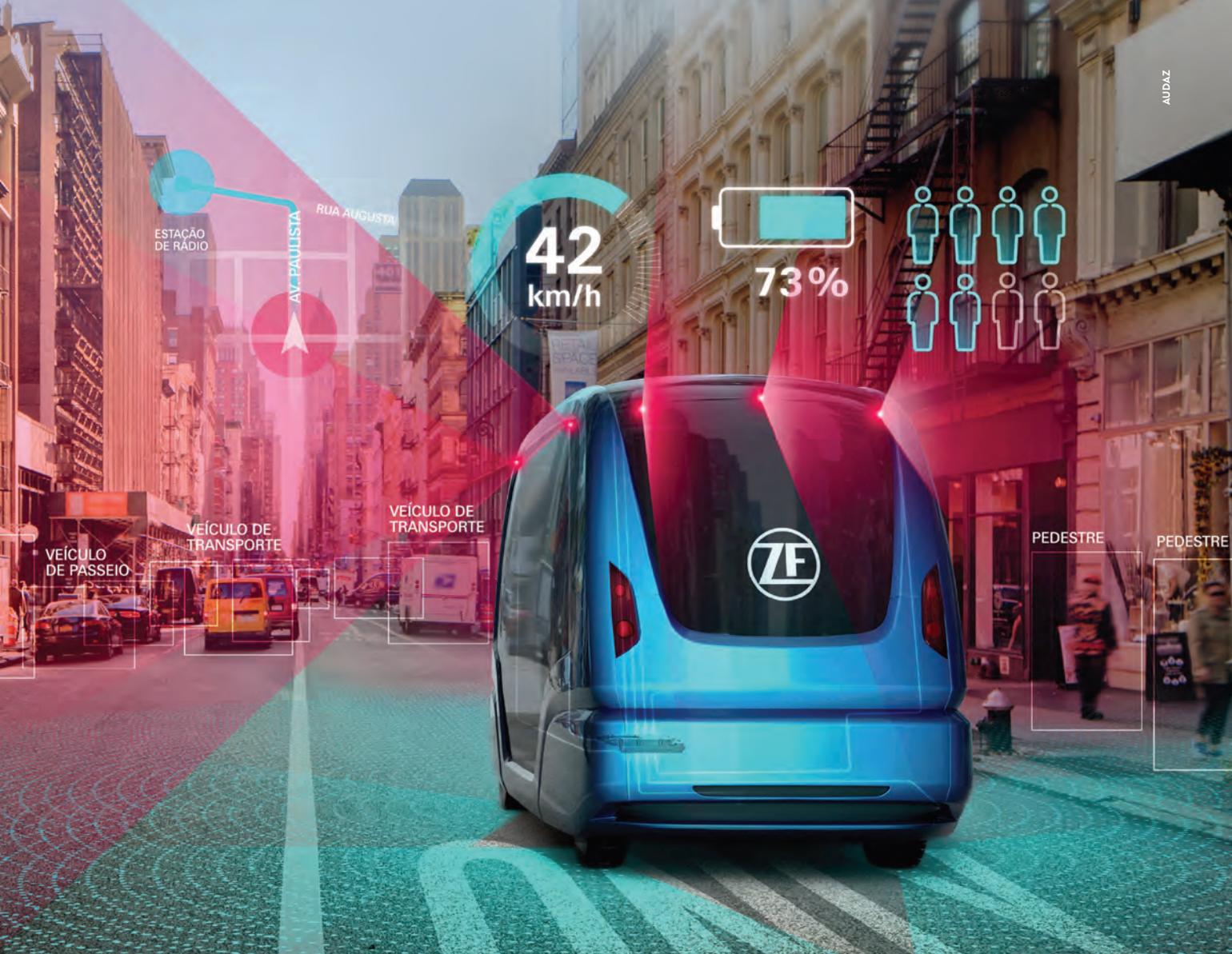


Arquivo Pessoal

**José Luiz Teixeira é jornalista aposentado. Trabalhou em vários órgãos de imprensa como Folha de S. Paulo e a extinta Folha da Tarde, no qual assinava a coluna de política Clips.**

No mundo  
e no Brasil,  
a nova geração  
da mobilidade é

# AGORA



AUDAZ

Somos mais de 150 mil colaboradores nos 5 continentes, comprometidos com o presente e com o futuro desta e das próximas gerações. Nossas tecnologias, palavras e ações movem o planeta assim: conectado, autônomo, compartilhado e sustentável.

Seja da condução automatizada aos veículos elétricos, da emissão zero de carbono à presença em usinas eólicas, possuímos soluções holísticas que permitem ver, pensar e agir em direção ao futuro da mobilidade, o futuro de todos nós.



# Presidente de montadora? Quero ver ser jornalista em AutoData!

O jovem repórter acompanha S Stéfani na minivan conduzida pelo senhor Expedito Moreira para fazer sua primeira entrevista para a edição Perspectivas com o presidente da Anfavea. Chegando ao local os dois foram acomodados na sala do entrevistado, que sairia logo em seguida de reunião que se alongara. Rapidamente o gravador com fita cassete fica pronto, na mesa, para registrar a conversa. Eis que Stéfani pega o sujeito pelo braço – um ato típico dele para gentilmente fazer algum comentário ao pé do ouvido – e diz: “O que é isso? Um gravador? Por favor, vamos guardar”.

Mesmo sem compreender a razão o jovem repórter coloca o aparelho na bolsa e toma o bloquinho e a caneta para, assim, anotar os pontos relevantes da conversa. Eis que novamente Stéfani o segura pelo braço, dá uma risadinha, e diz: “O que é isso? Bloquinho? Vamos fazer o seguinte: conversamos sem anotar ou gravar nada, assim deixamos o entrevistado à vontade. E depois eu te ajudo a completar as lacunas que possam surgir no seu texto final”.

Foram 45 minutos de grande tensão para o jovem escriba porque enquanto formulava perguntas tinha, ao mesmo tempo, que guardar na memória todas as respostas do principal porta-voz da indústria fabricante de veículos naquele período. Que responsabilidade!

Isso foi numa sexta-feira, à tarde. Na terça-feira o texto foi enviado para Stéfani com todos os dados que o repórter conseguiu anotar imediatamente após a entrevista. Inclusive uma ou duas aspas, como





Christian Asbainho

chamamos no jornalismo a reprodução *ipsis litteris* de respostas relevantes do entrevistado. Obviamente Stéfani alterou todas as aspas e incluiu outras, dando mais fluidez ao texto e compreensão àquela matéria.

Após a publicação da edição *Perspectivas 2005*, em outubro de 2004, eu e Stéfani nos divertimos com aquela situação na sala de Rogelio Golfarb, na Ford, em São Bernardo do Campo, SP. Foi quando me orientou a evitar fazer anotações ou a gravar as conversas porque “distraía o entrevistado ou o deixava pouco à vontade para falar o que precisamos, de fato, ouvir: as confidências em off”.

Desde então passei a adotar a técnica com algum sucesso e muitos fracassos. Mas trago até hoje essa lição para o dia a dia. A memória é uma das principais ferramentas do jornalista e Stéfani, certamente, foi um dos melhores nisso.

E não se trata apenas da enorme capacidade para registrar aquilo que a grande maioria dos jornalistas faz no papel ou no gravador. A experiência produzindo análises a partir das conversas com diversos líderes do setor automotivo desde os anos 80 conferiu uma visão ainda mais apurada a Stéfani, e uma importante identidade para AutoData, à medida em que seu trabalho era reproduzido em nossas publicações e eventos. A memória não é apenas aquilo que fica guardado na mente mas, também, o apanhado do que se publica no papel ou, mais recentemente, no online, ao longo do tempo.

Desde a primeira turma que se reuniu para produzir análises do setor automotivo,

iniciativa pioneira no jornalismo especializado no País, AutoData vem contando e registrando essa história que tem na interlocução com os líderes a matéria-prima para realizar a missão de Transformar Informação em Conhecimento, que é a sua missão como editora.

Esse primeiro momento da ausência do Stéfani me fez olhar para aquele episódio do passado e refletir sobre a longa, e por muitas vezes, desgastante jornada da produção de uma notícia. Não se trata apenas de boa memória ou de um bom texto.

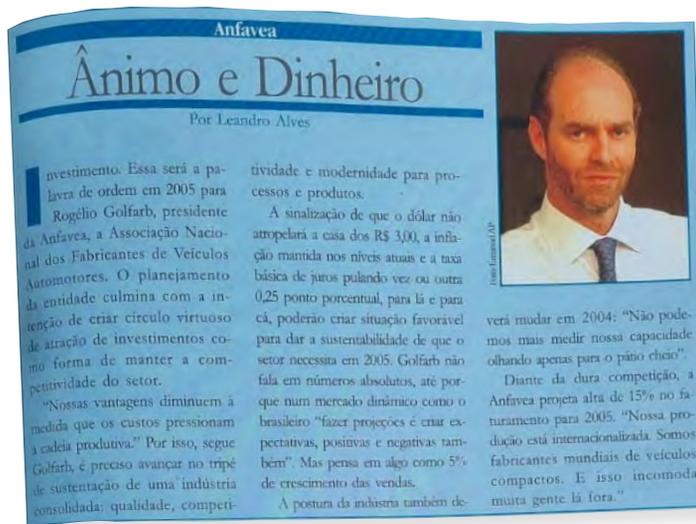
É preciso compreender, e reconhecer, que esse processo demanda muitas habilidades: primeiramente não é qualquer um que está preparado para fazer perguntas relevantes para um executivo, ainda mais os presidentes, e manter a conversa em alto nível: “Tem que ter lastro”, dizia Marco A Souto Maior, outro grande jornalista e companheiro de Redação que nos deixou em 2013. Também tem que ser “bem educadinho, tratar os outros com cordialidade e bom humor, sem perder a seriedade e o foco que a entrevista exige”, ensinou Vicente Alessi, filho, o diretor de redação daquela época. Isso não é pouca coisa e muitos jornalistas não possuem esses predicados.

Anotar, gravar ou guardar na cachola todos esses diálogos – muitas vezes uma reportagem tem cinco, seis entrevistados – e “juntar as letrinhas”, como gosta de dizer Alessi, são obsessões dos bons jornalistas e engana-se a sociedade digital de hoje de que é algo trivial, que qualquer um pode fazer. Em AutoData essa obsessão tem um só objetivo: fazer a curadoria rigorosa dos

atos, produzir relevâncias e entregar valor para os leitores. Dizem que tomar decisões empresariais é desgastante, demanda grande responsabilidade, e nem todos são capazes ou estão preparados. Pois produzir reportagens sobre economia, negócios e política também. Só que aqui na Editora estamos acostumados, pois fazemos isso todos os dias. Inclusive aos sábados e domingos, feriados e dias santos.

Na enorme sala da casa na rua Verbo Divino, a partir de 2004, eu acompanhava com olhos e ouvidos atentos todos esses elementos circulando na Redação da revista AutoData. George Guimarães, editor chefe, sempre calado e compenetrado nos textos que editava. Falava pouco, às vezes ao telefone, mas o resultado final publicado na revista me surpreendia quase todos os meses. Marta Pereira e sua organização impecável que não deixava quase nada – ou quase nada – escorregar o prazo. O Soutinho e sua vasta experiência no segmento de veículos comerciais, mas, também, um texto criativo, ousado e preciso. A equipe de repórteres era muito boa, os diretores sempre estavam ali para saber como tinha ocorrido tal entrevista e todos aprendíamos uns com os outros, produzindo muito conteúdo.

Foram anos intensos exercendo o jornalismo no seu mais alto nível com esses e outros grandes profissionais que chegaram. Tínhamos reuniões semanais com Stéfani para discutirmos macroeconomia. Eram sessões regadas a café e cigarros, muitos, logo às 10 da matina. Enquanto ele relembra os fatos que acompanhou de perto e publicou em algum lugar fui conhecendo um pouco mais sobre a importância da credibilidade: Stéfani contava que desde o início da Editora, e antes, na Gazeta Mercantil, poderia ligar diretamente para a mesa da secretária do presidente da General Motors ou da Volkswagen, ou de qualquer outra fabricante, que havia grande possibilidade de ser prontamente atendido. AutoData nasceu desse, digamos, poder de Stéfani, Vicente, Sérgio Duarte, Fred Carvalho, aqueles que assinaram as primeiras edições, ou os pioneiros.



Esse tipo de atitude era algo comum a todos os diretores e editores na minha época como repórter. Gente com muito mais experiência, e credibilidade, ativos importantíssimos no passado e no presente. Hoje, ter o número do telefone do presidente é raridade e algo impensável para assessores que constroem redoma de proteção em volta dos executivos. Mesmo assim continuamos dialogando com os líderes do jeito que dá, muitas vezes sem que secretárias e assessores fiquem a par. Isso quer dizer que em alguns lugares a nossa credibilidade ainda é capaz de abrir portas para o diálogo e o exercício do jornalismo da forma como acreditamos e praticamos.

É exaltando esses valores profissionais – que todos os que passaram por aqui conquistaram – que AutoData inicia a contagem regressiva para os seus primeiros 30 anos. Somos pioneiros naquilo que nos propusemos fazer e continuamos seguindo os passos dos fundadores para produzir conteúdo de qualidade e relevante.

Ao longo dos próximos doze meses reproduziremos aqui um pouco da história que AutoData registrou em um período tão importante para a indústria automotiva global. Começaremos com os artigos opinativos de S Stéfani. Uma justa homenagem e, também, uma oportunidade para os leitores saberem mais como a sua memória contribuiu para a memória que AutoData acumulou sobre o setor automotivo nesses 29 anos. ■

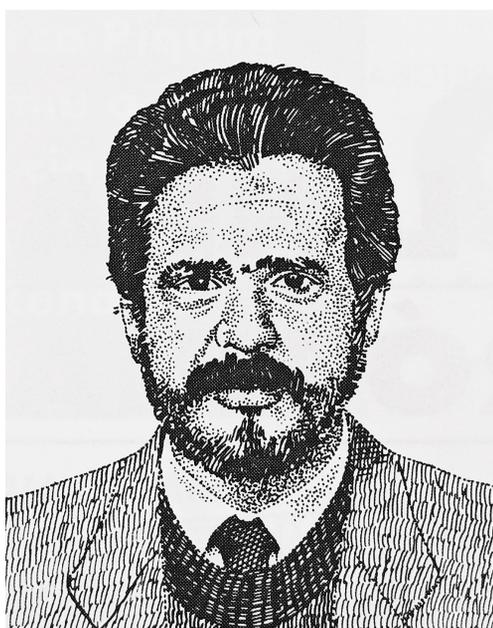


# DESDE 1986, PERCORRENDO POR DIFERENTES CAMINHOS E SEMPRE COM O MESMO DESTINO: O SEU.



Há 35 anos acompanhando a evolução do mercado e suas tendências para o segmento de automóveis, trazendo em cada projeto, inovação e tecnologia para que você possa desbravar qualquer caminho.

# A máquina que mudou o Brasil



**D**uas vezes, neste século, a indústria automobilística modificou nossas ideias mais fundamentais sobre como produzir. E eis que, agora, ela o faz novamente. Assim como a produção em massa eliminou a produção artesanal, a nova e revolucionária produção enxuta rapidamente está tornando a produção em massa obsoleta.

Esta constatação, inserida na apresentação do livro *A Máquina que Mudou o Mundo\**, consegue, com poucas palavras, dar a verdadeira dimensão ao setor automotivo. Raros setores no mundo são tão competitivos. E, como decorrência natural, poucas áreas buscam tanto novas formas de produzir e de administrar.

Na prática, no caso específico desse setor, o produto final, automóveis e caminhões, representa tão somente a face aparente de um sistema em constante evolução que interfere permanentemente no mundo. E a revoluciona.

Os exemplos dos reflexos do setor automotivo no Brasil são palpáveis. Basta lembrar que, ainda na década de 60, a Scania do Brasil somente conseguiu instalar sua base industrial depois de ter decidido aceitar analfabetos que se comprometia a ensinar a ler e, depois treinar.

Poucos anos antes, a Vemag cansou de ver os bancos dianteiros de seus automóveis de testes partirem-se ao meio





Reprodução na  
íntegra de editorial  
de **AutoData**  
publicado em junho  
de 1993

porque os fabricantes de móveis recrutados para fazê-los ainda desconheciam os efeitos da aceleração.

Hoje, apenas pouco mais de trinta anos depois, fabricantes nacionais de autopeças alinham-se entre os melhores fornecedores do setor automotivo a nível mundial. Ao mesmo tempo em que as montadoras conseguem registrar no Brasil índices de qualidade e de produtividade que chamam a atenção de suas respectivas matrizes.

Neste meio tempo, foi em volta do setor automotivo que o movimento operário conseguiu reorganizar-se no Brasil, gerou o Partido dos Trabalhadores, quase fez um presidente da República e, no mínimo, contribuiu de forma marcante para a modernização das relações entre o capital e o trabalho.

Foi também em torno do setor automotivo que os empresários nacionais do setor de autopeças geraram uma entidade de classe forte, o Sindipeças, que chegou a fazer um presidente da Fiesp e foi capaz de influir de maneira decisiva na formatação de políticas industriais em várias fases da vida econômica nacional.

Foi igualmente o setor automotivo que contribuiu com a organização, como categoria econômica de peso, de um segmento específico do comércio, desembocando na primeira legislação específica

voltada à normatização das relações entre quem fabrica e quem vende.

Na área financeira, os exemplos são ainda mais frequentes. A começar pelo surgimento dos consórcios, uma invenção brasileira basicamente desenvolvida para permitir a venda de automóveis num país sem renda suficiente para isto.

O mesmo sistema de consórcio que hoje garante a venda de geladeiras, fogões, televisores e, até mesmo, de imóveis.

Agora, é a vez da produção enxuta citada na abertura do livro. Ela já pode ser vista em pleno funcionamento na maior parte das montadoras instaladas no País. E – mais importante – também em boa parte de seus principais fornecedores, grande parte deles empresas nacionais.

Por tudo isto, não seria exagero afirmar que a indústria automobilística é, também “a máquina mudou o Brasil”. E que, aliás, continua mudando a cada novo modelo lançado. Afinal, há história recente deste setor, bem mais importante do que a chegada dos novos modelos tem sido a introdução, pelas montadoras e por seus fornecedores, dos novos sistemas de produção e de administração que permitem a colocação dos produtos no mercado com padrões de qualidade e de produtividade cada vez mais próximos aos vigentes no chamado mundo desenvolvido. ■

\*Por James P. Womack, Daniel T. Roos e Daniel Ross, 347 páginas, edição brasileira da Editora Campus, com revisão técnica e apêndice pelo prof. José Roberto Ferro.

# 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](http://msf.org.br)**



Prêmio Nobel da Paz 1999  
Outubro 2021 | AutoData

# AUTO DATA

## Empresarial

132

### SAINT-GOBAIN SEKURIT

Empresa aposta em transformação digital, proximidade com o cliente, sustentabilidade e equipes de alta performance como diferenciais



# SAINT-GOBAIN SEKURIT ANTECIPA SOLUÇÕES PARA ATENDER O FUTURO DA MOBILIDADE

Pioneira no desenvolvimento de tecnologias para veículos elétricos globalmente, empresa aposta em transformação digital, proximidade com o cliente, sustentabilidade e equipes de alta performance como diferenciais

Como parte da Saint-Gobain, grupo francês com mais de 356 anos de existência, a Saint-Gobain Sekurit vem sendo pioneira, há mais de 90 anos, no desenvolvimento de soluções de vidros automotivos que promovem conforto e segurança para motoristas e passageiros, em todo o mundo. No Brasil, o negócio está presente há mais de 60 anos, com operações em Mauá (SP), São Caetano do Sul (SP), Gravataí (RS) e Goiana (PE).

Em 2020, um ano marcado pela pandemia e crise econômica, a marca equipou 5 dos 10 veículos mais vendidos no país e, apresentou tecnologias e soluções para os novos lançamentos do mercado.

A boa performance, mesmo em tempos de crise, evidencia a importância da experiência e solidez para o mercado automotivo, mas também da flexibilidade e capacidade de rápida adaptação, inovação e visão de negócio. Com essa fórmula, a Saint-Gobain Sekurit também se prepara para atender as deman-

das que surgirão no período pós pandemia.

“O mercado de mobilidade está em profunda transformação globalmente, impactada pela necessidade de descarbonização do setor, pela digitalização e pelos novos estilos de vida e hábitos de consumo. Atentos a essa tendência, iniciamos um processo de profunda transformação cultural e tecnológica, em 2019” afirma Wiltson Varnier, Diretor Geral da Saint-Gobain Sekurit América do Sul.

Essa transformação tem como eixo principal o fortalecimento da cultura de Foco do Cliente, em toda a organização. Estar mais próximos e alinhados aos objetivos dos clientes, como um real parceiro de desenvolvimento, dá à empresa a oportunidade de antecipar necessidades e entregar soluções com a agilidade que o atual cenário exige, sem abrir mão do cuidado, da customização e da qualidade.

“Hoje, a Saint-Gobain Sekurit é muito mais do que um fabricante de vidros: somos um fornecedor de soluções de envidraçamento

À esquerda, Wiltson Varnier, Diretor Geral, à direita, Vinicius Lima, Diretor Comercial, de Desenvolvimento de Produtos e Marketing, ambos da Saint-Gobain Sekurit América do Sul



automotivo para o futuro da mobilidade. Entendemos que a estratégia de Foco do Cliente é extremamente importante para o nosso mercado. O ritmo de transformação está bastante acelerado e os fornecedores precisam olhar não só para o cliente, mas para onde o cliente está olhando. Dessa forma, é possível propor soluções antes mesmo que as demandas apareçam em nosso país e entregar valor, de forma muito mais assertiva”, explica Vinicius Lima, Diretor Comercial, de Desenvolvimento de Produtos e Marketing da Saint-Gobain Sekurit América do Sul.

Vale ressaltar que a empresa não poupa esforços quando o assunto é inovação, transformação digital e atração e retenção de talentos, para o desenvolvimento de equipes de alta performance. Durante o conturbado ano de 2020, essas características foram importante diferencial para assegurar a continuidade dos projetos e a construção de uma empresa mais sólida.

“Passamos por uma profunda crise em todo setor, que exigiu a reestruturação do nosso negócio, no Brasil e na Argentina, e mu-

danças rápidas na forma de trabalhar. Não foi um período fácil, mas já sabíamos que não seria. Hoje, fico feliz em poder olhar para trás e afirmar que, apesar dos desafios, conseguimos cumprir toda a nossa agenda de projetos e desenvolvimento de novas tecnologias, sem prejuízo aos nossos clientes e, estamos preparados para as futuras demandas”, completa Wiltson.

A sustentabilidade também é prioridade para a Saint-Gobain Sekurit. Alinhada ao propósito do Grupo, “Making the World a Better Home”, a empresa entende que não há espaço para inovar sem pensar em se tornar cada vez mais sustentável, seja no processo de fabricação ou no ciclo de vida do produto, a cada desenvolvimento. O Grupo Saint-Gobain assumiu publicamente o compromisso de neutralizar suas emissões de carbono até 2050. Esse compromisso direciona a estratégia de sustentabilidade da Saint-Gobain Sekurit em ser pioneira global no desenvolvimento de tecnologias para veículos elétricos, para proporcionar mais autonomia, conforto e segurança. ◀

### Joint-venture Vibra e Copersucar

A Vibra Energia, antiga BR Distribuidora, e a Copersucar anunciaram a criação de joint-venture com foco na comercialização de etanol. As empresas admitiram meta ambiciosa: ser a maior desse segmento no Brasil, aumentando a competitividade no setor. O nome da empresa ainda não foi definido. A intenção é criar uma plataforma integrada para venda de etanol, aberta a todos os produtores, distribuidores e acionistas que queiram realizar negócios com a joint-venture. O foco maior será no mercado nacional mas a nova empresa também poderá atender a demandas externas.

### FPT Industrial exportou 100 mil motores da Argentina

A FPT Industrial atingiu a marca de 100 mil motores exportados a partir de sua fábrica na Argentina, que dedica 80% da sua produção para mercados como Brasil e México. Marco Rangel, presidente da FPT Industrial para América do Sul, disse que "os números comprovam a qualidade dos motores produzidos pela marca". Em 2021 outro recorde importante para a companhia será atingido: o de 26 mil motores produzidos em apenas um ano, crescimento de exatos 100% ante 2020.

### Mercedes-Benz celebra 70 anos de produção na Argentina

A Mercedes-Benz completou 70 anos de produção em Buenos Aires, Argentina, na primeira fábrica da companhia fora da Alemanha, o primeiro passo na sua expansão mundial. A planta é a única do mundo que produz vans, caminhões e ônibus em um mesmo lugar. Ao longo dessas sete décadas mais de 700 mil unidades já deixaram a linha de produção, incluindo vans, caminhões, chassis de ônibus, eixos e componentes remanufaturados. Os caminhões Accelo e Atego e os chassis de ônibus são produzidos para o mercado doméstico, e a Sprinter é dedicada principalmente para a exportação. Este ano a Mercedes-Benz Vans também comemora 25 anos do início da produção da Sprinter na Argentina. A terceira geração do modelo, que criou categoria própria na indústria automotiva e alcançou posição de liderança no mercado argentino, é produzida no Centro Industrial Juan Manuel Fangio.



Divulgação/MB

### União Mapfre e Moura para descarte

Com o objetivo de ampliar o descarte correto de baterias de automóveis a Mapfre se uniu à Baterias Moura em parceria inédita: nos pátios da Mapfre, em Suzano, SP, e em Belo Horizonte, MG, veículos classificados como sucata têm suas baterias retiradas, identificadas e enviadas para o centro de reciclagem da Moura, obedecendo à legislação ambiental. Mais de 8 toneladas de baterias de sucata de chumbo já foram encaminhadas para reciclagem.

### Stellantis poderá produzir SUV Peugeot no Brasil

Um novo modelo da Peugeot poderá ser produzido no Brasil a partir de 2025: o 1008, um SUV que sairá da plataforma CMP, a mesma que suportará o novo Citroën C3, de acordo com informações publicadas pela revista francesa L'Argus. A projeção é de que os modelos compartilhem a mesma linha de produção, assim como a parte mecânica e grande parte dos componentes, diferenciados apenas pelo visual externo de cada veículo. O Peugeot 1008 será produzido e comercializado em mercados emergentes, caso do Brasil, China e Índia, mas também terá versão elétrica para a Europa. Esse modelo deverá ser o responsável pela sucessão do hatch 208, o que abrirá espaço para a chegada da nova geração do SUV 2008, que já é comercializada na Europa.



## Gol: contrato para 250 eVTOLs.

A Gol Linhas Aéreas assinou protocolo de intenções para adquirir 250 eVTOLs, aeronaves elétricas de decolagem e pouso vertical, popularmente conhecidas como carros voadores. Produzidas pela irlandesa Avolon, caso sejam certificadas deverão chegar à malha aérea brasileira em 2025, segundo comunicado enviado aos investidores da Gol. O modelo escolhido, VA-X4 eVTOL, tem capacidade para transportar quatro passageiros, além do piloto, à velocidade máxima de 320km/h. A ideia

da companhia é usá-lo para pequenas rotas, pois seu alcance é de 160 quilômetros. São, segundo ela, mais silenciosos do que helicópteros. Agora a Avolon, junto com a Gol, trabalhará em estudo de viabilidade junto à ANAC, Agência Nacional de Aviação Civil, e ao DECEA, Departamento de Controle do Espaço Aéreo, para que saia a certificação e que o modelo esteja adequado à infraestrutura local. A intenção é que até 2024 toda essa burocracia seja resolvida.

## Volare: nova versão do Fly 10.

A Volare lançou uma versão do micro-ônibus Fly 10 dedicada ao segmento de fretamento com capacidade para transportar até 38 passageiros. É uma opção para as operadores desse segmento porque o modelo tem consumo de combustível 35% menor do que um ônibus convencional e tem custo de aquisição até 20% menor, segundo comunicado da empresa. A nova versão é equipada com motor Cummins ISF 3,8 de 162 cv de potência, sistema de freio eletropneumático e comprimento total de 10 m 10.

## VWCO dobra vendas do Meteor

A Volkswagen Caminhões e Ônibus lançou o caminhão Meteor no ano passado e até maio o modelo tinha registrado 1 mil emplacamentos. Nos últimos quatro meses o volume dobrou, chegando a 2 mil. De olho no crescimento da demanda a VWCO ampliou a oferta do modelo, com três opções de entreeixos 3,2 mil mm, 3,4 mil mm e 3,6 mil mm, e nova suspensão pneumática com sistema inteligente de distribuição de peso e oito bolsões de ar que pode equipar as configurações 6x2 e 6x4, nas versões 28.460 e 29.520.

## Fiat Toro Black e Chrome Edition

A Fiat Toro ganhou duas novas versões: Chrome Edition e Black Edition. Ambas usam como base a configuração da Volcano Turbo 270 Flex. Segundo Herlander Zola, diretor da Fiat América do Sul e das operações comerciais Brasil, o visual dos modelos foi inspirado nas versões Ultra e Ranch, ampliando as opções para os clientes. Como o nome já diz o nome, a Black Edition traz pormenores pretos e escurecidos, como na grade frontal, rodas, retrovisores, rack de teto, maçanetas e emblemas. A série Chrome Edition acrescenta a grade frontal cromada. As duas versões usam o novo motor turbo flex da Stellantis, que gera 185 cv de potência e o câmbio é automático de nove marchas. O preço das duas novas versões é R\$ 157 mil, com pacote de tecnologia disponível por mais R\$ 5,5 mil.



Divulgação/Stellantis

## BMW e Mini deixam Abeifa

As marcas BMW e Mini não fazem mais parte do quadro de associadas à Abeifa, entidade que representa os revendedores de veículos importados no Brasil. Até julho os resultados das duas marcas do Grupo BMW foram computados e divulgados no começo de agosto, mas em setembro eles já não aparecem mais na lista. Em nota o Grupo BMW disse que "com aproximadamente 80% do volume de vendas vindo da produção local, como forma de não duplicar esforços e concentrar as atividades, optamos por seguir focados na Anfavea". Nos últimos anos a BMW avançou com a sua produção local em Araquari, SC, de onde saem os modelos X1, X3, X4 e o Série 3. De janeiro a agosto a BMW registrou 9 mil 533 vendas e a Mini 780, somando 10 mil 313 unidades.

## Toyota lança serviço de assinatura

A Toyota passou a oferecer seu serviço de carros por assinatura por meio da Kinto, joint venture formada com a Mitsui. A solução, batizada de Kinto One Personal, integra investimento de R\$ 1,1 bilhão anunciado em meados de 2020 a ser concluído em até cinco anos. Fazem parte do aporte também Kinto Share, de compartilhamento de veículos da marca e Kinto One Fleet, de gestão de frotas corporativas. A princípio no One Personal haverá dois tipos de contrato, doze e outro 24 meses. Todo o portfólio da Toyota estará disponível para a modalidade, em franquias de 800 ou 1,5 mil quilômetros por mês. A contratação pode ser feita de forma 100% online, por meio da plataforma, ou então pode contar com auxílio de vendedor dentro da concessionária Toyota, onde também é possível realizar test-drive. A retirada do carro é feita na concessionária.

## YPF investe R\$ 48 milhões

A YPF investiu R\$ 48 milhões em seu projeto de Planta do Futuro para readequar a estrutura da empresa no Brasil e torná-la mais digital, reformando sua fábrica em Diadema, SP. O projeto está em andamento há cinco anos e já quadruplicou a capacidade de produção da YPF, com expectativa de novos avanços até 2023.

## 40 anos da primeira exportação VWCO



Divulgação/VWCO

A Volkswagen Caminhões e Ônibus celebrou em setembro a marca de 40 anos da sua primeira exportação, realizada em 1981, pouco meses depois de iniciar sua operação no Brasil. Naquele ano foram exportados 37 caminhões para mercados como Chile, Paraguai e México, países em que a empresa opera até hoje. Em setembro a VWCO também atingiu a marca de 160 mil caminhões e ônibus exportados em 40 anos para mais de trinta países da América Latina, África e Oriente Médio. Em 2021 seus embarques já somaram 5,2 mil unidades.

## Segundo turno na Caoa Anápolis

A Caoa Montadora contratou 385 trabalhadores e deu início ao segundo turno de produção em Anápolis, GO, de onde saem modelos Hyundai e Caoa Chery. O objetivo é expandir em 28% a capacidade produtiva da unidade. Mais contratações estão programadas: segundo o CEO Mauro Correia "só neste ano criamos 789 novos postos de trabalho diretos. Essas vagas fazem parte de um grande plano que iniciamos em 2020 para a planta de Anápolis, que inclui investimento de R\$ 1,5 bilhão em cinco anos." Os novos funcionários foram recrutados por meio do programa Caoa Capacita, parceria com o Senai: curso gratuito para desenvolver candidatos que desejam entrar na indústria. Desde abril foram matriculadas 1,1 mil pessoas, das quais 350 já estão trabalhando na fábrica como montadores de veículos, operadores de produção e auxiliares de logística. São produzidos ali Caoa Chery Tiggo 5X, Tiggo 7 e Tiggo 8, Hyundai iX35, New Tucson e os caminhões HR e HD80.



Divulgação/QLP

### QLP: ZARLENGA

Carlos Zarlenga, ex-presidente da General Motors América do Sul, fundou escritório de investimentos e operações para adquirir empresas na indústria da transformação, a Qell Latam Partners, ou QLP. Um dos sócios de Zarlenga é Barry Engle, ex-Ford, ex-GM e CEO da Qell SPAC, fundada por ele mesmo em setembro de 2020 nos Estados Unidos. Trata-se de empresa de capital aberto na Nasdaq que tem como objetivo a aquisição de ativos e a execução de investimentos dedicados ao desenvolvimento da mobilidade. A expansão desse novo modelo de negócios para o setor industrial no Brasil terá, também, Fernando Valim, experiente executivo com passagens por diversas empresas brasileiras e multinacionais, como um dos fundadores e sócio da QLP.



Divulgação/Banco Toyota

### BANCO TOYOTA: SAVOLDI

O Banco Toyota do Brasil comunicou a saída de Luiz Montenegro da sua presidência, após 22 anos no cargo. O executivo foi sucedido por Luciano Savoldi, anteriormente diretor e CFO da instituição. Montenegro foi o responsável pelo início das operações do Banco Toyota do Brasil, em 1999. Quatro anos antes havia ingressado no Grupo DaimlerChrysler para montar seu banco no Brasil, hoje o Banco Mercedes-Benz. Savoldi, que assumiu no dia 1º de outubro como novo presidente e CEO, também está no Banco Toyota do Brasil desde a sua fundação. Antes construiu carreira de treze anos no mercado financeiro.



Divulgação/Volkswagen

### VOLKSWAGEN: ALVAREZ

A partir de 1º de novembro Luiz Eduardo Alvarez assumirá a vice-presidência de suprimentos no Brasil e na Região SAM da Volkswagen, sucedendo a Martin Fries, que retornou à Alemanha em setembro. Com 52 anos, Alvarez é graduado pela Escola Politécnica da USP em engenharia civil, com especializações em gerenciamento estratégico de negócios e em mudanças gerenciais. Entrou na VW do Brasil como trainee na área de finanças em 1991. Após passagens por Alemanha e Argentina voltou ao País em 1999 e em 2007 foi transferido para a Volkswagen Caminhões e Ônibus para dirigir a área de suprimentos. Em 2009 foi promovido a diretor e em 2016 tornou-se vice-presidente e membro do board da Volkswagen Caminhões e Ônibus.



Divulgação/Scania

### SCANIA: SOUZA

Fábio Souza é o novo vice-presidente e diretor geral das operações comerciais no Brasil da Scania. Sucede a Roberto Barral, que passará a ocupar posição estratégica na Europa. Souza iniciou sua carreira na Scania em 2001 como analista de peças. Em 2004 dirigiu a precificação de peças para a América Latina e em 2006 foi para a Scania México como gerente de serviços e três anos depois tornou-se diretor da área. Em 2013 retornou ao Brasil para assumir a diretoria de serviços. Em 2019 foi nomeado diretor geral das operações comerciais na África do Sul. É graduado em engenharia industrial pela FEI, com pós-graduação em administração de empresas e em marketing pela ESPM e especialização em administração e gestão pela Stockholm School of Economics, na Suécia.

“Pedalar é divertido, saudável e bom para o meio ambiente. Em centros urbanos superlotados o carro, incluindo o elétrico zero emissão, só será aceito no futuro se a bicicleta tiver espaço suficiente no mix de mobilidade.”

Herbert Diess, CEO do Grupo Volkswagen, em artigo no LinkedIn onde defendeu que funcionários da fábrica de Wolfsburg, na Alemanha, fossem trabalhar de bicicleta

“A recuperação da América Latina é mais lenta do que o esperado e as consequências que a pandemia deixou para a economia e a sociedade levarão anos para desaparecer.”

Trecho de relatório do Banco Mundial sobre a região publicado no início de outubro

“Os expositores e patrocinadores demonstraram grande expectativa de aproveitar as oportunidades da retomada dos grandes eventos (...) com a devida segurança e em conformidade com as medidas de prevenção adotadas em função da pandemia.”

Trecho de press-release da Reed Exhibitions de 16 de setembro confirmando a realização presencial da Automec 2021 em novembro e anunciando a abertura do credenciamento para a mostra

“Esta medida [o cancelamento da feira] está alinhada com as expectativas e recomendações de entidades, patrocinadores e empresas do setor.”

Trecho de press-release da Reed Exhibitions de 30 de setembro anunciando o cancelamento da Automec 2021

1 800 000

VW Fox foram fabricados em São José dos Pinhais, sendo 500 mil para o mercado externo, incluindo Europa. Sua carreira chegou ao fim.

R\$ 6,092

foi o valor médio do litro da gasolina cobrado no Brasil no começo de outubro, de acordo com a ANP.

1 100 000

pessoas trabalham para aplicativos de transporte de passageiros no Brasil, segundo estudo do Ipea.

6 000

pagamentos em drive-thrus pelo Sem Parar são efetuados diariamente no País, segundo a empresa responsável pelo sistema.

# IBERO GROUP.

## Pronto para a expansão.

Há mais de 20 anos fornecemos peças para Implementos Rodoviários, Industria de caminhões e para o setor agrícola.

Desde 2011 investimos na aquisição de novas empresas e trouxemos para o grupo a Fontaine e a Rodare, com isso ampliamos nosso portfólio de produtos e despontamos no mercado nacional no fornecimento para under truck. Contamos ainda com uma parceria com a VK e a Rodaros, completando nossa linha de fornecimento e nos aproximando ainda mais do nosso grande sonho: ser uma empresa global.

Temos Know how, qualidade, preços competitivos, excelência logística, pós-vendas eficiente e o mais importante, pessoas apaixonadas pelo que fazem.



Estamos preparados para alçar voos ainda maiores. Em breve nossos produtos estarão presentes na América Latina, África e Oriente Médio. E não vamos parar por aí.

Acreditamos no Brasil e no povo brasileiro e estamos prontos para crescer. Então, vem com a gente!

**IBERO GROUP.**  
MAIS PERTO DE VOCÊ  
DO QUE VOCÊ IMAGINA



# AUTO DATA

## Os patrocinadores desta edição

Uma escolha pelo futuro.  
**Novo Volkswagen e-Delivery.**  
O primeiro caminhão 100% elétrico produzido no Brasil.

150 concessionárias em todo o Brasil. Disponibilidade de peças de reposição. Garantia da bateria de até 5 anos.

**TIGGO** O NOVO REI DOS SUVs.

**LÍDER ABSOLUTO**

EM SEU 1º ANIVERSÁRIO, O TIGGO 8 TURBO 001 ASSINA A LIDERANÇA ANOS DE EXPERIÊNCIA LÍDERES SUPERANDO

- TOYOTA HILUX SW4
- MERCEDES-BENZ GLS 600
- VOLKSWAGEN TIGUAN
- MITSUBISHI OUTLANDER

0800-777 5448

ELA PILOTA UMA PRÂNCIA. UM CAMPEONATO VIRTUAL DE SURF FEMININO. PAUTAS DE REPRESENTATIVIDADE NEGRA E FEMININA NO SURF BRASILEIRO E O CHEVROLET TRACKER.

NO TÍTULO, SUAS RESPONSABILIDADES SALVA VIDAS.

**NOVA CARREGADA DE ATITUDE**  
**FIAT TORO**

**2021 RENAULT CAPTUR**

**65**

Uma estrela iluminada pelo brilho de milhões de outras.

**IVECO**

**M3**

Novo BMW M3. O novo líder em performance e inovação tecnológica.

**EXCELENTES PERSPECTIVAS PARA 2022, 2023, 2024...**

**NEO STEEL**

Mais um aniversário, com as melhores perspectivas.

**NOVO FIAT 500 ELÉTRICO**

DE UM CHOQUE NAS RUAS URBANAS AGORA É 100% ELÉTRICO.

**busbarr**

NAS RUAS OU ESTRADAS, SOMOS A SOLUÇÃO EM MOBILIDADE

**A DHL ENTREGA**

Quer conforto e segurança? Vá de GSI

Um mundo melhor amanhã começa com nosso compromisso hoje.

Não importa onde, trabalhamos juntos.

A GENTE VAI FICAR RINDO À TOA SE RECEBER O SEU VOTO.

**MWM NO PRÊMIO AUTODATA**

**EATON**

Soluções completas para os ônibus, Agros e Trucks.

**MARELLI**

POWERING PROGRESS TOGETHER

**Tecnologias Automotivas BASF**

**cba**

O futuro da indústria é o que nos move

**Continental**

**EATON** no Oscar do setor automotivo!

No mundo é no Brasil a nova geração de mobilidade é **AGORA**

DESDE 1984, PERCORRENDO POR DIFERENTES CAMINHOS E SEGUROS COM O MESMO DESTINO: O SEU.

**IBERO GROUP**. Pronto para a expansão.