



From the Top
Gastón Díaz Perez,
da Bosch

COFRES ABERTOS

Indústria automotiva mantém ritmo forte de investimentos em 2022 – e novos anúncios de aportes estão agendados para ocorrer em breve

LANÇAMENTOS

Novo Jeep Renegade, Tiggo 5X Pro e Ford Maverick

ESTRATÉGIA

Stellantis quer dobrar suas receitas globais até 2030

HÁ 30 ANOS

Acordo setorial automotivo foi um divisor de águas



Nova Geração Delivery Express +

Seu parceiro nas entregas.



Novo Motor



Acesse
nosso QR code
ou www.vwco.com.br
e saiba mais sobre
o Delivery Express+

Juntos salvamos vidas.



MERCADO 24H



+ Segurança / + Conforto /



Caminhões
Ônibus

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vwcaminhoes

**CONJUNTURA
INVESTIMENTOS**

20

Investimentos da indústria automotiva pipocam em todos os segmentos e já superam R\$ 60 bilhões

36

**ANIVERSÁRIO
POLÍTICA SETORIAL**

Como governo, empresas e trabalhadores se uniram na Câmara Setorial Automotiva em 1992

**MONTADORAS
ESTRATÉGIA**

24

Stellantis revelou o plano Dare Foward, que prevê dobrar as receitas da companhia até 2030

44

**ESPECIAL AUTODATA 30 ANOS
VEÍCULOS LEVES**

Segmento de leves nunca perdeu sua coroa no mercado, mas sofreu transformações brutais

**MONTADORAS
ESTRATÉGIA**

28

Agora oficialmente separada da Iveco, CNH Industrial faz planos para seu futuro

52

**OPINIÃO
AGRÍCOLA E CONSTRUÇÃO**

Façam Suas Apostas, Senhores 2022 aborda temas diversos da economia, da política e dos negócios

**MERCADO
LANÇAMENTOS**

30

Modelos mais vendidos de Jeep e Caoa Chery, Renegade e Tiggo 5X já chegam à linha 2023

54

**AUTODATA 30 ANOS
MEMÓRIA**

Recordando um pouco de nossos 30 anos, destacamos temas abordados em março de 2013

**LANÇAMENTO
MAVERICK**

Picape Ford importada do México quer provar que criou um novo segmento de mercado no Brasil

34



Divulgação/Ford

8

LENTEs

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

12

FROM THE TOP

O novo presidente da Bosch fala pela primeira vez para um veículo de imprensa

64

GENTE & NEGÓCIOS

As movimentações e novidades nas empresas do setor automotivo brasileiro

68

FIM DE PAPO

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

Direto de direita

Por Marcos Rozen, editor

Brasil, 10 de março de 2022: a Petrobras anuncia mais um reajuste no preço dos combustíveis, agora de 19% para a gasolina e de 25% para o diesel. O aumento se soma ao ocorrido em janeiro, de 4,85% e 8%, respectivamente, e a todos aqueles aplicados ao longo de 2021, média de 46% nos dois casos.

A causa foi a guerra da Ucrânia, justificou a estatal. A consequência imediata, filas enormes nos postos com motoristas tentando abastecer antes do aumento, cena comum nos anos 80 e começo dos 90, época da hiperinflação. "Após serem observados preços em patamares consistentemente elevados, tornou-se necessário que a Petrobras promova ajustes nos seus preços de venda às distribuidoras para que o mercado brasileiro continue sendo suprido sem riscos de desabastecimento", alegou a empresa. No mesmo dia o valor do barril do petróleo fechou a US\$ 111.

Se permite o leitor adicionemos mais dados à equação: a inflação projetada pelo BC para 2022, ainda antes deste aumento, é de 5,6% – já fora do teto da meta, de 5%. O lucro líquido da Petrobras em 2021 foi de R\$ 106 bilhões. Não são 106 milhões: são 106 bilhões. Foi o maior lucro já registrado na história de todas as empresas de capital aberto no Brasil em todos os tempos. O segundo lugar da lista é de R\$ 40 bilhões. Adivinhe de quem? Petrobras, em 2019.

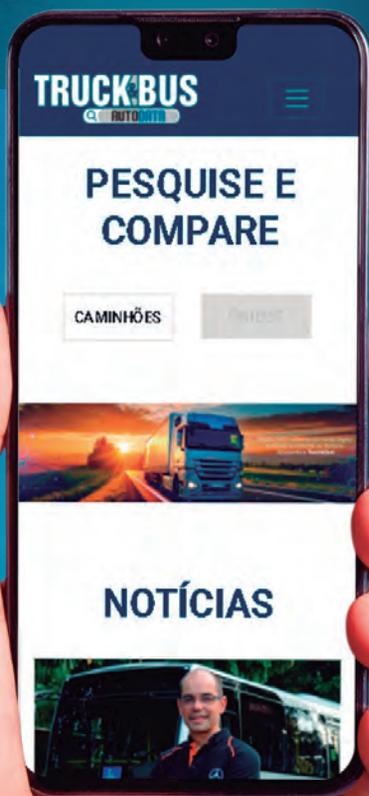
Como **AutoData** mostrou em sua edição de fevereiro, 385, os níveis dos preços dos combustíveis naquele momento já pressionavam sobremaneira os negócios do setor automotivo como um todo, além, é claro, da economia, via bolso do consumidor. Assim o novo aumento, com tamanha magnitude, tem efeito similar a um direto de direita no queixo daquele que abastece e, por consequência, no da economia e no da indústria. Haverá reação ou nocaute?



AUTODATA

Direção Geral Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Pedro Kutney **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Brian A Jackson/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 434, 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

Agora, com o advento do mundo digital,
AutoData novamente na dianteira.



Apresentamos o **Truck&Bus**

1º Portal brasileiro dedicado à informação e comparação técnica de todos os caminhões, ônibus e vans, vendidos no mercado nacional.

- ✓ Nesta plataforma o usuário terá como comparar mais de 180 modelos diferentes de caminhões e ônibus.
- ✓ Com 29 anos de estrada, AutoData passa a oferecer ao cliente uma ferramenta inovadora que vai ajudar na escolha da melhor opção para o seu negócio.
- ✓ Criamos uma interface de mídia direta de vendas para as montadoras e todas as empresas que atuam no mercado de veículos comerciais.

TRUCK&BUS
AUTO DATA

“Truck&Bus, transformando informação em negócios.”



O Truck&Bus é uma ferramenta de pesquisa comparativa dos dados técnicos de caminhões e ônibus. Iniciativa da AutoData Editora e Seminários Ltda, chega para preencher uma lacuna do mercado nacional de veículos comerciais: a possibilidade do operador de frotas ou motorista autônomo verificar as diferentes características técnicas de um caminhão ou ônibus que pretende comprar.

Não perca tempo!

Faça pesquisas à vontade e encontre a melhor opção de caminhão ou ônibus para sua atividade.



+55 11 3202-2727
contato@autodata.com.br

TRUCK&BUS
Q AUTO DATA

CHEGOU PERTO

Gente que dirige entidades grandes, fortes e notáveis, como a Anfavea, por exemplo, nunca prega alinhamento direto a teses econômicas neo-liberais. Nesse caso vive sempre muito próximo daquela linha cinzenta – pois a propaganda, reinado do marketing, não quer que o consumidor identifique o produto veículo com teses antigas, que cheiram a mofo. Uma situação particularmente curiosa ocorreu com a General Motors Company quando ainda era a maior empresa privada do mundo, símbolo do capitalismo não mais exatamente ascendente: quando veio a preta, em junho de 2009, com a concordata, não teve a menor vergonha de pedir investimento público visando à salvação. Não pregou a livre iniciativa nem o Estado mínimo: pediu a bufunfa.

CHEGOU PERTO 2

Pois Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea até o mês que vem, falou coisas, no começo de março, durante a coletiva de imprensa, de que até André Beer, de braços dados dançando com Harald Uller Gessner e Jacy Mendonça, duvidaria. Ele falava da possibilidade – necessidade? – de o Banco Central voltar a fazer crescer a taxa Selic: "Alguns analistas já falam em ajustar para 13% a 14% e eu me preocupo: o remédio pode se tornar um veneno. Não estamos tendo inflação de demanda. Talvez seja melhor admitir que teremos inflação maior e manter o consumo interno, sem mexer tanto na taxa de juros".

CHEGOU PERTO 3

Luiz Carlos Moraes certamente não é um eleitor petista. Mas como chegou perto daquelas ideias chamadas de esquisitas!



Por Vicente Alessi, filho

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



Arquivo Pessoal

PEGGY SUE

Consultando alguns alfarrábios deparei-me com adorável foto minha de 1989, nos últimos dias da gestão de André Beer na Anfavea, às vésperas da posse de Jacy Mendonça. Num dia de março, como hoje. Abraçado com a

jornalista Susete Davi, assessora de imprensa, à porta da sala que dividíamos. Foram dias turbulentos aqueles. Sérgio Duarte deixara a entidade meses antes carregando nossa assessora de relações públicas, Tetê Tavares, rumo à Hill&Knowlton. Tínhamos programação intensa à frente, como a própria posse de Jacy, mas a sucessora de Maria Tereza, Simone Rocha, estava grávida: foi promovida a assessora em estado reconhecidamente grávido!., com o apoio de Luiz Moan e a aprovação de André. Foi sugerido que, se quisesse, mesmo, parir seu filhote deveria manter absoluta imobilidade. Que dias!

PEGGY SUE 2

Neste dia da foto de 1989 estávamos todos em plena função, recebendo muitos convidados para evento na sede, cerimônia de premiação dos três vencedores de um concurso promovido para universitários, uma monografia sobre a indústria de veículos. Nunca mais esse concurso aconteceu ali mas, na época, André queria, porque queria, o diabo do concurso de monografias. Estava de saída, é verdade, mas ainda era o presidente, eficaz e atuante, que dera a ordem: "Quero esse concurso, @#@#!!". Fizemos o concurso. E nessa noite de entrega dos prêmios aos vencedores a casa da Indianópolis, na zona Sul de São Paulo, estava cheia como se fosse legítima noite de homenagear Chico Landi. Uma grande farra.

PEGGY SUE 3

Mas, vendo essa foto algumas vezes nesses últimos dias, leio a preocupação que nos ia pela alma, digamos. O sorriso de Susete de puro nervosismo, eu mesmo não estou à vontade: certamente nem pedi foco a quem nos fotografava, o repórter Samuel Lavelberg. Em janeiro já estava na Coopersucar.

SABEM QUANTO CUSTA?

A imprensa mais especializada em cobertura de lançamentos de veículos parou nos últimos tempos de inflar tanto as velas dos carros híbridos e elétricos. Até uns meses atrás, possivelmente na falta de melhor assunto disponível, deu aos elétricos o título de bola da vez, incensados como a solução de nossos panarícios. Poizé: ainda conviveremos muitos, e muitos anos, com mercado interno predominantemente dominado por veículos com motores movidos a combustão interna, álcool e/ou gasolina, à escolha. Quem sabe híbridos com álcool? Somos País pobre, que não se dará ao luxo da eletrificação rápida para pessoas físicas por razões óbvias: sabem quanto custa um desses? Claro que gostaríamos de ser País rico, acima do bem e do mal e formulador de políticas. Mas somos apenas o Brasil, incapaz, nos dias de hoje, de apoiar ou de condenar uma guerra. Incapaz de imaginar a encrenca que será, nos condomínios habitacionais, a adoção de fontes de recarga para todos os elétricos de seus moradores. Já pensaram?

SABEM QUANTO CUSTA? 2

Mas o segmento de veículos comerciais tem todos os olhos voltados para baterias que moverão seus pequenos veículos de entregas rápidas que fazem crescer as padarias que produzem só pãezinhos quentes, aqueles que são vendidos rapidamente, na hora, pra todo mundo. Este, sim, é o primeiro segmento da indústria de veículos que aproveitará a onda verde elétrica, pois o tamanho de seus trajetos sempre será compatível com sua autonomia, a sua capacidade de rodar sem abastecimento.

SABEM QUANTO CUSTA? 3

Ah! Ouvi falar em veículos autônomos. Vocês também?

VÁ EM PAZ

Impossível esquecer de um adeus mais formal a Ivoncy Ioschpe, criador do Grupo Ioschpe-Maxion, que nos deixou no fim de fevereiro. Criatura da saga dos pioneiros. Conheci Ivoncy Ioschpe em meados dos anos 70 provavelmente no antigo prédio da Fiesp no Viaduto Dona Paulina. Era um jovem empresário do Rio Grande do Sul que começara com negócios envolvendo madeira, e a respeito de quem alguns de seus iguais de São Paulo falavam maravilhas: tinha a vontade e a disposição de ir à frente, e nos olhos a chispa da determinação. "Preste atenção a esse Ivoncy", me disse doutor José Mindlin. Ele era presidente emérito do Conselho de Administração do grupo, afastado da vida executiva desde 1998 e do próprio Conselho de Administração há oito anos.

CHEVROLET ONIX NO LOLLA BR



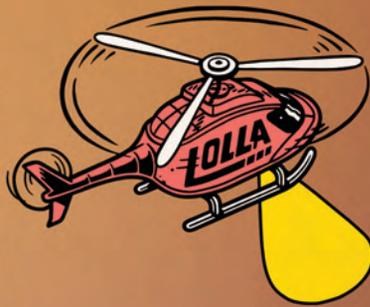
ESSA CONEXÃO VAI
ENTRAR PRA HISTÓRIA.

#ONIXNOlolLaBR



Juntos salvamos vidas.

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



CHEVROLET



Toda força à América Latina

Desde o início deste ano a Robert Bosch América Latina tem um novo presidente: é o argentino Gastón Díaz Perez, de 45 anos. Ele sucedeu a Besaliel Botelho, executivo que ficou os últimos dez, de seus 36 anos de Bosch, neste cargo e que, agora, passou

a membro do Conselho Consultivo regional da empresa.

Os dois têm algo em comum além do cargo: ambos são latino-americanos e fizeram carreira dentro da própria Bosch, com passagens por outras unidades da empresa na Europa, como na matriz alemã.

Em sua primeira entrevista para um órgão de imprensa especializado no setor automotivo como novo presidente, Perez abordou diversos temas como carreira, eletrificação, mercado, semicondutores e muito mais.

Confira a seguir os principais trechos da conversa.

O senhor pode nos contar um pouco da sua história?

Eu sou argentino, nasci em Buenos Aires, me formei em administração de empresas e em contabilidade. Comecei na Bosch Argentina em 2000, em um programa de jovens profissionais. Estou na empresa, portanto, há 21 anos. A maior parte de minha carreira foi no Brasil, mas tenho passagens, claro, além da Argentina, por Espanha e Alemanha. Por aqui trabalhei em Curitiba e em Campinas, como CFO. Voltei depois para a Argentina como responsável pelos negócios no Cone Sul e retornei novamente ao Brasil como vice-presidente.

É uma carreira forte dentro da empresa, situação muito parecida com a de seu antecessor, Besaliel Botelho. A maior diferença é que ele é engenheiro e o senhor é administrador. Isso fará com que seu estilo na liderança seja diferente?

Creio que não, pois chega um momento em que as competências que se desenvolvem ao longo da carreira são as mesmas, deixa-se de ser um especialista. É preciso alcançar uma visão mais ampla, comercial, financeira, de integração, do negócio, da administração... então entendendo que dará no mesmo.

É uma tradição da Bosch alçar à presidência executivos que fazem praticamente a carreira inteira na empresa? Qual a sua visão sobre esta política?

Realmente é comum na Bosch as pessoas fazerem uma carreira longa. Até algum tempo atrás a diretoria era, em sua maioria, formada por profissionais desse perfil, mas de alguns anos para cá aconteceu uma mistura com pessoas do mercado. Acho o panorama atual muito positivo, pois mistura-se o melhor das duas coisas. Há pessoas com uma altíssima identificação com a empresa



“O Brasil tem mais possibilidades de escolher qual será a tecnologia mais conveniente para o objetivo final da descarbonização.”

e há aquelas com uma visão de fora, o que também é necessário para não limitar as possibilidades.

Em 2019 o senhor assumiu a vice-presidência sênior do Grupo Bosch, além da presidência da Robert Bosch na Argentina, e tornou-se integrante do Conselho de Administração. Ali já havia uma sinalização de que o senhor seria o sucessor de Besaliet Botelho?

Não, eu fiquei sabendo durante a pandemia. Naturalmente que esta era uma possibilidade, mas também poderia ser escolhido alguém de fora, como da Alemanha, por exemplo.

O que representa a América Latina dentro do universo global Bosch hoje?

A região é muito relevante dentro do Grupo. É uma das que mais cresce e mais cresceu no último ano. A parte automotiva é ainda mais relevante, lembrando que a Bosch tem muitas unidades de negócios. Fora do automotivo somos os principais players de ferramentas elétricas na América Latina, e no aftermarket. Temos uma participação importante na área de tecnologia industrial e também em sistemas de segurança, como em aeroportos e bancos.

A Bosch tem uma parceria com a Mercedes-Benz em Iracemápolis, na área da pista de testes. Coincidentemente ou não a Mercedes-Benz vendeu a fábrica de automóveis que havia lá para a Great Wall e essa, ao anunciar um investimento de R\$ 10 bilhões para a produção, ali, de

elétricos, citou nominalmente a Bosch como futura parceira. O que o senhor pode nos contar a respeito?

A Bosch fornece para todas as fábricas de automóveis de alta tecnologia, incluindo as novas tecnologias de eletrificação, sejam elas elétrica, híbrida ou de célula de combustível. Estaremos atuantes para participar, junto com nossos clientes, dos diferentes desenvolvimentos que ocorrerão tanto na América Latina como globalmente.

Do seu ponto de vista, então, é possível e plausível que em breve o Brasil fabrique automóveis elétricos?

Entendo que essa é uma tendência global, pois o mercado dos carros elétricos está crescendo cada vez mais. A Great Wall está começando com essa estratégia de se fixar aqui apenas com elétricos, e outras montadoras também já estão trazendo veículos deste tipo. À medida que isso se desenvolva no mercado é lógico que o Brasil será um dos produtores, tanto de elétricos quanto híbridos e outras variações. Temos que pensar, sempre, que o Brasil tem um diferencial muito interessante, que é o etanol. Há muitas coisas a serem definidas quando falamos de tecnologia. O País tem mais possibilidades de escolher qual será a mais conveniente para o objetivo final da descarbonização.

A tendência para os sistemas flex fuel é a de manter o atual patamar ou podem começar a perder espaço?

Estamos crescendo nossa participa-

“Nesse mundo novo nós, latino-americanos, somos muito fortes. Temos uma habilidade adicional, a inovação está no nosso DNA.”

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



Reduza a velocidade, preserve a vida.

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

f    mwm.com.br

MWM

ção nessa área, que já é alta, e nossa previsão para os próximos anos é a de continuar nesse sentido. Conseguimos aumentar o faturamento para além do avanço da indústria porque lançamos produtos com cada vez mais valor agregado, com mais tecnologia.

A Bosch, historicamente, investe muito em desenvolvimento tecnológico. Tanto que é uma das empresas que mais registra patentes no Brasil. Diante dos novos desafios da indústria essa maneira de trabalhar tende a prosseguir?

Não só prosseguiremos como aumentaremos o investimento nessa área. As novas tecnologias, se por um lado podem representar ameaça, por outro são uma grande oportunidade. Acreditamos que essas mudanças farão com que possamos ir muito mais adiante, não só no mercado brasileiro mas, também, globalmente. As transformações tecnológicas, seja nos produtos, na forma com que os produzimos no nosso próprio modelo de negócio, envolvem um fator crucial: o mundo está girando cada vez mais rápido. O que se imagina que se domina completamente hoje torna-se obsoleto muito mais rapidamente. Para nós, latino-americanos, e para o Brasil em particular, é uma grande oportunidade. O mundo, hoje, se reinventa a todo momento e nós entendemos isso e nos adaptamos muito melhor do que os países desenvolvidos. Nós sabemos que as coisas mudam fortemente a cada cinco anos, estamos mais adaptados. Tenho a convicção de que nesse mundo novo somos muito fortes, temos uma habilidade adicional, a inovação está no nosso DNA, na nossa natureza.

De que forma poderíamos aproveitar isso?

O novo mundo está pedindo isso. Temos que ocupar os espaços que já não tem a ver só com o Brasil. Claro que o Brasil é um mercado gigantesco, mas o que o mundo pede, hoje, são soluções

“Se o Mercosul tivesse uma moeda comum e políticas macroeconômicas e fiscais similares, o mercado automotivo teria avançado conjuntamente.”

globais nas quais o nosso espírito, esse que há em nossa região, é muito positivo. Com o etanol, por exemplo, temos oportunidade de fazer muitas coisas. Carro elétrico? Não sei. Mas híbrido a etanol? Não tenho dúvidas. Podemos criar novos modelos de negócios digitais. O agronegócio está na América Latina, temos que ser os principais impulsores da mudança tecnológica que ele precisa. Temos que alimentar mais pessoas com menor área cultivada. Isso se chama produtividade e se consegue com tecnologia mais ecológica, mais sustentável. A Bosch está fortemente focada nisso na América Latina.

Falando mais em América Latina e especialmente no Mercosul: ainda será possível atingirmos aquele velho sonho de fabricar um carro comum para toda a região?

A história do Mercosul é longa, e infelizmente não foi a mesma da União Europeia. Eles conseguiram avançar, integrar muito mais do que nós. É uma dívida que temos. Veja que o próprio acordo automotivo do Mercosul é anterior à

“Nos semicondutores o segundo semestre será melhor do que o primeiro, mas ainda sem uma resolução completa.”



formação do bloco, e independente deste. Temos conseguido de alguma forma um certo equilíbrio do Brasil com a Argentina, mantemos produção nos dois países, são complementares... Aconteceu, também, que os tempos econômicos do Brasil e da Argentina se diferenciaram muito ao longo dos anos, não têm ficado alinhados: quando está bem aqui está mal lá e vice-versa, e isso também dificultou uma integração maior. Ficamos presos nas conjunturas. Um planejamento de longo prazo nos dois países às vezes beira à ficção, e assim ficamos presos no curto prazo e nessa lógica geralmente cada um faz o que é melhor para si. Se tivéssemos avançado para uma moeda comum, políticas macroeconômicas e fiscais similares, creio que não só o mercado automotivo como muitos outros teriam avançado conjuntamente.

Como o ambiente de negócios no Brasil poderia melhorar? O que vemos atualmente é basicamente uma luta pela sobrevivência...

O Brasil, se olharmos macroeconomicamente, tem uma situação invejável com relação a outros da região. Tem suas dificuldades e desafios, sim, mas institucionalmente é forte, as regras do jogo são razoavelmente claras. Na parte fiscal temos uma complexidade enorme, requer-se muito esforço apenas para que as empresas possam cumprir suas obrigações. Aqui há, sim, um espaço para melhorar. O problema não é nem só a carga fiscal, mas sim a complexidade do sistema. É como se fosse um cinturão que nos tira agilidade e potencialidade.

A Bosch produz semicondutores na Alemanha. Em sua opinião quando passará a crise global envolvendo esse componente ?

A situação é complexa. Assim foi no ano passado e continua neste. Acreditamos que o segundo semestre será melhor

“Vejo este ano como de desaceleração, mas dentro de um processo normal, não de uma crise. Somos moderadamente otimistas.”



do que o primeiro, mas ainda sem uma resolução completa. É um problema global, e que não afeta especificamente essa ou aquela empresa ou essa ou aquela região. E também não é só uma questão da indústria automotiva sozinha, pois já começa a afetar também outros setores, como o de eletrodomésticos, por exemplo, e inclusive o de eletrônicos. A pandemia mudou os níveis de demanda de um dia para outro, de forma drástica, e a reacomodação da cadeia de suprimentos não é rápida. Além disso um investimento novo para uma fábrica de semicondutores não se torna realidade em menos de dois anos.

O momento atual da economia brasileira o preocupa? Os números de vendas de veículos do primeiro bimestre foram muito pouco animadores...

Temos que entender o contexto. O que aconteceu foi algo sem precedentes, não estava nos livros. Em termos relativos a baixa que ocorreu no Brasil não foi das piores. Na região houve países que caíram o dobro. A recuperação foi boa aqui. Então, em termos relativos, diria que passamos bem pela crise. Há os efeitos necessários de uma política monetária para atravessar períodos como esse. O Brasil tem muita informalidade, e assim o suporte do governo em várias áreas foi fundamental. Temos um pico de inflação que não é surpreendente, é uma consequência. Quando ela vai a esse nível o Banco Central sobe a taxa de juros, é normal. Isso traz um resfriamento da economia como um todo. Porém é algo temporário, pois alguns índices estão voltando para o que eram antes. Vejo este ano como de desaceleração, mas dentro de um processo normal, não de uma crise. Somos moderadamente otimistas com relação ao período à frente. ■

SEKURIT

GLAZING IN MOTION

EXPERIENCE THE FUTURE OF MOBILITY

MAKE EVERY DRIVE A GREAT EXPERIENCE

Como um parceiro de confiança, há mais de 90 anos criamos sistemas de envidraçamento automotivo que melhoram a experiência, a sustentabilidade e a segurança a bordo.

www.saint-gobain-sekurit.com





Tem e não acabou

Investimentos da indústria automotiva pipocam em todos os segmentos e já superam facilmente a barreira de R\$ 60 bilhões. E vem bem mais por aí.

Mesmo com as já conhecidas e destacadas dificuldades de competitividade, questões fiscais e políticas delicadas, ambiente macroeconômico incerto e, em cima de tudo isso, dois anos de pandemia, a indústria automotiva brasileira, de forma até surpreendente, não tirou o pé dos investimentos.

Ao longo de todo o ano passado e já neste ano pipocaram por praticamente todos os segmentos e áreas do setor – de produção de parte de colheitadeira a venda on-line de carros seminovos, passando por carregadores de carros elétricos e fabricação de pneus – anúncios de aportes, muitos deles vultosos.

E é certo que a lista não vai parar por aqui: já há uma pequena pilha de novos investimentos à beira da revelação, esperando apenas a hora, digamos, certa. A guerra da Ucrânia e suas consequências pode complicar as coisas à frente, mas hoje, pelo menos, as indicações são de que a ação militar russa possa causar, aparentemente, apenas algum atraso.



OS JÁ CONHECIDOS

Na parte dos investimentos já anunciados um dos mais recentes foi o da Iveco, R\$ 1 bilhão até 2025 nas operações da América Latina. 60% serão dedicados ao desenvolvimento de produtos e atualização da linha para o Euro 6, 15% para aprimorar processos industriais, 13% para ampliar a rede de revendedoras e serviços e 12% para elevar a nacionalização de componentes, tanto no Brasil quanto na Argentina.

De acordo com o presidente da Iveco para a América Latina, Márcio Querichelli, os recursos serão próprios: "Nós somos autossustentáveis do ponto de vista financeiro para este investimento. Nós pagamos a conta". O ciclo anterior, de 2016 a 2020, foi de R\$ 650 milhões.

A Iveco, assim, se uniu a Volvo e Great Wall, que também anunciaram investimentos neste 2022. Da Volvo o aporte é de R\$ 1,5 bilhão até 2025 totalmente em sua fábrica de Curitiba, PR, o maior da história da empresa no Brasil, onde se instalou há 42 anos. A maior parte será dedicada à área de caminhões. De acordo com o presidente do Grupo Volvo América Latina, Wilson Lirmann, 85% dos recursos serão injetados em pesquisa e desenvolvimento de produtos e serviços e o restante para promover avanços na digitalização e conectividade e, ainda, ampliação da rede de concessionários. O executivo avisa que o novo investimento terá ainda parcela destinada para atender à finalização da nova fase da legislação de emissões Euro 6.

Já o anúncio da Great Wall foi de impressionantes R\$ 10 bilhões até 2032, valor que virá da matriz na China e será dividido em dois ciclos, sendo o primeiro de R\$ 4,4 bilhões, de 2022 até 2025. A empresa planeja dar à fábrica de Iracemápolis, SP, adquirida da Mercedes-Benz, salto de capacidade das atuais 20 mil unidades/ano para 100 mil unidades/ano. A GWM afirma ainda que ali serão produzidos apenas veículos elétricos e híbridos.

Mais duas montadoras, ainda que não tenham anunciados novos valores, já estão, digamos assim, gastando por conta: Audi e Renault. Ambas revelaram iniciativas produtivas que têm relação com novos investimentos, mesmo que estes não tenham sido ainda confirmados oficialmente.

O caso da Audi é o retorno da produção nacional com os Q3 em São José dos Pinhais, PR, em ritmo inicial calculado em 4 mil unidades/ano. O anúncio do aporte, que fará parte do novo ciclo de investimentos da empresa no País, está apenas esperando a conclusão de uma negociação com governos estadual e federal envolvendo créditos de IPI a que a fabricante tem direito, ainda dos tempos do Inovar-Auto.

Já a Renault acaba de confirmar a chegada da plataforma CMF-B, da Aliança Renault Nissan Mitsubishi, à sua fábrica na mesma São José dos Pinhais. Nela,

Alguns investimentos já anunciados

EMPRESA	VALOR
BMW	R\$ 500 milhões
Bridgestone	R\$ 700 milhões
DAF	R\$ 350 milhões
General Motors	R\$ 10 bilhões
Great Wall	R\$ 10 bilhões
Iveco	R\$ 1 bilhão
Kavak	R\$ 2,5 bilhões
Librelato	R\$ 198 milhões
Mercedes-Benz	R\$ 2,4 bilhões
Sumitomo	R\$ 1 bilhão
Stellantis (FCA)	R\$ 16 bilhões
Stellantis (PSA)	R\$ 220 milhões
Volkswagen	R\$ 7 bilhões
Volvo	R\$ 1,5 bilhão
Volvo Cars	R\$ 10 milhões

que tem condições de servir também como base para modelos eletrificados, será montado inicialmente um novo SUV. A fabricante revelou ainda que ali será produzido, também, um novo motor 1.0 turbo.

Essas iniciativas já integram um novo ciclo de investimento, posterior ao R\$ 1,1 bilhão anunciado há um ano, que permitiu o lançamento de modelos como Captur e Duster com o motor 1.3 turbo flex, os novos Kwid e Master e os elétricos Zoe E-Tech e, mais à frente, o Kwid E-Tech. O ciclo assim será concluído ainda esse semestre e pormenores do novo serão divulgados possivelmente logo a seguir.

Novidades em breve devem surgir também pelos lados da Toyota. Rafael Chang, presidente da empresa no Brasil, adiantou que por aqui a companhia trabalha no planejamento de investimentos para o futuro, uma vez que em 2021 foi concluído o último ciclo, de R\$ 6 bilhões: "Nós acreditamos no mercado brasileiro e nossos planos sempre são desenhados olhando para médio e longo prazo".

No mesmo caminho está a Empresas Randon, que finalizou ciclo de R\$ 1,8 bilhão de 2017 a 2021, sendo R\$ 400 milhões destinados somente à divisão de implementos.

Mais um caso é o da Hyundai, que negocia com a matriz R\$ 350 milhões para fabricar motores em sua unidade de Piracicaba, SP.

CONTA GORDA

Os aportes conhecidos mais recentemente se somam aos R\$ 10 bilhões em investimento até 2025 já anunciado pela General Motors, que bancará, por exemplo, a produção da nova Montana em São Caetano do Sul, SP, a ser lançada ainda este ano, e aos R\$ 7 bilhões da Volkswagen até 2026, este para a região América do Sul, que terá seu primeiro produto lançado em 2023, o Polo Track, modelo de entrada montado sobre a plataforma MQB em Taubaté, SP.

E não se pode esquecer, por exemplo, dos R\$ 500 milhões da BMW em Araquari, SC, e dos R\$ 350 milhões da DAF em Ponta

Grossa, PR. E nem dos R\$ 2,4 bilhões do ciclo 2018 a 2022 da Mercedes-Benz, dos quais R\$ 100 milhões gastos para fazer ônibus elétricos no ABC. Assim, por baixo, somando tudo, estamos falando de mais de R\$ 32 bilhões.

Vale lembrar ainda do atual plano de investimento da antiga FCA, hoje Stellantis, de R\$ 16 bilhões até 2025, e dos R\$ 220 milhões da antiga PSA para Porto Real, RJ.

Só o segmento de máquinas agrícolas e de construção, segundo as contas da Abimaq, aplicará em 2022 R\$ 15,4 bilhões no País: 38% em modernização tecnológica, 34% em ampliação da capacidade, 19% em modernização produtiva e 9% em outras áreas. Em 2021, ainda segundo a associação, foram R\$ 14,5 bilhões.

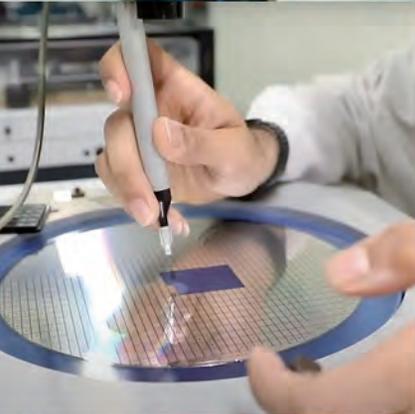
Enquanto isso o Sindipeças avisa que as associadas calculam investir R\$ 2,3 bilhões em suas operações neste ano, alta de 9,5% ante 2021. A conta, agora, engorda para R\$ 65 bilhões.

De fato, por onde quer que se olhe há investimentos anunciados. Implementos rodoviários? Librelato, R\$ 198 milhões. Pneus? R\$ 1 bilhão da Sumitomo, que produz os Dunlop, e R\$ 700 milhões da Bridgestone. Plataformas digitais de compra e venda de seminovos e usados?: R\$ 2,5 bilhões da Kavak. Infraestrutura de carregamento para veículos elétricos?: R\$ 10 milhões da Volvo Cars.

Falando em elétricos e em descarbonização, recente estudo da Anfavea apontou que "considerando todos os aspectos pode-se inferir que o Brasil, com uma política industrial de Estado adequada e bem planejada, poderá promover um novo ciclo de investimentos nos próximos quinze anos superior a R\$ 150 bilhões".

Essa dinheirama toda, naturalmente, indica que pelo menos do ponto de vista do investimento a indústria automotiva claramente não está se furtando a acreditar e aplicar recursos no Brasil.

É óbvio que as empresas esperam retorno sobre o que investem e assim, portanto, restará saber se o mercado e o ambiente de negócios responderão na mesma moeda. ■



Valorizar uns aos outros. Inspirar inovação. Crescer com responsabilidade. Vencer juntos.

Nossos valores expressam a importância de cada um no desenvolvimento da Dana e inspiram o melhor em nós, em um processo de inovação permanente e crescimento responsável e sustentável. Juntos buscamos a excelência e a superação de expectativas para a satisfação de nossos clientes, em um ambiente cada vez mais seguro, colaborativo e inclusivo, baseado no respeito mútuo e na valorização das diferenças.



▶ ASSISTA

DANA.
Força para inovar
e mover o mundo.

@canaldana dana.com.br  /seucanaldana



DARE FORWARD 2030



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS OUSAR O DOBRO

CEO Carlos Tavares revelou o plano Dare Forward, que prevê dobrar as receitas da companhia até 2030

A Stellantis apresentou no começo de março seu primeiro plano estratégico como empresa unificada, pouco mais de um ano após a conclusão da fusão dos negócios da PSA com os da FCA.

Esta união gerou mais de € 3,2 bilhões em sinergias e deverá somar € 5 bilhões até 2024, como calculou o CEO Carlos Tavares durante a divulgação do plano, feita por videoconferência a investidores e jornalistas.

A meta do Dare Forward 2030, ou Ouse Avançar em tradução livre, é simplesmente dobrar as receitas da companhia até 2030, para € 300 bilhões, com uma margem

de dois dígitos durante todo o período.

Para isso, segundo Tavares, a empresa dará preferência a negócios que tendam a ser mais rentáveis do que a simples fabricação e venda de veículos, como serviços de mobilidade e softwares.

Um caminha ao lado do outro: os investimentos em software permitirão o avanço na mobilidade, especialmente em negócios em que a Stellantis enxerga grande potencial de crescimento – como sua divisão de compartilhamento de veículos Free 2 Move, hoje restrita a poucos locais e com receita na casa dos € 40 milhões, mas com planos de atingir € 2,8 bilhões em receitas e mais de 15 milhões de usuários ao fim do Dare Forward.

De toda forma a produção e a fabricação de veículos seguirão sendo as atividades principais da Stellantis, mesmo após sua transformação de montadora em empresa de tecnologia. Pois foram eles, os veículos, as grandes estrelas do plano de negócios, que adiantou algumas novidades – todas elétricas.

Para a Jeep uma nova família de SUVs elétricos debutará no início do ano que vem, seguida pela versão elétrica da picape RAM 1500 no ano seguinte. Os consumidores estadunidenses receberão 25 novidades das marcas RAM, Jeep, Dodge e Chrysler até 2030, cada qual com sua essência – Jeep em SUVs, picapes na RAM, muscle car na Dodge e veículos mais familiares na Chrysler.

Os veículos comerciais elétricos são outro ponto de foco de atenção da companhia, que enxerga, no segmento, a porta de entrada dos autônomos.

A meta da Stellantis é oferecer mais de 75 veículos elétricos em seu portfólio global até 2030, com 5 milhões de unidades vendidas por ano, somadas todas as marcas. As premium e as de luxo, tais como Alfa Romeo, DS, Lancia e Maserati, só terão opções elétricas, e a ideia é quadruplicar o volume de vendas e quintuplicar a lucratividade.

Tavares disse que a Stellantis alcançará a neutralidade em carbono em 2038, oito anos após a conclusão do plano Dare

Forward. Mas, em 2030, sua meta é chegar a 50% de redução das emissões. Uma divisão nova será criada para cuidar do pós-vida de veículos, como remanufatura de peças, reuso de componentes e reciclagem – não somente das baterias, mas de todo o veículo.

Da América do Sul e do Brasil Tavares falou pouco, para não dizer nada. A região integra o plano de alcançar 25% da receita global líquida de fora da Europa Ocidental e América do Norte, mas nenhum pormenor mais aprofundado foi apresentado.

FALA, FILOSA

A missão coube, alguns dias depois, a Antonio Filosa, COO para a região. Segun-





do ele consolidada a liderança da Fiat no mercado brasileiro e com os volumes da Jeep crescendo mês a mês, somados ao resultado financeiro positivo da Stellantis na América do Sul em 2021, as atenções estão, agora, centradas nas outras marcas que serão vetores de crescimento no Brasil e na região, caso de Citroën, Peugeot, RAM e o serviço de locação Flua!. No caso da RAM existe a possibilidade concreta de haver, no médio prazo, um produto com fabricação local.

"Nosso CEO conhece a força e o potencial do agronegócio na região e está muito interessado nesses estudos, que envolvem a possibilidade de produção local. Temos condições de fazer com a RAM, aqui, o que fizemos com a Jeep."

Da Citroën o principal lançamento chegará nos próximos meses, o Novo C3: "O C3 tem potencial para rapidamente saturar a fábrica de Porto Real. E será apenas o primeiro passo da Citroën, que tem um plano robusto de lançamentos".

Filosa diz que a Stellantis promoverá, até 2025, 51 lançamentos na América do Sul, somados novos modelos, reestilizações e híbridos e elétricos. Deste total dezesesseis serão 100% novos, com produção local. A companhia mantém cinco fábricas de veículos por aqui: Betim, MG, Goiana, PE, e Porto Real, RJ, no Brasil, e Córdoba e El Palomar, na Argentina. Qualquer uma

delas é candidata a receber os produtos.

A Flua!, marca da Stellantis para compartilhamento e locação de veículos, é outro ponto de atenção no médio prazo: "Não podemos entrar a 200 quilômetros por hora no negócio porque ainda precisamos adquirir competência neste serviço. Nossos concorrentes, as locadoras, já a têm, mas nós ainda estamos dando os primeiros passos. Para correr precisamos primeiro aprender a andar".

Por enquanto o serviço oferece assinaturas de veículos Fiat e Jeep. Segundo Filosa em breve outras marcas poderão integrar a oferta.

HÍBRIDO FLEX

O executivo ainda garantiu que o Brasil faz parte dos planos globais de eletrificação da Stellantis, mas a solução local deverá ser um pouco diferente: parte dos 1,5 mil engenheiros da companhia baseados no País já trabalham no desenvolvimento da tecnologia de veículo híbrido a etanol, que fará a ponte para os PHEV e BEV.

A ideia é que ela chegue ao mercado antes de 2025, mas Filosa evitou cravar datas e revelar pormenores técnicos: "Ainda não temos o cronograma definido. O ideal seria que não fosse tão longo o prazo, que pudesse vir antes do previsto. Mas em 2025 poderemos começar a propor esta tecnologia ao mercado".

Para Filosa o Brasil precisará ter uma ponte antes da adoção dos puramente elétricos no mercado, pelo seu alto custo e pela falta de capacidade financeira da população para suportá-lo. O etanol, segundo ele, é uma solução competitiva e que não interfere nas legislações de redução de emissões locais e nas metas globais, pois, na chamada medição do poço à roda, é tão eficiente quanto o puramente elétrico.

"Por aqui a eletrificação chegará de cinco a seis anos após os europeus e asiáticos. Na Ásia já é realidade, a Europa é o próximo passo e depois a América do Norte. A América do Sul, Oriente Médio e o Sudeste Asiático receberão depois."

Entretanto, ponderou, o híbrido a eta-

nol é, por enquanto, uma solução caseira, apenas para brasileiros. Há potencial de avançar para outros mercados, como a Índia, mas, na região, não deverá sair do Brasil.

BONS RESULTADOS

No que diz respeito aos resultados do ano passado não há o que reclamar: um em cada três veículos leves emplacados no mercado brasileiro em 2021 foi produzido pela Stellantis. Em seu primeiro ano de operação a companhia foi a líder em vendas no País, com 635,5 mil veículos Citroën, Fiat, Jeep, Peugeot e RAM licenciados, crescimento de 38% na comparação com o ano anterior.

Por aqui a Fiat também liderou o mercado, com 21,7% das vendas e 431 mil veículos emplacados.

Na Argentina a Stellantis fechou o ano com 29% de participação de mercado e 103,3 mil unidades comercializadas. Na América do Sul, em geral, respondeu por 23% do total de veículos vendidos, somando 811,6 mil unidades. Em 2021 deteve 14%.

Mas Filosa acredita que ainda há espaço para crescer: "Podemos avançar mais

no Chile e na Colômbia, por exemplo. São mercados que nos interessam bastante. E claramente marcas como Citroën e Peugeot, que registraram bom desempenho no ano passado, ainda estão aquém de seu potencial, assim como a RAM".

Na América do Sul o lucro operacional ajustado atingiu no ano passado € 882 milhões, com margem de ganhos de 8,3%. Significa que os valores quintuplicaram nesse período, pois, um ano antes, somaram € 156 milhões. A receita líquida disparou 71%, para € 10,7 bilhões.

O executivo lembra que 2022 será o primeiro ano cheio de vendas do Fiat Pulse, SUV produzido em Betim, e que Filosa considera ter potencial para ser o principal Fiat no mercado local, e do Jeep Commander, produzido em Goiana. Há ainda as vendas adicionais da Strada com câmbio CVT: a picape, líder em vendas no Brasil no ano passado, só oferecia transmissão manual.

Filosa acredita que a crise dos semicondutores caminha para uma resolução. A tendência, avalia, é de melhora: "Ainda não estamos fora, mas começamos a sair da crise. Estou otimista". ■



EM VOO SOLO

Agora oficialmente separada da Iveco, CNH Industrial faz planos financeiros e de produtos para seu futuro

Uma companhia com menos marcas, menor complexidade e maior foco. Assim Scott Wine, CEO, define os novos rumos da CNH Industrial, parcela que ficou com os negócios off-road da empresa homônima após a conclusão do processo de separação da Iveco. "Foi bom para as duas companhias."

Mas não é porque se dividiram que ficaram pequenas: a CNH Industrial continua uma gigante de faturamento de US\$ 19,5 bilhões, número de 2021. 76% das receitas vêm da agricultura, 16% da construção e 8% do braço financeiro.

Mais leve, faz planos ousados para os próximos anos: melhorar a rentabilidade da divisão agricultura de 12,3%, para de 14,5% e 15,5%, e da construção de 2,9% para 5,5% a 6,5%.

O faturamento Case e New Holland deverá saltar para US\$ 20 bilhões a 22 bilhões adicionando tecnologias de aumento de produtividade, como a autônoma, e redução de emissões, via elétricos ou combustíveis alternativos.

"A próxima geração de produtos entregará melhor experiência para o usuário, com redução de ruído e melhor tração", explicou a vice-presidente da área, Selin Tur. "Controles e automação serão mais responsivos e intuitivos, com dados disponíveis o tempo todo em todos os lugares."

O CEO Wine garantiu que a América do Sul não tardará a receber essas inovações: não vê motivo para que haja um hiato grande do lançamento de modelos elétricos e autônomos na Europa e América do Norte para a região.

"Temos grandes clientes na América do



Divulgação/CNH

Sul que desejam adotar novas tecnologias".

Um dos exemplos é o trator movido a biometano, lançado na Europa no ano passado e que já está em exposição em algumas feiras agrícolas brasileiras e em testes com alguns clientes.

16% da receita da CNH Industrial foi gerada na América do Sul. A região só é superada por Europa e América do Norte, com 37% cada. Mais de uma vez Wine destacou a importância dos países sul-americanos nos negócios da companhia, ainda que diante de um contexto de instabilidade.

O executivo lembrou da influência política no contexto econômico da região, mas destacou o papel do BNDES em oferecer financiamento que ajude o produtor, especialmente o pequeno, a ter acesso a máquinas e equipamentos. "O agronegócio caminha com as próprias pernas no Brasil e na Argentina. São dois mercados importantes dentro do negócio global." ■

FIAT PULSE



SEGURANÇA
COM O ALERTA
DE SAÍDA
DE PISTA.



PERFORMANCE
COM O MOTOR
TURBO 200 FLEX.



Leo Burnett TM



O SUV QUE PULSA COM VOCÊ ACABA DE FAZER
O NOSSO CORAÇÃO BATER MAIS FORTE.

FIAT PULSE. ELEITO O CARRO DO ANO DE 2022 E O MELHOR MOTOR ATÉ 2.0.



JUNTOS SALVAMOS VIDAS.



MONTE O SEU.

Novidades nos mais vendidos

Modelos mais comercializados de Jeep e Chery, os SUVs Renegade e Tiggo 5X ganham importantes mudanças já na linha 2023

Apenas 8% dos 74 mil Renegade emplacados no ano passado – volume que lhe deu o título de modelo mais vendido da marca – saíram de fábrica dotados de motor movido a diesel. Diante da porcentagem baixa a Stellantis optou pelo óbvio: aposentar esta opção no seu campeão de vendas com a chegada do motor T270 flex para aquele que é, nos últimos anos, o carro da moda do brasileiro.

"A solução foi colocar o 4x4 nas versões flex", justifica Alexandre Aquino, chefe da marca Jeep na América Latina. "Acreditamos ser a decisão acertada para o mercado brasileiro. Não temos planos de retomar o diesel na linha Renegade."





Divulgação/Jeep

A gama ficou dividida em duas versões 4x2 e duas 4x4, todas equipadas com o T270 produzido em Betim, MG. A Sport, de entrada, parte de R\$ 124 mil com câmbio automático de seis marchas e diversos sistemas de auxílio à condução, como freio de emergência, auxiliar de mudança de faixas, sistema de leitura de placas e detector de fadigas. Encerra a linha 4x2 a versão Longitude, por R\$ 139 mil, que tem sistema de carregamento do celular sem fio. Os valores são anteriores à redução do IPI.

A Série S, que debutou no Compass, chega à linha Renegade como opção 4x4. Há ainda a Trailhawk. A Jeep inovou, porém: as duas versões estão alinhadas no catálogo, por R\$ 163,3 mil. Cabe ao consumidor escolher aquela que é mais adaptada ao seu estilo de vida e de direção.

Estes preços estavam garantidos até abril, conta Everton Kurdejak, diretor de operações comerciais da Jeep Brasil: são 11,5 mil unidades produzidas em Goiana, PE, que serão entregues em três lotes no período. Os primeiros começaram a chegar aos consumidores ainda em fevereiro. Clientes pessoa jurídica ganham ainda 8% de desconto: "Garantimos esse preço de

lançamento para estes 11,5 mil veículos".

A oferta, diz a Jeep, se esgotou rapidamente: segundo a empresa 5 mil unidades foram comercializadas em cinco horas, o que equivale a dezessete carros por minuto, e 10 mil em cinco dias: "Se fosse possível emplacar tudo que comercializamos de uma vez ele já seria um dos três carros mais vendidos do País em um mês com apenas metade de um dia de vendas".

O SUV, que é não só o mais vendido da Jeep mas também do Brasil, sai agora de fábrica com novo para-choque frontal, faróis em LED, rodas de liga-leve inéditas em todas as versões e um novo estilo para a iluminação das lanternas traseiras. Por dentro um novo volante e apoio de braço central – e há espaço para porta-copos para que o dono do Renegade possa acomodar o seu Stanley.

A Jeep não divulgou projeções de vendas, que naturalmente preveem superar o volume do ano passado, quando o Renegade respondeu por 11% das vendas de SUVs no Brasil. Já em janeiro a empresa registrou, aqui, seu melhor mês da história, com 11,3 mil emplacamentos, sendo que só de Renegade foram 5 mil.

SUBINDO DE NÍVEL

Pelos lados da Caoa Chery segue o plano de elevar o conteúdo dos modelos, subindo uma prateleira dentro dos próprios segmentos. Denominada de versão Pro chegou agora ao Tiggo 5X, o modelo mais vendido da marca no Brasil.

Como no Tiggo 7 será a única do catálogo, sem opcionais, mas com generoso pacote de itens de série como ar-condicionado digital e automático que pode ser acionado à distância, abertura e fechamento de portas por aproximação, regulagem elétrica do banco do motorista, dois modos de condução, volante com regulagem de altura e profundidade.

O décimo-primeiro lançamento da Caoa Chery no Brasil ficou disponível imediatamente nas concessionárias, sem



Divulgação/Caoa Chery

sistema de pré-venda, por R\$ 155 mil, preço promocional e anterior ao desconto do IPI. A empresa projeta vendas de 1 mil a 1,2 mil unidades por mês.

O SUV recebeu algumas mudanças relevantes, caso do motor 1.5 turbo de 150 cv de potência, que passou por mudanças para atender às novas normas de emissões do Proconve L7. O sistema de injeção foi todo modificado e a turbina também é nova, além de outras atualizações realizadas pela engenharia.

O câmbio também foi trocado e agora

é automático de nove marchas, contra o automático de seis da versão anterior. Sua alavanca também foi substituída e passou a ser tipo joystick: é o único SUV compacto da categoria a oferecer esse item, de acordo com a Caoa Chery.

Externamente o veículo recebeu alterações visuais, como nos faróis, nas luzes de condução diurna em led e na grade dianteira. As rodas aro 18 são novas e, na traseira, a tampa do porta-malas também passou por mudanças, assim como o para-choque.

Produzido na fábrica de Anapólis, GO, o Tiggo 5X Pro também passou por mudanças internas, na lateral das portas e no painel. O kit multimídia é novo e possui tela sensível ao toque de 10,2 polegadas. O quadro de instrumentos é digital e colorido.

Até dezembro a Caoa Chery deverá lançar mais uma nova versão do Tiggo 5X, com motor híbrido. ■



POWERING PROGRESS TOGETHER

Marelli Vehicle Electrification

Tecnologia para gerenciar, controlar e otimizar o fluxo completo de energia térmica e elétrica em veículos elétricos para apoiar a neutralidade de carbono. Nossos parceiros fornecem soluções para aumentar a eficiência e a potência com componentes compactos, mais leves contribuindo a um custo mais reduzido para o sistema.

A visão tecnológica da Marelli é de ser a **escolha da Montadora para Sistemas** em âmbito Global. Aproveitando da **nossa experiência** e contando com um forte **ecossistema de parceiros**, criamos valor real para nossos clientes, fornecendo soluções **totalmente integradas** de iluminação, sensoriamento, eletrônica, interiores e também eletrificação para os veículos de hoje e de amanhã.



Mais um Ford que inaugura segmento?



Picape traz mais novidades ao segmento do que apenas o conforto de um SUV

Importada do México a picape Ford Maverick começou a ser vendida no Brasil em apenas uma configuração, a Lariat FX 4x4, pelo preço de R\$ 240 mil. Trata-se do sexto Ford importado nessa nova fase, o segundo vindo do México e o primeiro a disputar dois promissores segmentos no País: o das picapes intermediárias e o dos SUVs.

Inconscientemente a Maverick também pode cutucar o tradicional cliente de automóveis, digamos, mais tradicional, pois seu nome, não à toa, remete a um clássico cupê dos anos 1970.

Tudo isso está incorporado nesse novo veículo de alguma forma, seja na aparência, de uma picape um pouco maior do que

a Fiat Toro e um pouco menor do que a Ranger, ou na facilidade de acesso e boa distribuição do espaço interno para todos os ocupantes, características muito valorizadas pelos consumidores de SUVs.

As primeiras avaliações dos jornalistas especializados em produto demonstram que a Maverick também é capaz de oferecer conforto e desempenho com seu motor 2.0 GTDI EcoBoost de 253 cv de potência e 38,7 kgfm de torque acoplado a transmissão automática de oito velocidades. Atrás do volante, segundo apresentação da Ford, estamos conduzindo uma picape "com agilidade de um esportivo". O consumo declarado desse conjunto movido a gasolina é de 8,8



Divulgação/Ford

km/l na cidade e de 11,1 km/l na estrada.

Nada nessa nova picape é fruto de um mero acaso: a Ford já ressuscitou outro de seus clássicos, o Bronco, um SUV do segmento premium importado do México – e que, por ser produzido na mesma fábrica, empresta uma série de tecnologias à Maverick.

Em síntese a Maverick é o resultado de uma fusão de experiências bem-sucedidas em outros produtos e segmentos. Talvez por isso mesmo a Ford afirme que está inaugurando um novo segmento, assim como fez com o Ecosport, “para consumidores que desejam uma picape com o conforto de um SUV”.

A capacidade de carga e a versatilidade da caçamba, por exemplo, são atributos que devem ficar em segundo plano quando o consumidor brasileiro sinaliza que pretende utilizar o veículo no dia a dia. Assim como já é comum nos Estados Unidos, segundo a Ford, no Brasil a Maverick passará a mensagem de que suas características de um veículo robusto utilizado essencialmente no trabalho pesado podem ser incorporadas com todo o conforto e tecnologia na rotina do motorista na cidade. Afinal, por aqui, os SUVs topo de linha, com cinco ou sete lugares, tração 4x4 e motorização diesel não se apresentam ao mercado com a mesma proposta?

Mas a caçamba não será uma coadjuvante porque a Ford traz algumas novida-

des, como acessórios que podem configurar o espaço de acordo com a necessidade: carregar bicicletas com a tampa aberta ou equipamentos em caixas exclusivas. Ou ainda dividir o espaço do assoalho, separando os itens que pretende transportar. Sua capacidade volumétrica é de 943 litros.

Não só a caçamba mas a cabine deixará felizes os consumidores que adoram usar o veículo como uma extensão da sua casa, guardando quase de tudo ali. Debaixo dos bancos traseiros, por exemplo, há um compartimento com capacidade de 73 litros.

Em síntese a configuração da Maverick para o mercado brasileiro está cobrando um pouco mais do que os R\$ 200 mil, faixa de preço de modelos com configuração similar, por toda a novidade.

O trabalho feito pela engenharia nacional que restou no País é outro ponto importante na configuração de um produto importado totalmente preparado para as condições e a forma de utilização deste consumidor. A suspensão, por exemplo, tem uma calibração exclusiva para o Brasil, honrando toda a história da Ford e do seu Campo de Provas de Tatuí, SP, nesse e em vários outros aspectos do produto. Geralmente essas preocupações são interpretadas pelos clientes como um fator positivo na sua avaliação de compra.

É o que tem acontecido nos Estados Unidos. Lançada em outubro teve, segundo a Ford, mais de 100 mil reservas. Para completar o sucesso a Maverick foi eleita Picape do Ano na América do Norte.

Assim, com os volumes produtivos comprometidos, a Ford comunicou que mantém os preços dos modelos 2022, que começam em US\$ 20 mil, até a chegada da versão 2023, esperada para o verão no Hemisfério Norte. O foco é na efetivação da entrega desses veículos..

No Brasil a companhia não divulgou a expectativa de vendas tampouco o tamanho do lote importado do México. Mas a expectativa dos executivos durante a coletiva de imprensa online, em fevereiro, é de que mais este novo segmento descoberto pela Ford “tem tudo para ser um sucesso no País”.



30 anos do acordo que mudou a indústria

Como governo, empresas e trabalhadores se uniram na Câmara Setorial Automotiva, em 1992, para salvar a produção brasileira de veículos



Divulgação/GM

O ano era 1992, e a indústria automotiva nacional vivia sua pior fase após uma década de estagnação econômica, volumes decrescentes, baixa produtividade e atraso tecnológico, evidenciado pela abertura em 1990 das importações de carros que competiam com larga vantagem de qualidade e tecnologia diante de carroças, como definiu os produtos feitos no Brasil o então presidente da República.

Estabelecido no País cerca de quarenta anos antes como símbolo do desenvolvimento econômico o setor encontrava-se sufocado em sua própria inércia, estabelecida por anos de protecionismo que fez restar apenas três fabricantes de quatro marcas: Autolatina, com Volkswagen e Ford, Fiat e General Motors, com Chevrolet. Foi quando um improvável acordo tripartite por empresas, trabalhadores e governo salvou a produção e o mercado

nacional de veículos, criando as bases para seu futuro.

"Trata-se de saber se queremos, ou não, uma indústria automobilística no País." Assim Dorothea Werneck, em 25 de março de 1992, abriu os dois dias de trabalhos da Câmara Setorial Automotiva, que desenhou a primeira política industrial direcionada ao setor automotivo desde os anos 50. A então secretária de política econômica do Ministério da Fazenda, mais tarde ministra da Indústria e Comércio, encabeçava a representação do governo no encontro que reuniu em Brasília, DF, sete sindicatos de trabalhadores e treze entidades patronais, incluindo Anfavea e Sindipeças.

A indagação da ex-ministra fazia sentido. A indústria estava presa em círculo vicioso de alto potencial destrutivo de empresas e empregos. O mercado estava limitado por preços muito elevados, inflação fora de controle, falta de financiamento e impostos nos níveis mais altos da história: a participação dos tributos, na época, somando IPI, ICMS e PIS, variava de 34,5% em um carro com motor 1.0 a 44,1% para modelos a gasolina acima de 100 cv.

A produção de 1 milhão de unidades, em 1989, havia declinado para 960 mil em 1991, quando o país desceu da nona para a décima-segunda posição no ranking global de produção de veículos – logo atrás da China, na décima-primeira naquela época. A expectativa de vendas era de apenas 500 mil unidades ao mercado interno em 1992, baixa significativa sobre as 771 mil de 1991. As exportações não passavam de 200 mil nos dois últimos anos.

"Se continuasse nesse ritmo por mais dois ou três anos a indústria provavelmente acabaria. A prioridade era criar mercado para sustentar o setor, pois naquela época carros eram muito caros, inacessíveis à classe média", recorda Leticia Costa, sócia diretora da Prada Assessoria e na época consultora da Booz-Allen&Hamilton, que em 1990 elaborou o estudo Estratégia Setorial para Indústria Automobilística, que serviu de base para as políticas desenhadas na Câmara Setorial.



Dorothea Werneck em 2012

Divulgação/Agência MG

"Os níveis de produção eram insustentáveis. Muitas empresas de autopeças de pequeno porte faliram ou foram vendidas", acrescenta Paulo Butori, conselheiro do Sindipeças e seu presidente a partir de 1994. "Tínhamos o diagnóstico da Booz-Allen e encontramos na Câmara Setorial espaço para apresentar o que precisávamos para poder desenvolver o setor."

Os importados ainda não incomodavam os fabricantes locais, pois havia um imposto proibitivo de 85%, que caiu gradualmente para níveis ainda protecionistas de 60% em 1991 e de 50% em 1992, dando aos estrangeiros a tímida participação de 4,2% do mercado naquele ano.

O PRIMEIRO ACORDO

Após o seminário de dois dias em Brasília o setor conseguiu fechar seu pri-



Divulgação/VW

meiro acordo em 26 de março de 1992, com medidas que valeriam inicialmente por noventa dias e que depois foram renovadas até o ano seguinte. A principal iniciativa foi baixar o preço dos carros em 22%, para criar mercado, por meio de uma até então inédita redução de impostos e margens de lucro.

O IPI foi reduzindo em 6 pontos percentuais – para um modelo 1.0 passou de 20% para 14% – e o ICMS desceu outros 6 pontos, de 18% para 12%. O peso dos tributos sobre os preços, que em 1991 variava de 35,6% a 45%, no ano seguinte caiu para de 17% a 35,3%.

Por seu lado a indústria baixou suas margens em 7,5 pontos, sendo 4,5 dos fabricantes de veículos e 3 dos fornecedores de autopeças. Os distribuidores autorizados também deram sua contribuição, diminuindo a margem de ganho em 2,5 pontos.

As reduções dos preços de caminhões, ônibus, máquinas e implementos foi proporcional à isenção de IPI, redução do ICMS e inclusão no financiamento com juros subsidiados pelo Finame/BNDES.

Os trabalhadores saíram de Brasília com a promessa de estabilidade nos níveis de emprego e correção mensal dos salários pela inflação. A Anfavea estima que houve preservação de pelo menos 20 mil postos de trabalho.

Apesar da turbulência política, com o impeachment de Fernando Collor em setembro e a inflação acima de 1 000% ao ano, 1992 terminou com a produção de pouco mais de 1 milhão de veículos, 12% acima de 1991 e o melhor resultado desde 1980. No mercado interno foram vendidas 740 mil unidades, 3,4% abaixo do ano anterior, mas muito acima da expectativa de 500 mil. E as exportações de 342 mil veículos foram as melhores desde 1987.

“O principal legado do primeiro acordo foi esse: criou mercado e promoveu o renascimento de uma indústria que estava esquecida, mas é estratégica para qualquer país porque traz desenvolvimento econômico, social, industrial e tecnológico”, destaca Costa. “A Câmara Setorial pavimentou o caminho para os acordos seguintes e criou condições para dobrar a produção de veículos no fim daquela década.”

Para Aurélio Santana, diretor executivo da Anfavea, a Câmara Setorial teve o mérito de devolver relevância ao setor: “O governo redescobriu e reconheceu a importância de estimular a indústria automotiva como ferramenta para ativar a economia em todos os seus aspectos, com aquecimento da demanda de uma cadeia de produção e distribuição longa”.

Apesar da substancial redução de impostos houve sensível aumento da arrecada-



Divulgação/Fiat



BOSCH

Tecnologia para a vida

Ouçã agora



PODCAST

Mobilidade e Inovação Bosch

A primeira temporada do podcast já está no ar!

O futuro terá carros voadores?

Carros voadores, mercado da mobilidade, diversidade e acessibilidade. Tudo isso você encontra na primeira temporada do podcast, disponível hoje em todas as plataformas de áudio.



dação, graças à venda de mais unidades. No primeiro semestre de 1992 o setor recolheu US\$ 256 milhões em tributos federais e estaduais, valor que saltou para US\$ 356 milhões na segunda metade do mesmo ano.

O SEGUNDO ACORDO

O êxito do primeiro acordo deu origem ao segundo, selado em 15 de fevereiro de 1993, com nova redução mínima de 5% nos preços por meio de mais cortes de margens e impostos, mas desta vez com fixação de compromissos de investimentos de US\$ 20 bilhões dos fabricantes de veículos e autopeças, criação de 91 mil empregos em toda a cadeia, 4 mil nas montadoras, e objetivos de produção.

O IPI foi cortado em mais 6 pontos percentuais, caindo de 14% para 8% nos

carros 1.0, e o ICMS permaneceu em 12%. Assim o peso dos tributos caiu de 27,1% a 38,4% em 1992 para de 17% a 35,3% no início de 1993. Concordaram em aplicar nova redução de 5 pontos percentuais em suas margens de lucro os fabricantes de veículos, 3 pp seus fornecedores, e os distribuidores, 0,8 pp.

Além de manter a correção mensal dos salários pela inflação os trabalhadores conseguiram o compromisso de aumento real de 20% de 1993 a 1995. Vicente Paulo da Silva, o Vicentinho, na época presidente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, comemorou: "Há muitos anos acumulávamos perdas, mas é a primeira vez que se faz um acordo para recuperar perdas futuras".

A alíquota de importação já estava reduzida a 40%, suficiente para manter os modelos estrangeiros bem comportados, longe dos grandes volumes, fechando 1993 com 7% das vendas no Brasil.

Paulo Butori



Renato Rodrigues

IMPULSO DO CARRO POPULAR

Novo e definitivo impulso foi costurado em paralelo por fabricantes e governo com a criação do programa do carro popular, em maio de 1993, que estabeleceu a quase isenção do IPI, rebaixado a 0,1%, para automóveis equipados com motores de 1 litro ou refrigerados a ar – artifício para incluir no benefício o renascimento do Fusca e que também acabou beneficiando a Kombi, de mesma mecânica.

O programa estimulou de 1993 a 1994 os fabricantes nacionais da época a apresentar nove protocolos envolvendo investimentos, somados, de US\$ 1 bilhão, prometendo lançamento de oito automóveis de até US\$ 7 mil e mais onze comerciais leves de até US\$ 10 mil.

Graças aos preços mais baixos os populares sustentaram por muitos anos a maior parte do crescimento do setor, começando com 27% das vendas no primeiro ano do programa, em 1993, subindo a 40% em 1994 e mais da metade a partir de 1996, mesmo depois de o IPI retornar a 8%, em 1995. O pico da participação nas vendas foi em 2001, com 70% do mercado – ou 920 mil unidades.



Divulgação/DR

Letícia Costa

Também graças aos populares a indústria superou todos os objetivos de produção estipulados pelo segundo acordo automotivo. Já em 1993 foram produzidos quase 1,4 milhão de veículos, volume recorde, passando a quase 1,6 milhão em 1994: o Brasil subiu de décimo-terceiro em 1992 para nono maior fabricante mundial de veículos e a escalada ultrapassou 2 milhões de unidades em 1997.

PLANO REAL

No meio do caminho para fechar o terceiro acordo da Câmara Automotiva houve o Plano Real, em 1994. Embora de importância incontestável para o País a estabilização econômica acabou por esvaziar a política industrial, tornando as importações com câmbio pareado muito mais competitivas do que a produção na-

cional. A ideia era importar produtos para promover competição e segurar os preços, mas a tática levou muitos segmentos industriais ao colapso.

Os aumentos reais de salários foram suspensos diante do novo cenário. O impasse culminou em 25 de agosto de 1994 com manifestação gigantesca de 35 mil metalúrgicos, que fecharam o trânsito na Via Anchieta.

Com demanda acima da capacidade de produção da indústria de veículos e autopeças, faltavam carros nas concessionárias – principalmente os populares, vendidos com ágio. O imposto de importação de automóveis, que já havia caído de 40% para 35% no início de 1994, foi reduzido a 20% em setembro. Com isso os veículos importados chegaram ao fim do ano com participação de quase 24%.

Butori lamenta: "As Câmaras Setoriais criaram o mercado e a escala que faltavam, mas infelizmente não tínhamos capacidade suficiente para aproveitar esse crescimento, que em parte foi perdido para as importações".

O TERCEIRO ACORDO

Foi em clima adverso que empresários, trabalhadores e governo se reuniram, em fevereiro de 1995, para traçar o terceiro acordo da Câmara Setorial Automotiva, já bastante esvaziada no governo FHC, que apostava em políticas horizontais iguais.



Divulgação/Toyota



Divulgação/Renault

Nesse contexto não houve mais espaço para negociar reajustes salariais ou reduções de tributação.

O governo queria a demanda comportada para segurar aumentos de preços e a inflação: em fevereiro o IPI dos carros populares foi reajustado de 0,1% para os atuais 8%, com reduções pontuais e passageiras.

Ao mesmo tempo a alíquota de importação subiu de 20% para 32%, com promessa de ser reduzida gradualmente em 2 pontos por ano até chegar a 20% novamente em 2001 – o que nunca aconteceu.

Restou a fixação de objetivos futuros para desenvolvimento da indústria automotiva brasileira, com investimentos combinados estimados de US\$ 9 bilhões a US\$ 12 bilhões nos seis anos seguintes, para lançamentos de novos produtos e ampliação das fábricas para atingir a meta de produção de 2,5 milhões a 3 milhões até 2000.

Os objetivos de produção, como se sabe, demoraram mais tempo para atingir os níveis pretendidos, até porque a indústria já operava no limite de sua capacidade – os 2,5 milhões foram alcançados em 2005 e quase 3 milhões em 2007. Os in-

vestimentos foram até maiores e passaram de US\$ 20 bilhões até o fim dos anos 90, mas não por causa da Câmara Automotiva.

Ameaçado por milhares de demissões meses depois do terceiro acordo o governo foi convencido de que a indústria automotiva não tinha condições de competir com os importados em paridade cambial e precisava de tempo para investir e se preparar.

Esse tempo foi dado por meio do imposto de importação de veículos, que em março de 1995, um mês depois de ter sido aumentado para 32%, foi elevado para 70%, protegendo novamente a produção nacional quase até o fim da década – a alíquota foi reduzida gradualmente a 65% em 1996, 60% em 1997 e 45% em 1998 até chegar ao nível atual de 35% a partir de 1999.

O mesmo cuidado não foi tomado com a indústria de autopeças. As importações de componentes passaram a pagar alíquota de apenas 2%, contra tarifas que até aquele ano iam de 14% a 18%.

“É verdade que não tínhamos capacidade de fornecer os sistemas mais modernos, e não conseguimos financiamento do BNDES para modernizar o parque. Foi uma política desastrosa, que provocou

o fechamento de mais de quatrocentas pequenas e médias empresas da cadeia, enquanto algumas das grandes nacionais foram vendidas a grupos internacionais por um décimo do que valiam", diz Butori, citando Metal Leve, Cofap e Varga.

"Houve sim desnacionalização do setor de autopeças, mas ninguém foi embora. As empresas continuaram aqui com investimentos de empresas multinacionais, foram modernizadas", pontua Leticia Costa. "O que faltou foi melhorar a produtividade e incentivar a inovação."

O aumento da produção trouxe ganhos de produtividade e qualidade, mas inferiores ao necessário para competir globalmente. Segundo estudo elaborado pela Anfavea a produtividade brasileira era das mais baixas do mundo em 1990: levava-se 48 horas para se produzir um carro, contra 16 horas no Japão e 25 nos Estados Unidos. Em 1993, a cadência produtiva por unidade montada no Brasil caiu para 39 horas.

O NOVO REGIME

Em junho de 1995 o governo lançou o Regime Automotivo, desta vez negociado

por fabricantes de veículos e governo, sem a participação dos trabalhadores.

A nova política industrial privilegiava a produção nacional por meio da concessão de incentivos tributários aos novos investimentos de montadoras, incluindo novas fábricas e produtos das já instaladas no País e de novas entrantes, as chamadas newcomers, o que atraiu investimentos calculados em mais de US\$ 20 bilhões de vários fabricantes mundiais, fazendo a capacidade de produção avançar para além de 3 milhões/ano e multiplicando para mais de uma dezena o número de marcas de veículos produzidos no País.

"O principal legado da Câmara Setorial Automotiva foi o reconhecimento da importância da indústria para o País e a criação de um ambiente que garantiu o crescimento futuro do setor, mas aquela fórmula se esgotou", conclui Santana, da Anfavea. Para ele "faltou incluir já naquela época incentivos à evolução tecnológica, o que só foi feito mais recentemente. É algo fundamental, pois sem isso não vamos longe, perdemos investimentos para outros países." ■



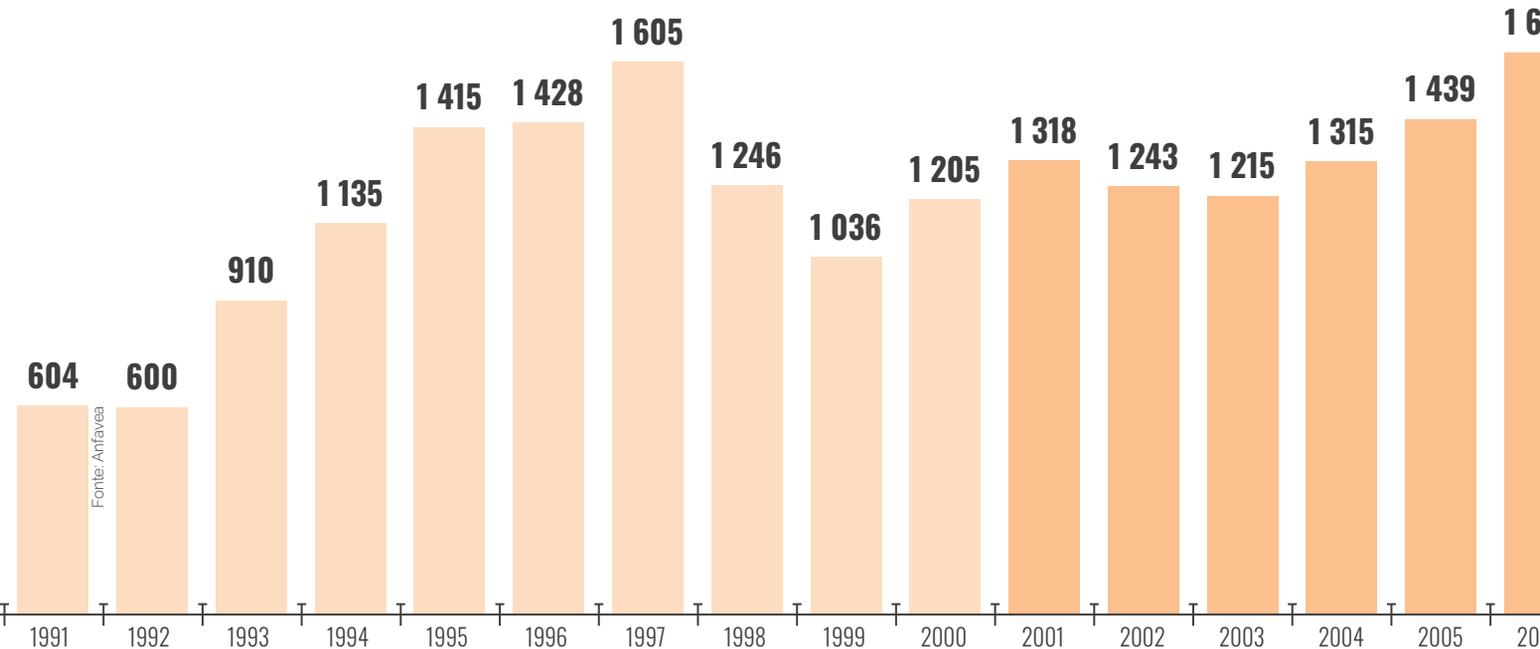
Divulgação/Honda

O TRIPLO EM TRÊS DÉCADAS

Segmento de leves nunca perdeu sua coroa no mercado nacional, mas sofreu transformações brutais nos últimos trinta anos

Automóveis: vendas 1991-2021. Nacionais e importados

Em mil unidades



Fonte: Anfavea

Em trinta anos de história desde sua abertura para o mundo, o mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves mostra evolução constante de produtos, ainda que em meio a uma jornada inconstante que passa por vales e picos de volumes.

No todo, porém, a curva é ascendente e fez triplicar o piso das vendas domésticas no País de menos de 1 milhão de unidades/ano no início dos anos 90 para a casa de 2 milhões nas décadas seguintes, com recorde de 3,6 milhões em 2012.

Políticas de reduções de preços e impostos, incentivos à produção nacional, elevações da renda e do nível emprego, queda de juros e prazos maiores de financiamento são os principais fatores que puxaram o mercado para cima. Do lado contrário mudanças de direção desses mesmos fatores provocaram quedas, mas dentro de nível superior de consumo de veículos leves – maior prova disso foi o desempenho em 2020, quando a pandemia de covid-19 derrubou os emplacamentos aos menores volumes históricos no segundo trimestre e ainda assim as vendas fecharam na casa de 2 milhões de unidades.

Em três décadas o número de fabricantes de automóveis e de comerciais leves com operação industrial no Brasil saltou de cinco para quinze, que hoje produzem

integralmente ou montam aqui com partes importadas cerca de sessenta modelos. Todos também importam carros e ainda há uma dezena de marcas que só vendem importados, puxando o número de modelos disponíveis para mais de uma centena, além de vinte comerciais leves.

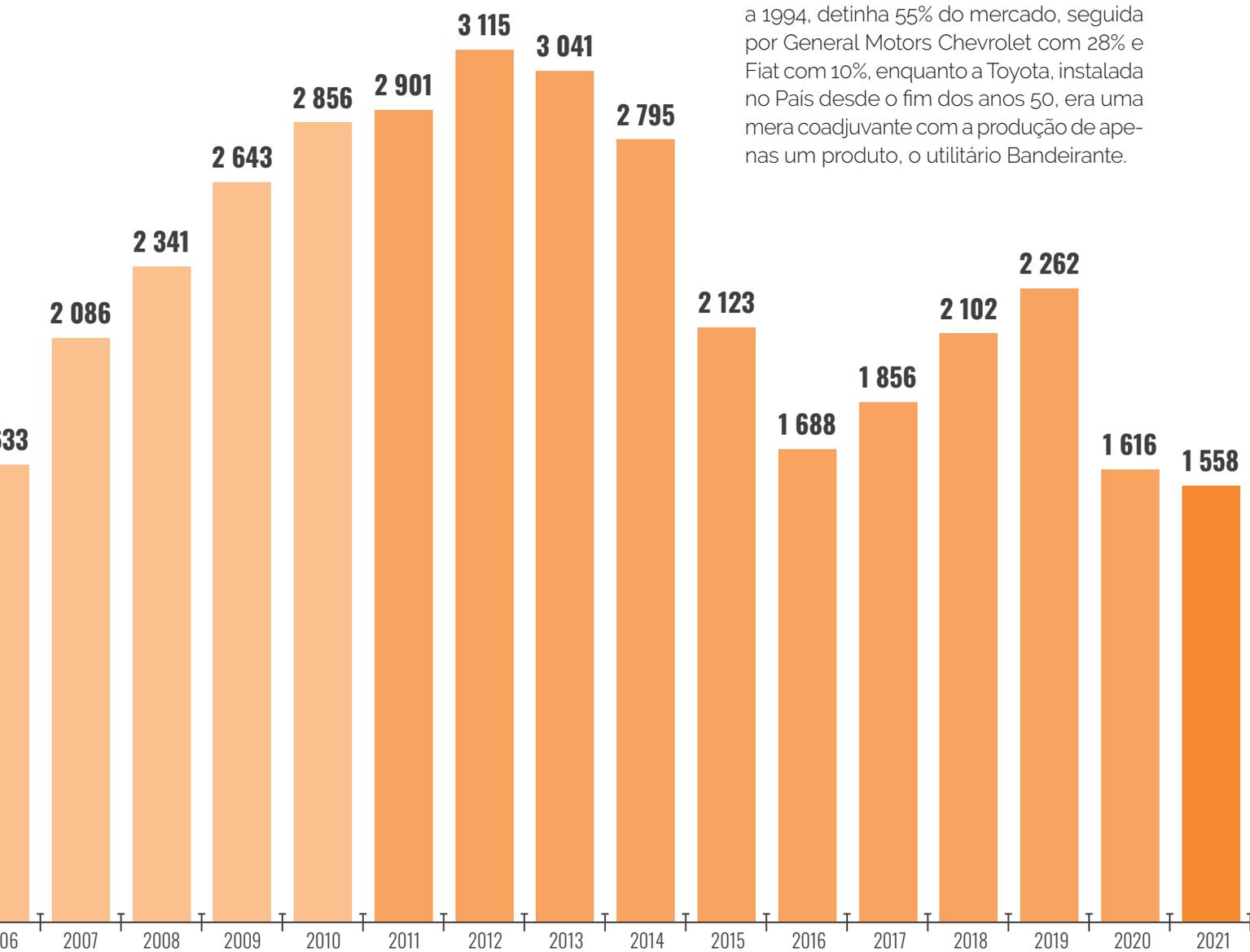
A DÉCADA DA VIRADA

O mercado brasileiro de veículos leves cruzou os anos 80 estagnado, mal passando de 500 mil vendas por ano e nunca superando a marca de 1 milhão. A indústria era protegida da concorrência estrangeira, com a proibição da importação de veículos

adotada desde 1976, que só caiu em 1990. Ainda assim os modelos importados tinham pouca possibilidade de competir com os nacionais em preço diante do imposto de importação de 85% aplicado na época e gradualmente reduzido até 35% em 1994.

Com isso na virada para os anos 90 havia apenas cinco fabricantes de automóveis e comerciais leves no País, sendo que as então quatro grandes dominavam mais de 90% das vendas em um mercado de pouco mais de 700 mil unidades de produtos defasados e altamente taxados: a participação dos impostos domésticos em um carro variava de 34,5% a 45%.

A Autolatina, sociedade de Volkswagen e Ford na América do Sul que durou de 1987 a 1994, detinha 55% do mercado, seguida por General Motors Chevrolet com 28% e Fiat com 10%, enquanto a Toyota, instalada no País desde o fim dos anos 50, era uma mera coadjuvante com a produção de apenas um produto, o utilitário Bandeirante.





Divulgação/Volkswagen

A inércia com viés de retração só começou a ser revertida a partir de 1992, quando foi instalada a Câmara Setorial Automotiva (veja na pág. 36), que com a participação de representantes do governo, da indústria e dos trabalhadores desenhou políticas para promover o crescimento do mercado.

Com redução de impostos e das margens de lucro de fabricantes de veículos, seus fornecedores e distribuidores, houve redução substancial de preços e as vendas entraram em espiral ascendente, superando pela primeira vez na história a casa de 1 milhão de automóveis e comerciais leves em 1993, volume que nunca mais foi inferior a esse nível e seguiu escalando ano a ano até 1997, quando ficou muito perto de cruzar a linha dos 2 milhões.

O programa do Carro Popular, criado em 1993 e que até 1995 zerou o IPI de modelos equipados com motor 1.0 ou refrigerados a ar, deu novo impulso ao mercado nacional, com aumento da demanda e diversos lançamentos de modelos mais baratos, principalmente hatchbacks pequenos.

Os populares escalaram rapidamente a participação nas vendas totais de 26,7% no primeiro ano do programa para 40% em 1994, percentual que continuou a subir mesmo após a volta do IPI a 8% em 1995 e alcançou cerca de 70% na virada para a década seguinte.

MULTIPLICAÇÃO DE FÁBRICAS E MODELOS

A chacoalhada no mercado já estava dada com a entrada de novas marcas e modelos como nunca antes havia acontecido, evidenciando a qualidade inferior e o baixo conteúdo tecnológico dos carros nacionais. Ameaçado de perder um setor com grande peso na economia em 1995 o governo criou o Regime Automotivo, concedendo generosos incentivos fiscais para atrair investimentos do setor, tanto das empresas já instaladas no Brasil como de novas interessadas em entrar.

Deu certo. O Regime Automotivo atraiu investimentos de mais de US\$ 20 bilhões. O número de fabricantes de automóveis e comerciais leves no País saltou de cinco em 1990 para doze no início dos anos 2000, com dez fábricas inauguradas, que se juntaram às sete existentes e fizeram a capacidade nacional saltar de menos de 1,5 milhão para mais de 3 milhões de unidades/ano.

Chrysler, Honda, Land Rover, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Nissan, PSA Peugeot Citroën e Renault foram as chamadas newcomers que investiram em novas linhas de produção no Brasil, inauguradas de 1997 a 2001, enquanto Ford, GM, Toyota e Volkswagen anunciaram novos carros e novas plantas além das já em operação. A Fiat foi a única que não investiu em nova fábrica, mas aplicou recursos que ampliaram significativamente a capacidade de Betim, MG, que superou as 800 mil unidades/ano.

Da metade da década de 90 aos anos 2000 os investimentos mudaram bastante o cenário automotivo do País com a chegada de uma safra completamente nova de modelos nacionais, incluindo hatches e suas versões sedã, perua e picape como Fiat Palio/Siena/Weekend/Strada, Chevrolet Corsa/Corsa Sedã/Corsa Wagon/Montana e Celta, Ford Fiesta/Courier e Ka, a segunda geração dos Volkswagen Gol/Parati/Saveiro e o Golf nacional produzido em São José dos Pinhais, PR, ao lado do Audi A3, Peugeot 206 e Citroën C3, Renault Clio, os estreates monovolumes Renault Scénic e Mercedes-Benz Classe A e os sedãs médios japoneses nacionalizados Honda

Civic e Toyota Corolla, além das picapes médias Chevrolet S10, Mitsubishi L200, Nissan Frontier e a breve Dodge Dakota.

Houve maior segmentação do mercado de automóveis, até 1997 dividido basicamente em modelos duas portas de três volumes, que representavam 14% das vendas, dois volumes hatchback e station wagons de três portas, que somavam 70%, e os utilitários anos depois chamados de SUVs, com 17%. Em 2002, os hatches pequenos de três ou cinco portas, principalmente os modelos populares 1.0, dominavam 66% dos emplacamentos, enquanto sedãs e quatro portas tinham 15%, peruas 4,5% e hatches médios 7,5%.

Algo parecido ocorreu no mercado de comerciais leves, com a profusão de lançamentos de picapes pequenas, derivadas de automóveis, e médias, que passaram a dominar respectivamente 38% e 36% das vendas do segmento a partir de 2002.

REGIME DE ENGORDA

Para além dos incentivos a principal motivação para atração de tantos investimentos era a perspectiva de engorda do mercado brasileiro. O aumento da renda trazido pela estabilização econômica e pela redução da inflação, as facilidades de financiamento e carros populares mais baratos aumentaram a motorização do País, fazendo as vendas de automóveis e comer-

ciais leves chegarem muito próximas de 2 milhões de unidades em 1997.

Contudo a maxidesvalorização cambial de 1998 e a crise econômica que se sucedeu jogaram um balde de água gelada no mercado, que entrou em retração acentuada em 1998 e 1999, começando os anos 2000 em processo de lenta recuperação, com vendas de veículos leves paradas em torno de 1,5 milhão por ano.

A partir de 2003 o crescimento econômico voltou com força e as vendas entraram em nova rampa ascendente, iniciando um longo período de dez anos de prosperidade. Nesse intervalo as vendas de automóveis e comerciais leves passaram de 2 milhões pela primeira vez em 2007, com 2,3 milhões de emplacamentos, e ultrapassaram a então inédita marca de 3 milhões na virada da década, em 2010, para avançar ao recorde histórico de 3,6 milhões de unidades em 2012, repetindo volume parecido em 2013, consolidando o Brasil como quarto maior mercado de veículos do mundo.

Em uma revolução econômica o Brasil iniciou a segunda década do século 21 com aumento de 33% na renda média da população: 40 milhões de pessoas ascenderam à classe média, outros 9 milhões subiram para B e A. Eram todos potenciais compradores de carros, com maior poder de compra e confiança para consumir, atraídos por quedas dos preços médios dos automóveis e pelo alongamento dos prazos de financiamento.

Houve uma feliz combinação de aumento da renda com queda de preços e financiamentos mais baratos e alongados. Segundo levantamento da Bright Consulting o preço médio dos automóveis e comerciais leves caiu de cerca de R\$ 38 mil por unidade em 2003 para R\$ 37 mil em 2012. Os dois principais motivos para isso foram os ganhos de escala com o crescimento da produção e maior concorrência.

A Bright também levantou como o crescimento do mercado está relacionado com a redução do peso do financiamento nos salários. No início dos anos 2000 as vendas somavam 1,5 milhão de veículos leves



Divulgação/Volkswagen

por ano, enquanto a parcela média para a compra de um carro novo comprometia mais da metade da renda média mensal do assalariado brasileiro. Uma década depois a parcela caiu para cerca de um terço do salário e as vendas chegaram a 3,6 milhões de unidades.

ONDA DE INVESTIMENTOS

A meteórica expansão atraiu a cobiça do mundo automotivo, provocando uma espécie de corrida do ouro em importações, construção de novas fábricas, expansão das já existentes e lançamentos de produtos. De 2011 a 2016 foram consolidados investimentos próximos de US\$ 25 bilhões. Cerca de metade dos recursos foi aplicada em dez novas plantas, aumentando de dezessete para 27 o número de linhas de produção de automóveis e comerciais leves no País, de dezesseis fabricantes. Com isso a capacidade avançou para mais de 4,5 milhões de veículos leves por ano.

Fabricantes presentes no Brasil aumentaram sua capacidade de produção para atender à rápida aceleração da demanda.

Já quem só importava e queria continuar a aproveitar o crescimento do mercado foi obrigado a investir em operações industriais no Brasil, para driblar a sobretaxação imposta a veículos importados a partir de 2012.

Com o câmbio próximo de R\$ 1,70 por dólar houve uma nova explosão das importações, que atingiram o recorde de 854 mil unidades em 2011, representando fatia também recorde de 25% do mercado nacional naquele ano, gerando forte efeito negativo na balança comercial brasileira. O governo interveio via decreto que sobretaxava em 30 pontos porcentuais o IPI de veículos importados fora do Mercosul. Ao mesmo tempo foi criado o Inovar-Auto, programa que no período 2012-2017 livrava da sobretaxação fabricantes que decidissem a investir em fábricas no Brasil.

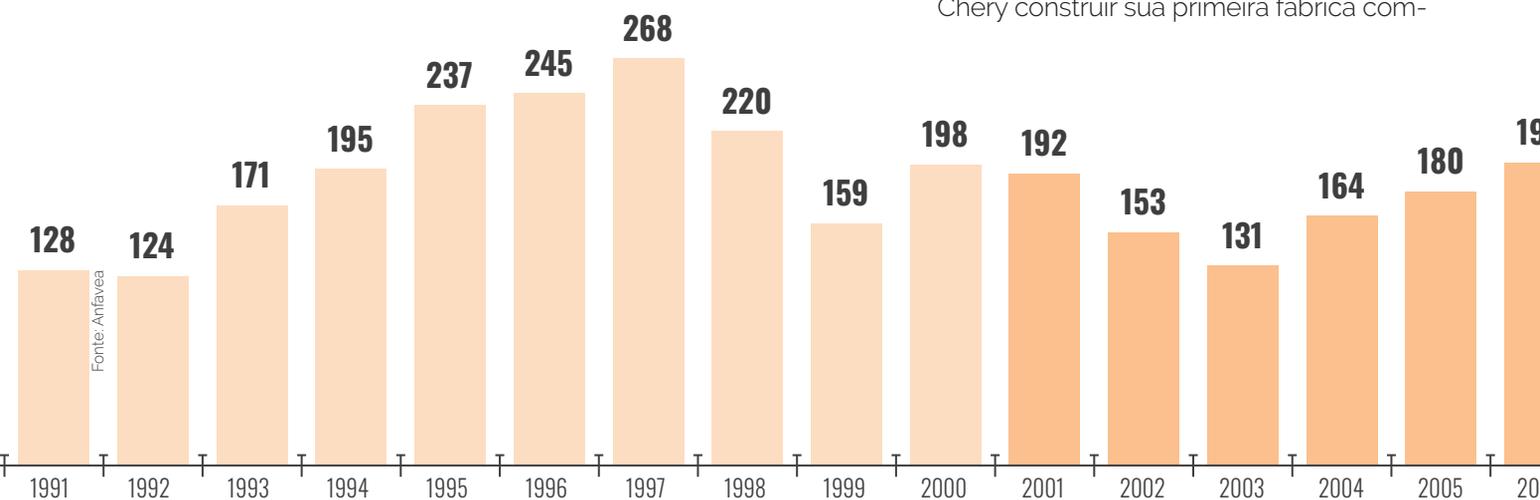
Mesmo antes da sobretaxação e do Inovar-Auto quase todos os fabricantes instalados no Brasil já tinham anunciado planos de expansão com aportes bilionários em ampliação de linhas já existentes e novas fábricas, como foi o caso de Fiat/FCA em Goiana, PE, da Toyota em Sorocaba, SP, e da Nissan em Resende, RJ. A coreana Hyundai, que já tinha produtos montados no País pelo Grupo Caoa em Anápolis, GO, instalou sua própria planta em Piracicaba, SP. Nessa mesma leva, um pouco mais tarde, a Honda anunciou a construção de sua segunda planta no país em Itirapina, SP, que depois de pronta em 2015 ficou fechada e só entrou em atividade em 2019.

O Inovar-Auto foi fator decisivo para a Chery construir sua primeira fábrica com-

Comerciais leves: vendas 1991-2021.

Nacionais e importados

Em mil unidades



Fonte: Anfavea

pleta fora da China, em Jacareí, SP, e para os investimentos em linhas de montagem de marcas premium, como a Audi que voltou a produzir junto com a Volkswagen em São José dos Pinhais, PR, a BMW com planta em Araquari, SC, a Mercedes-Benz que tentou novamente a produção nacional de carros em Itapetininga, SP – fechada no fim de 2020 e comprada pela chinesa Great Wall um ano depois –, e a Land Rover em Itatiaia, RJ.

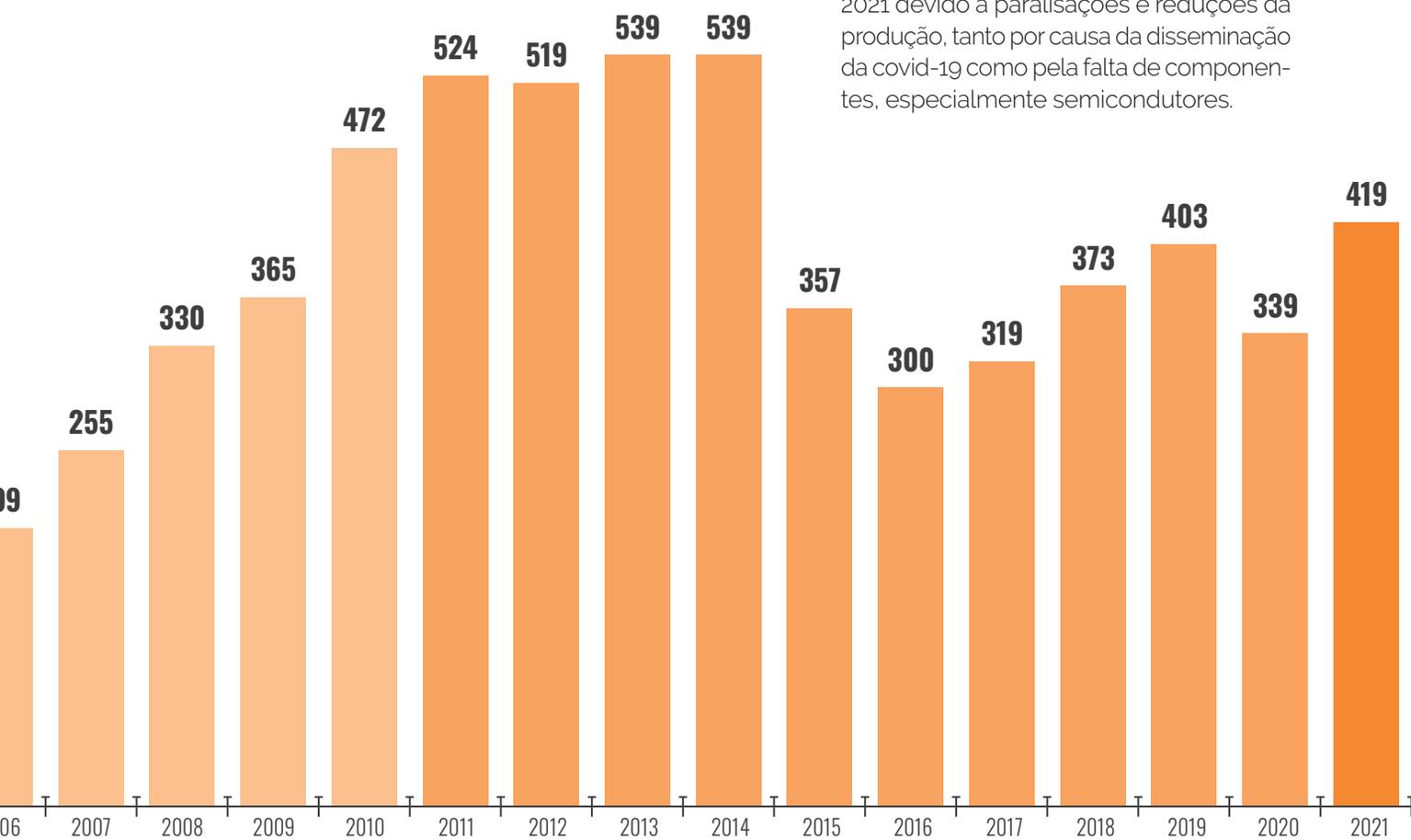
NOVA DERROCADA

O longo período de dez anos de prosperidade começou a acabar em 2014, ano em que o volume de vendas de automóveis e comerciais leves entrou em declínio, até voltar ao piso de 2 milhões de unidades em 2016 – fazendo cair por terra as projeções de que o mercado chegaria a 5 milhões de veículos/ano até 2020, justamente a maior motivação que atraiu os investimentos bilionários dos anos anteriores.

A crise econômica a partir da metade da década passada derrubou o Brasil da quarta para a oitava posição dos maiores mercados de veículos do mundo, gerando ociosidade de 40% a 60% das fábricas e retração ainda mais acentuada das importações, que passaram a representar de 11% a 12% das vendas.

A lenta recuperação iniciada em 2017 coincidiu com a adoção de um novo programa de desenvolvimento para o setor, o Rota 2030, mais focado em incentivar pesquisa, inovação e adoção de sistemas de segurança ativa, além de dar continuidade ao aumento gradual das metas de eficiência energética iniciadas com o Inovar-Auto.

O crescimento foi insuficiente para alcançar os níveis anteriores de vendas, em processo interrompido pela pandemia. O mercado avançou até 2,6 milhões de veículos leves emplacados em 2019, volume parecido com o de dez anos antes e 1 milhão abaixo do recorde de 2012. Depois disso retrocedeu à casa de 2 milhões em 2020 e 2021 devido a paralisações e reduções da produção, tanto por causa da disseminação da covid-19 como pela falta de componentes, especialmente semicondutores.



Para recuperar a rentabilidade em um mercado muito menor as fabricantes passaram a centrar esforços em modelos mais caros, para vender menos por mais. Com isso houve sensível mudança na segmentação dos veículos: os SUVs que começam em R\$ 80 mil e passam dos R\$ 200 mil agora lideram o mercado com 43% das vendas, enquanto os hatchbacks pequenos desceram para 35% e os sedãs para 20%.

Nem os modelos 1.0 são os mesmos de antes: ainda pagam IPI menor, mas os equipados com motores turboalimentados custam até mais caro do que versões 1.6 ou 1.8. A diferença de tributação caiu e a participação dos 1.0 nas vendas desceu junto, para menos de 35% em 2017, para subir novamente a quase 44% em 2021, não por causa dos preços mas empurrada pela multiplicação de opções turbo.

Ao mesmo tempo a legislação impôs a produção de veículos mais eficientes e seguros, com inclusão de tecnologias mais caras, o que nos últimos cinco anos acabou com o Carro Popular.

Nos comerciais leves 86% das vendas são dominadas por picapes pequenas acima dos R\$ 80 mil, que vendem mais do que automóveis, enquanto modelos médios de R\$ 200 mil a R\$ 300 mil ganham cada vez

mais espaço no uso pessoal. Os modelos flex lançados a partir de 2003 reativaram o uso do biocombustível após o quase abandono nos anos 90, e hoje dominam 80% das vendas.

Na maioria das regiões, porém, usa-se mais a gasolina do que o etanol.

REVERSÃO DE EXPECTATIVAS

A sucessão de fatores negativos nos últimos anos reverteu as expectativas otimistas de uma década atrás. A maior parte dos analistas considera que o mercado brasileiro poderá voltar à faixa de 3 milhões de unidades/ano somente em algum momento depois de 2025 – isso se nada der errado.

O piso de vendas atual é três vezes maior do que há trinta anos, mas está muito abaixo do necessário para justificar a capacidade de produção que nesse mesmo período cresceu para quase 5 milhões de veículos/ano.

Com esse desequilíbrio duas fabricantes, Mercedes-Benz e Ford, fecharam suas fábricas e desistiram de produzir no Brasil. Enquanto isso as demais fazem as contas para equilibrar os balanços e buscam novos modelos e tecnologias para ganhar pontos preciosos de mercado. ■

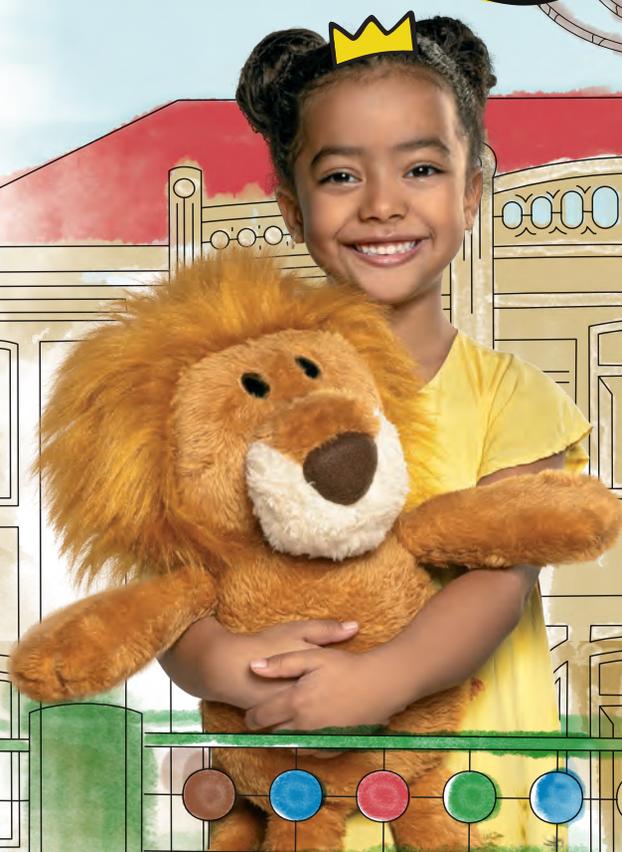


Divulgação/Renault

Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

ATÉ
29 de
abril de
2022

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe



No Brasil, apenas 3,15% do potencial de doação de IR da população foi destinado para instituições filantrópicas em 2020. Isso representa mais de R\$ 8 bilhões que poderiam impactar o cenário da saúde no país.

E você, ao destinar seu Imposto de Renda para os projetos do maior hospital pediátrico do Brasil, pode contribuir para mudar essa realidade, de forma fácil e sem custos. Ajude a transformar a vida de milhares de crianças e adolescentes.

Acesse doepequenoprincipe.org.br e veja como doar, direto na declaração, até **29 de abril de 2022**.

Contamos com você!

[41] 2108-3886 📞 [41] 99962-4461

doepequenoprincipe.org.br



Senhores, façam suas apostas 2022

Perguntamos para os líderes atuais da cadeia automotiva quais as suas apostas para os temas mais diversos da economia, da política e dos negócios

Neste ano em que **AutoData** completa três décadas de cobertura ininterrupta da economia, da política e dos negócios da indústria automotiva nacional, voltaremos às origens para apresentar a opinião dos executivos de alguns segmentos importantes da cadeia automotiva sobre temas comuns a todos nós.

A ideia remete à primeira capa desta revista. Numa época em que a interlocução com executivos e jornalistas era muito mais intensa e valorizada **AutoData** iniciou, de forma pioneira, a publicação das conversas com esses líderes da cadeia automotiva nacional.

Hoje as coisas são bem diferentes. **AutoData** mantém, porém, sua tradição de dialogar com presidentes, diretores e outros executivos da indústria para apresentar ao nosso leitor a informação mais relevante, que contribua para a condução dos seus negócios.

No segundo capítulo desta homenagem à nossa história convidamos duas grandes empresas da cadeia automotiva que trabalham diretamente com e para o agronegócio. AGCO e CNH Industrial gentilmente toparam responder a essas duas questões:

AUTO
DATA
1

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO
1
JUNHO
2022

SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA 2
O ACORDO DE BRÁSIA NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATA NEM COMO MERO "QUEBRA-CAUÇOS". OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUZ SALES GONÇALVES.

PÁGINA 7
A PRESTIGIOSA SOCIETY OF AUTOMOTIVE ENGINEERS PROMOVE A SAE BRASIL '92, CONGRESSO EM QUE ENGENHEIROS E EXECUTIVOS DO SETOR VÃO DEBATER A REALIDADE E OS CAMINHOS DO FUTURO.

PÁGINA 11
A INCONSISTÊNCIA DO MERCADO DE ÔNIBUS PREOCUPA PARTICULARMENTE A INDÚSTRIA, OS DISTRIBUIDORES E OS PROTISTAS, QUE BUSCAM UMA LUZ NO FIM DO TÚNEL.

PÁGINA 14
A TOYOTA ESTÁ PRÓXIMA DE COMEÇAR A PRODUIR OS SEUS MONONOS MADE IN BRAZIL. A PORTA DE ENTRADA É A NOVA POLÍTICA INDUSTRIAL.

ON & OFF

A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER FRANCO DE MATTOS AINDA É LÍDER. O VICE-PREFEITURÁVEL DE CURITIBA, SUCESSORES. O DÓLAR DE 90 CENTES. NOVO COMANDO NA BMW.

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

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

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

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

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

Waldemar Verdi



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

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

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

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

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

SUCESSÃO NA FENABRAVE

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

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



Rodrigo Junqueira,
gerente geral da AGCO



Vilmar Fistarol, presidente
da CNH Industrial AL

Eventos extremos recentes estão mostrando para o campo que as mudanças no meio ambiente podem também alterar a participação do agronegócio no PIB. Como o senhor e sua empresa veem essa situação e quais seriam os impactos em suas atividades?

As mudanças climáticas são um dos desafios mais urgentes do momento, causando impactos sobre os meios de produção e sobre nossa cadeia global de alimentos. Não há dúvidas de que o setor agrícola sofre uma pressão considerável, devido ao clima e à escassez de recursos, ao mesmo tempo em que precisa alimentar uma população mundial de 10 bilhões de pessoas em 2025. A AGCO trabalha para ajudar os agricultores a mitigar os impactos do clima nas lavouras, assegurando a produtividade de forma sustentável. Alcançar mais com menos exige uma mudança para um manejo racional e inteligente de recursos, o que é possível com a adoção de tecnologias, que ajudam a otimizar o uso de insumos, acompanhar dados climáticos e melhorar as operações de campo em tempo real.

É necessário um aumento da capacidade produtiva no Brasil e/ou América do Sul? Quando esse ponto de inflexão pode chegar?

Os agricultores brasileiros são dos que têm mais interesse em tecnologia, inclusive comparado a outros países do mundo, principalmente com relação a desempenho e custo-benefício dos equipamentos. Essa característica é ainda mais marcante com a entrada das novas gerações no campo, que buscam renovar o maquinário com o que há de mais tecnológico para obter maior rentabilidade, redução de consumo de combustível e menor tempo para execução das atividades agrícolas. No momento não vemos necessidade do aumento da capacidade produtiva para atender o crescimento da demanda por máquinas: nossas fábricas são modernas e podem suprir os pedidos dos clientes.

Eventos extremos recentes estão mostrando para o campo que as mudanças no meio ambiente podem também alterar a participação do agronegócio no PIB. Como o senhor e sua empresa veem essa situação e quais seriam os impactos em suas atividades?

Sem dúvida os eventos extremos causam impacto sobre o agronegócio. Apesar deles a previsão ainda é de safra recorde, segundo a Conab, de 268,2 milhões de toneladas, o que tende a manter o PIB positivo. Mas esses eventos pressionam o produtor, que precisará trabalhar duro para compensar as perdas. Ele precisa ainda de estabilidade e disponibilidade dos financiamentos, evitando espasmos derivados da falta de recursos do Plano Safra. Isso é importante também para a indústria, que consegue manter certa estabilidade nos volumes de produção. De toda forma continuaremos ao lado do produtor para atender às suas necessidades, contribuindo com soluções e tecnologias para otimizar a operação e aumentar a sua produtividade, melhorando os resultados do plantio à colheita.

É necessário um aumento da capacidade produtiva no Brasil e/ou América do Sul? Quando esse ponto de inflexão pode chegar?

Os setores de agricultura e de construção de fato se fortaleceram ainda mais na pandemia, o que foi refletido nas vendas. Mas o cenário hoje continua a sofrer impactos de fatores que influenciam a capacidade produtiva. Nossas fábricas operam dentro do limite possível, uma vez que toda a cadeia produtiva ainda sofre com a falta de insumos. Não adianta aumentar a produção se a cadeia não puder acompanhar. Continuamos trabalhando forte para atender a todos os pedidos, entregando o mais rápido possível. Embora essa questão de componentes deva continuar por mais algum tempo a tendência é que ela se normalize, mesmo que de maneira mais lenta do que gostaríamos. ■

Eficiência energética, valor das pessoas e combate a fake news

Em março de 2013 a revista AutoData destacou o Inovar-Auto, o From the Top com Paulo Bellini, da Marcopolo, uma fake news e os diversos investimentos na indústria automotiva

A capa da edição 283, de março de 2013, o vigésimo-primeiro ano de AutoData, não poderia ter sido mais feliz. Eram tempos de otimismo moderado, como descrito na página 6, o editorial que convidava a acompanhar os temas mais interessantes daquele mês. E o decreto 7 819, publicado em 3 de outubro de 2012, abria uma janela de oportunidades e movimentava todos os atores da cadeia automotiva naquele momento porque prometia redução de IPI para os projetos que oferecessem melhor eficiência energética, dentre outros pontos do novo regime conhecido como Inovar-Auto. Acompanhe a matéria na íntegra nas próximas páginas.

Mas não foi só isso. AutoData entrevistou naquele março um dos ícones da indústria automotiva nacional, Paulo Bellini, um dos fundadores e já à época presidente emérito da Marcopolo. O senhor Paulo, naquele momento, estava

entusiasmado com o livro que escrevera e que acabara de lançar. Ele descreveu que uma das maiores alegrias foi contar como as valorosas contribuições das pessoas ajudaram a construir a história de 60 anos da Marcopolo. Veja um pedacinho dessa entrevista a seguir.

Além de reportagens sobre os lançamentos do Chevrolet Prisma e do inédito extrapesado da Ford Caminhões, a edição 283 trazia na seção On&Off, esclarecimento sobre outro Belini, esse com um L, que supostamente estaria deixando a liderança da Fiat-Chrysler. Em 2013 surgiram rumores na imprensa que Cledorvino Belini não seria mais o presidente da empresa na América Latina. Para contrapor a informação, que ainda não era chamada de fake news, falamos com próprio Belini.

Naquela mesma seção ainda houve espaço para demonstrar que, mesmo com o otimismo moderado, muitos investimentos estavam sendo anunciados no País. ■



AUTODATA

Ano 21 | Março 2013 | Edição 283

From the Top

Paulo Bellini

Polo Paranaense

Expansão acelerada

Fórum Setorial

Motores



Eficiência energética

O Inovar-Auto acendeu a luz verde para uma corrida na indústria automotiva pelo desenvolvimento de produtos mais econômicos. A busca é uma grande oportunidade para a engenharia brasileira.

AUTODATA

on

Librelato

Na contramão do mercado interno de implementos rodoviários pesados, que encolheu 12% no ano passado, a Librelato cresceu 15% em 2012 e assumiu a terceira posição no ranking do setor, com 11% de participação na linha pesada. A empresa vendeu 7,9 mil implementos leves e pesados no ano passado.

Dupla

A BMW do Brasil não terá um substituto para Jörg Henning Dornbusch, mas dois. A empresa adotará espécie de cogestão. Haverá um presidente para a operação comercial de importados e outro para administrar a construção e a operação da futura fábrica de Araquari, SC. O recém-chegado alemão Gerard Degen responderá pela fábrica. O responsável pela operação de importados será definido em breve.

Trezentos

Cerca de R\$ 300 milhões é o investimento da Honda no Brasil este ano. De 2012 a 2016 será desembolsado R\$ 1 bilhão para atualização de portfólio, nacionalização de componentes e novo centro de pesquisa e desenvolvimento, já em construção em Sumaré, SP.

SAE

Ricardo Reimer, presidente da Schaeffler para a América do Sul, é o novo presidente da SAE Brasil para 2013-2014. Dentre outros objetivos pretende "desenvolver estudos para aproveitar as oportunidades que o Inovar-Auto gerará".

Karmann-Ghia

Investimentos em novas linhas, contratos recém-conquistados e uma fábrica repleta de obras. Esse é o retrato da Karmann-Ghia no começo de 2013, cinco meses após trocar de dono. O Grupo Brasil, que adquirira a empresa em 2008, vendeu a operação para a holding ILP Industrial em setembro.

Belini fica

Cledorvino Belini não está deixando a presidência da Fiat-Chrysler na América Latina, conforme informou revista nacional de economia. Quem garante é o próprio executivo: "Um dia vou me aposentar, mas não será agora. Vocês terão que me aguentar por um bom tempo ainda". Belini confirmou que Vilmar Fistarol, CEO do Group Purchasing, braço mundial de compras da Fiat Spa, e desde janeiro diretor de compras para Fiat-Chrysler para América Latina, está de volta ao Brasil. "Mas não para ocupar meu lugar na Fiat, como afirmou a revista. Ele comandará a partir daqui as compras do grupo, o que é um honra para nosso País."

Flex de luxo

O Ford Fusion ganhou duas novas versões. A de entrada, bicombustível, teve apoio da engenharia brasileira, que ajudou a desenvolver motor Duratec 2,5 litros flex. A outra é a intermediária, com motor EcoBoost 2 litros e controle simples de tração.



Divulgação/Ford

Marca nova aqui



Divulgação/Volvo

A Volvo aplicará US\$ 500 milhões no mercado brasileiro, aporte que incluirá a produção de caminhões de uma segunda marca do grupo no País. Roger Alm, presidente da Volvo América Latina, afirma que a empresa ainda não decidiu qual divisão será nacionalizada e nem mesmo seu local de produção - Curitiba, PR, onde está a única fábrica da Volvo, está, claro, no páreo. Segundo o executivo não há, também, prazo definido para concretização destes planos: "Estudamos com muito cuidado. São muitos pormenores envolvidos: posicionamento de preço, de marca, produtos, rede, manufatura e o investimento necessário". O Grupo Volvo possui cinco marcas de caminhões: Volvo, Renault Trucks, UD - ex-Nissan Trucks -, Mack e a indiana Eicher. Alm confirmou ainda, mas também sem estabelecer datas, a produção local da nova linha FH.

VCE

A Volvo Construction Equipment transferirá a produção de retroescavadeiras do México para sua unidade de Pederneiras, SP. Aqui serão fabricados dois novos modelos a partir de 2014. Afrânio Chueire, presidente da Volvo CE, destaca que a iniciativa não representa apenas uma simples transferência de local. No México as máquinas eram produzidas em regime CKD: "Construiremos uma nova linha de produção aqui e desenvolveremos fornecedores locais."

Basf

A Basf amplia a capacidade de produção de catalisadores em Indaiatuba, SP. Diz tratar-se de "investimento da ordem de sete dígitos em euros". A fábrica integra a divisão de catalisadores da América Latina, que passou a ser comandada por Jeffrey DeAlmeida no mês passado.

Fonseca

Ivan Fonseca e Silva é o novo presidente da Geely Motors do Brasil, empresa do Grupo Gandini que representa a marca chinesa aqui. Fonseca já presidiu a Ford brasileira e tem passagem pela Aston Martin e Jaguar, via Grupo SHC, de Sérgio Habib.

Butori 2016

Reeleito mais uma vez, Paulo Butori continuará à frente do Sindipeças no triênio 2013-2016. O primeiro mandato de Butori como presidente do Sindipeças começou em 1994. Além de permanecer à frente do sindicato, Butori tem nova missão a partir deste mês: reassume a presidência do Mercoparts, Conselho de Fabricantes de Autopeças do Mercosul. É o terceiro mandato de Butori à frente da organização.

Poços de Caldas

Novo endereço da ThyssenKrupp: Poços de Caldas, MG. Lá, diz o governo estadual, o grupo investirá R\$ 100 milhões em unidade produtiva da divisão Valvetrain, a primeira no País, onde serão produzidos conjuntos integrados de tampa do cabeçote com eixos de comando de válvula.

Sotaque novo

Criada em Joinville em 2001 por vários empresários com apoio da Federação das Indústrias e do governo de Santa Catarina, a TAC Motors transferiu, no fim de 2012, sua linha de montagem para o Ceará. A fabricante do off-road Stark se estabeleceu em Sobral, onde pode produzir 120 unidades/mês.

From the
TOP



Paulo Bellini

Pessoas são fundamentais

Entrevista a **George Guimarães e S Stéfani** . redacaoad@autodata.com.br
Fotos **Simão Salomão**

12
AUTODATA

Março 2013

Um dos fundadores e presidente emérito da Marcopolo acaba

de lançar livro no qual conta a bem-sucedida trajetória da hoje maior fabricante de carrocerias de ônibus do mundo. Presente nos cinco continentes a empresa de Caxias do Sul, RS, aproveitou, no passado, período de incentivo às exportações para crescer e se consolidar nos quatro cantos do globo: "Nós nos acostumamos a lidar com o pessoal externo", reforça Paulo Bellini. "Hoje estamos em posição muito confortável porque somos uma marca mundialmente conhecida".

Mas, como conta Bellini, não foi nada fácil chegar ao atual estágio da empresa. Ele recorda, por exemplo, a empreitada da fabricante na hora da necessidade de aumentar a qualidade e a produtividade da fábrica com a aplicação de novos processos produtivos trazidos do Japão. Uma experiência que, segundo o presidente emérito, seria inviável sem a prática de envolver e motivar as pessoas.

O senhor acaba de lançar Marcopolo, Sua Viagem Começa Aqui, livro que conta a trajetória de mais de 60 anos da empresa. Que lições a publicação pode oferecer ao empresariado?

O que imaginamos antes de qualquer coisa foi pensar nas pessoas. Na verdade acho que não estou apto para dar conselho, nem fazer declarações de como fazer ou o que fazer. O que motivou o livro foi a necessidade de registrar um reconhecimento às pessoas que ajudaram a construir a empresa, mesmo porque quando começamos também não conhecíamos nada do negócio, as coisas foram acontecendo. O objetivo do livro era contar a história humana da Marcopolo. Não interessava a produção, o lucro: o importante é dizer como funciona a parte humana.

Issos significa, então, que várias dessas pessoas que ajudaram a construir a Marcopolo foram entrevistadas para esse livro? Não se trata de um depoimento só seu, então.

Além das histórias que conheço e conto há depoimentos de 93 pessoas, inclusive do senhor Ratan Tata, CEO do grupo indiano Tata, que mandou uma mensagem muito bonita.

O que o senhor destacaria de mais importante em toda a trajetória da Marcopolo?

Considero que tenha sido o fim de 1986, quando começamos a dar uma virada muito forte na nossa administração. Fiz uma viagem ao Japão com o nosso então diretor industrial, o Gomes [Valter Gomes Pinto, diretor estatutário], e o que vimos era



1997
INÍCIO DAS
OPERAÇÕES

1998

Eficiência
Energética

Desafio na mesa

Reduzir o consumo de combustível para atingir metas estabelecidas pelo governo no Inovar-Auto é tema complexo, que movimenta toda a cadeia automotiva

Texto **Vinicius Romero** - vinicius@autodata.com.br

Atingir os índices de aumento da eficiência energética dos automóveis é um dos principais desafios que o novo regime automotivo brasileiro, o Inovar-Auto, traz para os fabricantes de veículos. E é um desafio e tanto porque envolverá muito estudo, análises de custo-benefício, escolha de tecnologias em cada produto e mudanças na hora de tomar decisões.

O texto do decreto 7 819, publicado em 3 de outubro de 2012, conceitua a eficiência energética como "níveis de autonomia expressos em quilômetros rodados por cada litro de combustível – km/l – ou níveis de consumo energético expressos em megajoules por cada quilômetro rodado – MJ/km". As empresas que conseguirem os melhores índices de aprimoramento terão descontos de IPI graduais.

Funciona assim: a partir do momento em que uma fabricante se habilita ao novo regime, automaticamente se compromete a melhorar o consumo em 13,6% ou em 12% em eficiência energética. A medição ocorrerá em 2017 com base na média do ano anterior comparada à de 2012. Aquela que não atingir esta melhoria deverá pagar multa em valores ainda a serem definidos pelo governo.

As fabricantes que até 1º de outubro de 2016 apresentarem ganho de 15,4% em eficiência energética terão direito a desconto extra de 1 ponto percentual válido para o período 2017-2020. E aquelas que melhorarem em 18,8% sua eficiência energética obterão benefício ainda maior, de 2 pontos extras do IPI também para o período posterior ao regime.

Desconto máximo. Duas conclusões são tiradas dessa história. A primeira é a tendência de as fabricantes buscarem melhorar a eficiência energética de seus veículos pelo menos em 18,8% para obter o desconto máximo de IPI e serem mais competitivas no mercado. A segunda envolve a engenharia, que passa a ter papel mais decisivo desde a concepção do projeto do produto, como afirma Francisco Satkunas, conselheiro da SAE:



Muitos veículos já têm motor de alumínio, como é o caso do Ford Fusion

"Antes o projeto era guiado pelo marketing, que analisava o que havia no mercado e decidia qual seria o objetivo do produto. Agora é preciso pensar em todas as soluções técnicas, levando em conta o custo-benefício. A meta não é mais só impressionar o mercado, mas sim atingir determinada exigência de consumo e fazer um carro que seja vendável".

Boa parte das oportunidades para a evolução da eficiência energética é conhecida por já serem aplicadas pelas matrizes das companhias nos mercados europeu e estadunidense.

Contudo, a aplicação no Brasil ainda é alvo de intensos estudos tanto técnicos, pela peculiaridade do País usar tecnologia bicombustível, quanto financeiros, para obter o melhor retorno em cada produto.

Serão decisões estratégicas, na opinião de Claudio Demaria, diretor de engenharia de produto da Fiat para América Latina:

"Hoje não podemos apontar nenhuma solução única e viável. Trata-se de combinar estas soluções na melhor relação custo-benefício e na forma mais adequada para cada veículo".

Uma delas é a aerodinâmica. Demaria afirma que "precisamos ir além, utilizando novos sistemas de cálculo aerodinâmico". A opinião é endossada por Satkunas: "Veremos muitos estudos para melhorar a capacidade do carro de furar o ar. Algumas soluções

Dados da Abal indicam que o Brasil utiliza hoje cerca de 85 kg de alumínio no carro, enquanto os Estados Unidos usam 155 kg e a Europa perto de 160 kg

para isso são desenvolvimento de carros mais baixos, com design em formato de gota, e utilização de superfícies lisas".

José Loureiro, gerente executivo de engenharia da Volkswagen, cita como exemplos de aplicações para ganhos aerodinâmicos o uso de "grades mais fechadas que mudam o fluxo de ar, defletores nas caixas de roda traseira e dianteira e spoiler na traseira, que dependendo da aplicação dá para fazer direto na chapa do carro".

Outra solução é melhorar a resistência ao rolamento por meio do uso de pneus produzidos com borracha sintética de alto desempenho, os chamados pneus verdes.

A Lanxess, fabricante de produtos químicos, afirma que a utilização de pneus com borracha de alto desempenho reduz de 5% a 7% o consumo de combustível nos veículos.

Marcelo Lacerda, CEO da empresa, chama atenção também para a redução de emissão de CO₂: "Aproximadamente 24% das emissões são diretamente relacionadas ao pneu e sua resistência ao rolamento. Se você pegar todos os pneus do mundo e transformar em verde você teria uma economia de 20 bilhões de litros de combustível".

Reduzir a massa dos veículos também é um dos principais focos das empresas. Muitas soluções nesse sentido envolvem o uso de aços mais leves, mas de alta resistência, e materiais alternativos ao aço, como o alumínio. Adjarma Azevedo, presidente da Associação Brasileira do Alumínio, a Abal, afirma que o potencial de utilização do material no Brasil é amplo:

"Usamos hoje cerca de 85 kg de alumínio no carro, enquanto os Estados Unidos usam 155 kg e a Europa cerca de 160 kg".

Peso reduzido. O coordenador do comitê de transportes da mesma associação, Ayrton Filleti, relata que a "redução de peso com a utilização de alumínio é de 40% a 50% e a capacidade de absorção de impacto é o dobro". Ele elenca ainda possíveis aplicações do metal no automóvel:

"Bloco de motor, para-choque, elementos de porta, tampa do porta-malas. Os trocadores de calor e os cabeçotes hoje no mercado brasileiro já são 100% de alumínio. Outra aplicação é o capô. Nos Estados Unidos, por exemplo, 30% dos veículos já utilizam capô de alumínio".

Também os plásticos de engenharia contribuem para a redução de peso do veículo. Na opinião de Andrea Serturini, vice-presidente de plásticos de engenharia da DSM, sempre há possibilidade de substituir peças de metal: "Muitas partes do motor podem utilizar plásticos. É possível, por exemplo, minimizar a parede do coletor de ar e diminuir mais da metade do peso comparado ao metal. Outras partes do carro também podem usar plástico, como pedais, alguns elementos dos assentos, componentes na



©Stockphoto.com/MikhailMishchenko

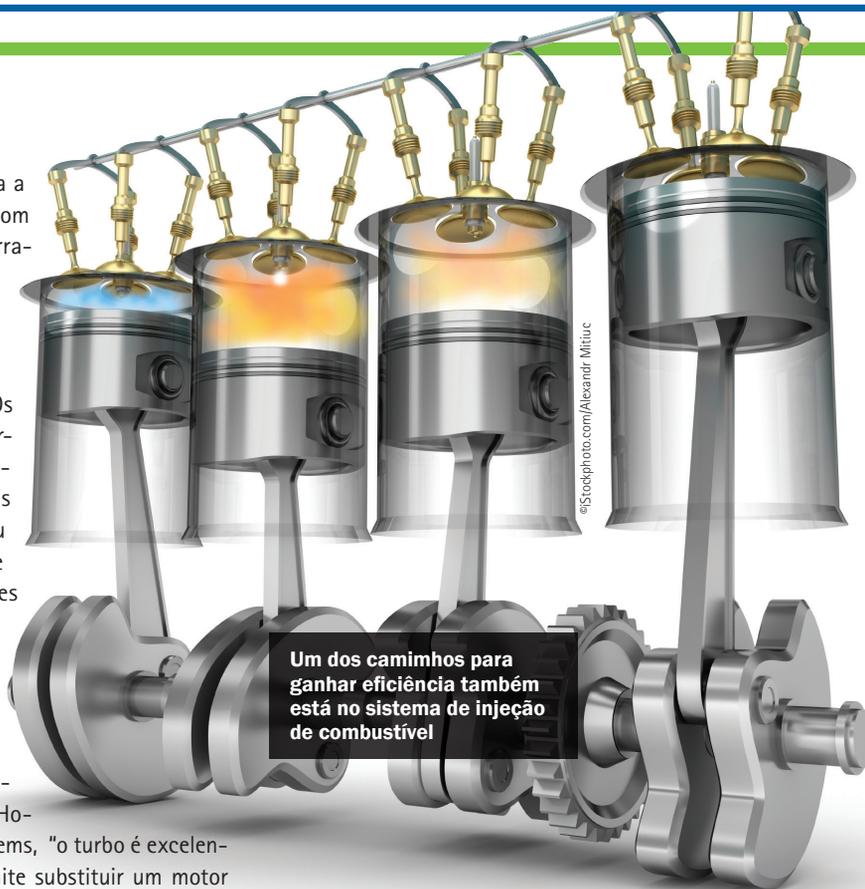
parte do baú onde se coloca a roda, soluções de mantas com plástico para proteger a irradiação do calor do motor para dentro do veículo e carcaça para os air bags".

Trem de força. Os motores abrem vasto universo de possibilidades para melhorias. Uma das principais diz respeito à redução de seu tamanho, o downsizing. E se o uso de turbocompressores "antigamente era coisa de boy", como diz Francisco Satkunas, da SAE, hoje é uma "solução das mais inteligentes".

De acordo com José Rubens Vicari, diretor geral da Honeywell Transportation Systems, "o turbo é excelente solução porque ele permite substituir um motor grande aspirado por um menor turbinado, com menor consumo de combustível. Esse motor pode gerar um ganho de 10% em eficiência energética."

O desafio hoje, segundo Vicari, é o desenvolvimento para motores bicombustíveis: "A tecnologia flex impõe condições diferentes, pois o turbo precisa ser robusto o bastante para trabalhar tanto com etanol quanto gasolina. A temperatura dos gases, por exemplo, é diferente com cada combustível, mas o turbo tem que estar preparado para ambos".

O motor é um dos componentes do veículo que permite vasto campo para melhorias, principalmente no que diz respeito ao chamado downsizing



Um dos caminhos para ganhar eficiência também está no sistema de injeção de combustível

Ele prevê que em cinco anos 30% da frota brasileira comercializada serão equipados com o componente.

Satkunas cita outras possibilidades no motor além do já citado bloco de alumínio, como injeção direta – segundo ele aplicado nos melhores motores do mundo, mas no Brasil ainda não é oferecido em grande escala –, redução de atrito com uso de materiais e novos lubrificantes, sistema start-stop e kers, tecnologia que acumula a energia durante a frenagem e a reutiliza para gerar potência.

E como lembra José Loureiro, da Volkswagen, "junto ao motor está a transmissão, onde é possível alongar as relações de marcha para fazer com que ele trabalhe com rotações mais baixas".

As soluções estão aí. E muitas outras podem surgir, pois "teremos oportunidade de explorar e desenvolver junto aos fornecedores novas tecnologias com o tempo justo de desenvolvimento", como reforça Claudio Demaria.

Mas um dado é fato: o momento é de intenso estudo, dos simuladores às bancadas de teste. ■

30 mil BMW Série 3 nacionais



Divulgação/BMW

A BMW atingiu a marca de 30 mil unidades do Série 3 produzidas no Brasil, em Araquari, SC. Foi o primeiro modelo BMW a ser produzido aqui, em 2014, e depois ganhou a companhia dos SUVs X1, X3 e X4. A sétima geração do Série 3 é produzida no Brasil nas versões 320i GP, 320i Sport GP e 320i M Sport, com sete opções de cores. No ano passado somou 5,4 mil vendas.

50 mil Citroën C4 Cactus

O SUV Citroën C4 Cactus ultrapassou a marca das 50 mil unidades vendidas desde o seu lançamento, em 2018. Em janeiro foram emplacadas 2,3 mil unidades, representando 92% das vendas da marca no mês. Com o bom desempenho do C4 Cactus, e de seus veículos comerciais, a Citroën somou 2,5 mil vendas no mês passado, conquistando 2,1% do mercado, sua melhor participação mensal desde março de 2014.

Stellantis em compromissos LGBTQI+

A Stellantis passou a integrar o Fórum de Empresas e Direitos LGBTQI+. Como signatária comprometeu-se a orientar suas práticas, publicamente, seguindo os dez compromissos dos direitos LGBTQI+, que preveem ambiente mais justo, igualitário e respeitoso. O presidente da Stellantis, Antonio Filosa, afirmou que o objetivo é "garantir que as pessoas que fazem parte da nossa equipe sejam acolhidas e respeitadas em suas características singulares e que todos tenham igualdade de oportunidades de desenvolvimento e crescimento".

Metas Goodyear para emissões

A Goodyear divulgou suas metas para a redução de gases de efeito estufa até 2030 e 2050. A curto prazo a intenção é diminuir em 46% as emissões classificadas em escopo 1 e 2 e em 28% as de escopo 3. E até 2050, a meta é zerar em sua cadeia de valor as emissões líquidas de gases de efeito estufa, GEE, iniciativa alinhada com a SBTi, Science Based Targets.

Vibra investe em eletromobilidade

A partir do investimento de R\$ 5 milhões na startup Easy Volt a Vibra deu seu primeiro passo rumo à eletromobilidade. A EZVolt, como é chamada, opera no mercado de recarga de veículos elétricos em modelo de negócio conhecido como charge as a service, que oferece a recarga. O pagamento é feito por meio de aplicativo da empresa. O aporte realizado pela Vibra pode ser convertido, futuramente, em participação societária na startup. A EZVolt atende a frotas corporativas e a veículos de passeio e possui centro de operações próprio.

80 mil M-B Accelo

Desde que chegou ao mercado brasileiro, há dezenove anos, e até o fim de 2021 o caminhão Accelo contabilizou a venda de 80 mil 920 unidades. A versão mais emplacada foi o Accelo 815, conhecido como Mercedinho, lançado ainda em 2003, 30 mil 579 unidades. Na sequência vem o Accelo 1016, apresentado em 2011, com 28 mil 154 unidades.



Divulgação/MB

Wings cresce acima de 200%

A Wings, empresa nacional especializada em tecnologia automotiva, registrou crescimento acima de 200% em todas as áreas de negócios em que atua em 2021, o que resultou em uma receita três vezes maior do que a de 2020. Atualmente a Wings fornece sistemas de infotainment para a indústria automotiva e tecnologias de conectividade para o mercado, com foco maior em locadoras e frotistas. Para 2022 a expectativa é repetir a rota de crescimento com o lançamento de novos produtos e participação em outros segmentos de negócios.

.Schaeffler cria streaming com funcionários

Para ampliar a conscientização de seus funcionários quanto à redução e eliminação de desperdícios a Schaeffler criou websérie para seus funcionários, inspirada no modelo de streaming da Netflix e batizada de Moveflix. A fim de tornar a integração mais efetiva colaboradores de diversas áreas são os protagonistas da websérie, oferecida no aplicativo da empresa, na rede de intranet corporativa e também nas TVs dos restaurantes.

M-B Argentina na Adefa

Desde janeiro a Adefa, Associação de Fabricantes de Veículos Automotores da Argentina, que no Brasil corresponde à Anfavea, conta com mais uma integrante: incorporou a Mercedes-Benz Caminhões e Ônibus e, dessa forma, contabiliza treze associadas. A mudança se deve ao fato de a Daimler ter passado a operar sob duas estruturas corporativas separadas.

Marcopolo inicia produção do G8 no México

A Marcopolo México é a segunda operação da empresa a produzir a G8, sua nova geração de ônibus rodoviários. A primeira unidade mexicana foi entregue, no fim de janeiro, para a V&A Travels International, que recebeu o modelo Paradiso G8 1350, de acordo com comunicado divulgado pela empresa.

Volvo C40 100% elétrico no Brasil

Mais um modelo Volvo Cars foi apresentado aos brasileiros. Trata-se do 100% elétrico C40, que ficará um degrau acima do XC40. A expectativa é comercializar 1 mil unidades até o final do ano. É equipado com dois motores elétricos que, juntos, entregam potência total de 408 cv. Seu conjunto de baterias possui 78 kWh, com autonomia de 444 quilômetros com uma carga.



Divulgação/Volvo

Quinhentos autônomos Caterpillar

A Caterpillar alcançou a marca de quinhentos caminhões autônomos em operação em todo o mundo. A fabricante, que investe há mais de duas décadas nesse tipo de tecnologia, produziu seus primeiros protótipos de veículos sem operadores para a mineração de 1994 a 1995, quando os modelos Cat 777C transportaram mais de 5 mil cargas de produção por 4,2 quilômetros em pedreira de calcário no Texas, Estados Unidos.

VW: dívida de R\$ 500 mi atrelada a ESG.

A Volkswagen realizou operação de dívida de R\$ 500 milhões por meio de notas de crédito à exportação que atrelam a oferta de recursos ao cumprimento de metas relacionadas à agenda ESG. Em iniciativa pioneira a contrapartida é elevar a presença de mulheres a até um quarto do efetivo da operação brasileira em cargos de liderança, reduzir em pelo menos 12% as emissões de combustível fóssil nas unidades produtivas e chegar a 20% de uso de biometano para abastecer suas operações.

Nissan avança 19% na América do Sul

A Nissan deu, no ano passado, mais um passo rumo ao seu nada modesto objetivo de ser uma das marcas automotivas Top 3 na América do Sul: suas vendas avançaram 19% no continente. Os resultados foram positivos nas quatro subsidiárias que a companhia mantém na região: 26% de alta na Argentina – onde a participação de mercado chegou a 6,7%, sua maior da história naquele país –, enquanto no Brasil as vendas subiram 6,4%, no Chile 36% e no Peru 78,6%.

VW Caminhões exporta eDelivery

A Colômbia será o primeiro destino de exportação do Volkswagen e-Delivery, caminhão elétrico produzido pela VW Caminhões e Ônibus. Segundo a companhia o modelo será importado, ainda este ano, pela Porsche Colômbia, após potenciais clientes locais conhecerem os benefícios do caminhão elétrico. A companhia já iniciou, junto ao governo colombiano, processo para atuar no segmento de veículos utilitários ecológicos.



Divulgação/VW Caminhões e Ônibus

Daimler agora é Mercedes-Benz Group

A Daimler AG, a partir de agora, será chamada de Mercedes-Benz Group AG, para os negócios de carros e vans. Após a separação das empresas e a entrada da Daimler Truck no mercado de ações em dezembro, decidiu-se pela renomeação. A mudança traz a alteração no símbolo da empresa na bolsa de valores, de DAI para MBG.

lochpe-Maxion investe US\$ 5,5 mi na Ventures

A lochpe-Maxion anunciou aporte de US\$ 5,5 milhões na Autotech Ventures, empresa de venture capital dos Estados Unidos. Os recursos buscam estimular o desenvolvimento de startups e de pesquisas no setor automotivo focados em eletrificação, veículos autônomos e compartilhados, conectividade e digitalização. Segundo o presidente e CEO da lochpe-Maxion, Marcos de Oliveira, o objetivo "é ter acesso a soluções que ajudem aos clientes, sejam montadoras ou novos players do ramo, a construir mobilidade urbana mais sustentável".

Cummins compra Meritor

A Cummins e a Meritor anunciaram no final de fevereiro acordo para que a fabricante de motores adquira a sistemista, que é especializada em drivetrain para veículos comerciais e setores industriais. O valor do negócio gira em torno de US\$ 3,7 bilhões. A Meritor é líder em tecnologias de eixo e freios e sua integração com a Cummins criará uma companhia capaz de oferecer soluções integradas de powetrain, tanto em sistemas de combustão como nos elétricos. A perspectiva é concluir o negócio até o fim do ano fiscal.

Toyota exportará para os Estados Unidos

A fábrica da Toyota em Porto Feliz, SP, iniciará em setembro a exportação de motores para os Estados Unidos. Em um primeiro momento a unidade do Interior paulista fornecerá 45,6 mil motores 2.0 por ano para a operação da América do Norte. As exportações dos motores elevarão a produção da planta de Porto Feliz de 13 mil para 17 mil unidades por mês. A iniciativa demandará a contratação de 150 profissionais, o que elevará o efetivo da unidade para 540 empregados.

Bosch compra Atlatec

A Bosch anunciou a aquisição da Atlatec, da Alemanha, para avançar ao nível 3 e 4 de direção autônoma. É fornecedora de mapas digitais de alta resolução.



Divulgação/VW

VOLKSWAGEN: CORTEZZE

Priscilla Cortezze assume em maio a chefia de comunicação corporativa do Grupo Volkswagen, integrando as atividades globais de comunicação externa da companhia. Ela responderá a Nicole Mommsen, chefe de comunicação global do Grupo VW, e ficará baseada em Wolfsburg, Alemanha. Ela é a primeira profissional brasileira a desempenhar papel de liderança global na área de comunicação do Grupo VW. Terá como uma de suas funções o aconselhamento dos integrantes do board nas atividades de comunicação estratégica e desenvolverá mensagens para a mídia internacional. A executiva chegou à VW em 2018 como diretora de assuntos corporativos e relações com a imprensa na região SAM, da qual tornou-se integrante do comitê executivo. Desde 2021 ampliou suas funções ao assumir a chefia de sustentabilidade da VW do Brasil. Jornalista, trabalhou na imprensa especializada automotiva e ocupou posições de liderança em relações públicas em empresas como Microsoft e Citibank.



Divulgação/Portal Brasil

SIMEA: GANDINI

A coordenadora geral de implementação e fiscalização de regimes automotivos da Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação, do Ministério da Economia, Margaret Gandini, foi nomeada presidente de honra da vigésima-nona edição do Simea, Simpósio Internacional da Engenharia Automotiva, organizado pela AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva. O Simea está agendado para 18 e 19 de agosto no Center Norte Centro de Convenções, em São Paulo. Seu trabalho no governo junto ao setor automotivo, que inclui participação ativa no desenvolvimento e aplicações de programas como o Inovar Auto e o Rota 2030, credenciaram Gandini à nomeação pela diretoria executiva da AEA e pela comissão organizadora.



Divulgação/Sumitomo

SUMITOMO: KAMOHARA

O Grupo Sumitomo Rubber do Brasil, detentor das marcas Dunlop, Falken e Sumitomo, anunciou Hisaya Kamohara como sucessor de Yoshinori Wakitani na presidência da empresa no Brasil. Kamohara estará à frente da aplicação do investimento de R\$ 1 bilhão, anunciado no ano passado. O executivo está na companhia há sete anos e seu último cargo no Brasil foi diretor administrativo e planejamento corporativo. Já Wakitani retornou às operações da empresa no Japão.



Divulgação/Great Wall Motors

GREAT WALL: LEITE

A Great Wall Motors ampliou sua equipe comercial com a nomeação de André Leite para o cargo de chefe da marca Haval no Brasil. A ele caberá planejar e executar o lançamento da linha de SUVs híbridos. O executivo passou por diversas funções em marketing, comunicação e produto. Na Ford foi gerente de SUVs e um dos responsáveis pelo planejamento estratégico de produto para a América do Sul. Ele se reportará ao COO Oswaldo Ramos. A Haval será uma das três marcas com as quais a GWM trabalhará no mercado nacional. As outras serão a Poer, de picapes, e a Tank, especializada em SUVs off-road de luxo. Todas oferecerão modelos eletrificados.



Divulgação/CNH Industrial

CNH INDUSTRIAL: REIS

A CNH Industrial anunciou Roque Reis como o responsável por toda a operação ligada à construção na América Latina. O executivo era vice-presidente da Case Construction antes de assumir o novo cargo. Ele se reportará ao presidente da CNH Industrial para a América Latina, Vilmar Fistarol. Para sucedê-lo na Case a empresa escolheu Carlos França, que já assumiu a posição, enquanto Paula Araújo segue como vice-presidente da New Holland Construction.

“Odeio dizer, mas precisamos aumentar a produção de petróleo e gás imediatamente. Fatos extraordinários pedem medidas extraordinárias.”

Elon Musk, no Twitter, sobre consequências da guerra da Ucrânia

“Obviamente isso pode afetar de forma negativa a Tesla, mas as soluções de energia sustentável simplesmente não conseguem reagir instantaneamente de forma a compensar as exportações russas de petróleo e gás.”

Elon Musk, também no Twitter, a respeito do mesmo tema

“Acreditamos que, com a diminuição do IPI promovida pelo governo, o mercado de veículos poderá ser favorecido, principalmente para aquelas empresas que mantiverem os preços dos produtos inalterados, conforme tabela do início de fevereiro, e também aplicarem a redução da alíquota do IPI.”

José Maurício Andreta Júnior, presidente da Fenabrave

“Por aqui a eletrificação chegará de cinco a seis anos após os europeus e asiáticos. Na Ásia já é realidade, a Europa é o próximo passo e depois a América do Norte.”

Antonio Filosa, COO para América Latina da Stellantis

“Não estou muito otimista quanto ao futuro da Nissan.”

Carlos Ghosn, no início de março

800

unidades é a projeção de vendas de modelos BMW 100% elétricos no Brasil neste ano

45 000

motores Toyota 2.0 L serão exportados de Porto Feliz, SP, para os Estados Unidos em 2022

11 000

veículos Ferrari foram vendidos no mundo em 2021, alta de 22% ante 2020 e de 10% ante 2019

139

dólares foi o valor que o barril de petróleo Brent atingiu na segunda-feira, 7 de março, o mais alto em 14 anos

QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



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

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

© Samuel Hauenstein Swan

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

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



Prêmio Nobel da Paz 1999

AUTO DATA

Os patrocinadores desta edição

Nova Geração Delivery Express +
Seu parceiro nas entregas.

MERCADO 24H

Novo Motor / + Segurança / + Conforto

Caminhões Onibus

CHEVROLET ONIX NO Lolla BR
ESSA CONEXÃO VAI ENTRAR PRA HISTÓRIA.

#ONIXNOlollaBR

Juntos salvamos vidas.

CHEVROLET

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

MWM Geradores, de 10 a 2.200 kW, em 50 e 60 Hz.
MWM Motores, Velocidade, Serviço de Energia, Agrícola, Industrial, Construção e Marinha.
Peças de Reposição MWM, Câmbio de Pêra, Corrente, Óleo e Manteiga Pêra.

MWM

SEKURIT
EXPERIENCE THE FUTURE OF MOBILITY

MAKING THE MOTION

MAKE EVERY DRIVE A GREAT EXPERIENCE

Como um parceiro de confiança, há mais de 60 anos criamos sistemas de empolgamento automotivos que melhoram a experiência e sustentabilidade e a segurança a bordo.

www.saint-gobain-sekurit.com

SAINT-GOBAIN

Valorizar uns aos outros. Inspirar inovação. Crescer com responsabilidade. Vencer juntos.

Nossos valores expressam a importância de cada um no desenvolvimento da Dana e inspiram o melhor em nós, em um processo de inovação sustentável e comprometimento responsável e sustentável. Juntos buscamos a excelência e a superação de expectativas para o satisfação do nosso cliente, em um ambiente cada vez mais seguro, colaborativo e inclusivo, baseado no respeito mútuo e na valorização das diferenças.

DANA
Para saber mais e receber o manual.

DANA

FIAT PULSE

NOVA LINHA COM O ASSISTENTE DE TRAFEGO DE PULSA

PREMIADO COM O MELHOR SUV DO BRASIL

O SUV QUE PULSA COM VOCE ACABA DE FAZER O NOSSO CORAÇÃO BATER MAIS FORTE.

FIAT PULSE, ELITO O CARRO DO ANO 2022 E MELHOR MOTOR ATÉ 2.0

JUNTOS SALVAMOS VIDAS.

MONTE BIA

MARELLI

POWERING PROGRESS TOGETHER

A missão tecnológica da Marelli é dar o melhor da inovação para Sistemas em todo o mundo, com foco em soluções inteligentes e inovadoras para um futuro sustentável e seguro. Com mais de 100 anos de experiência, a Marelli é líder em tecnologia para a indústria automotiva, com produtos e serviços que melhoram a eficiência, a segurança e a sustentabilidade. A Marelli é uma empresa global, com plantas e escritórios em mais de 100 países, e uma forte presença em mercados-chave como América Latina, América do Sul, Europa, África e Ásia. A Marelli é uma empresa comprometida com a sustentabilidade e a inovação, e está sempre trabalhando para melhorar a qualidade e a eficiência dos seus produtos e serviços.

BOSCH

Mobilidade e Inovação Bosch

A primeira temporada do podcast já está no ar!

O futuro terá carros voadores? Carros voadores, mercado da mobilidade, diversidade e acessibilidade. Tudo isso você encontra na primeira temporada do podcast, disponível hoje em todas as plataformas de áudio.

Ouça agora

Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe

Até 29 de abril de 2022

No Brasil, apenas 3,1% do potencial de doação de IR da população foi aproveitado para instituições filantrópicas em 2021. Isso representa mais de R\$ 8 bilhões que poderiam impactar o mundo da saúde no país.

E você, ao declarar seu Imposto de Renda para os propósitos do maior hospital pediátrico do Brasil, pode contribuir para a maior causa realista, de forma fácil e sem custos. Ajude e transforme a vida de milhares de crianças e adolescentes.

Accião de Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe

Continuamos com você!

(41) 2108-3000 | (41) 9908-4861

pequeno PRINCÍPE