

AUTODATA



From the Top
Guy Rodriguez,
Nissan América do Sul

USADOS EM NOVA FASE

Mercado esfria com renda em baixa e crédito caro

COMPRAS AUTOMOTIVAS

Fabricantes focam em maior nacionalização

MWM APOSTA NO BIOGÁS

Fabricante de motores cria solução completa

CÉREBROS AUTOMOTIVOS

Empresas se unem para desenvolver carros autônomos

PEUGEOT GANHA COM STELLANTIS

Marca dobra participação com sinergias do grupo

AUTOPEÇAS EM 30 ANOS

A evolução do setor que corre atrás de escala e tecnologia



O BERÇO E SVAZIA

ABC Paulista perde empresas e luta para manter relevância na indústria automotiva



Surpreenda-se com os novos extrapesados Volkswagen.



NOVOS GIG

Acesse nosso QR code
ou www.vwco.com.br
e saiba mais.



 Volkswagen Caminhões e Ônibus
 Volkswagen Caminhões e Ônibus
 @vwcaminhoes



100%
Conectado



ANTES VW



Caminhões
Ônibus

**MERCADO
USADOS PERDEM FORÇA****24**

Falta de carros zero-quilômetro aumentou procura por usados e gerou distorções nos preços, mas vendas começam a esfriar

**EVENTO
COMPRAS AUTOMOTIVAS****30**

No seminário promovido por AutoData executivos reforçaram a necessidade urgente de aumentar a nacionalização de componentes no País

**NACIONALIZAÇÃO
GREAT WALL TEM PLANO****34**

Montadora chinesa que vai começar a produzir no Brasil em 2023 mostra planejamento para nacionalizar mais de 50% dos componentes

**BIOENERGIA
MWM APOSTA NO BIOGÁS****40**

Fabricante de motores oferece solução completa para instalar biodigestores em fazendas, gerar energia e converter caminhões diesel para o gás

**ABC AUTOMOTIVO
O ÊXODO DO BERÇO****44**

Região onde a indústria automotiva nasceu no País perde empresas, renda e história, mas ainda conserva atrativos para o setor

**ESTRATÉGIA
PEUGEOT VOLTA A CRESCER****52**

Marca aproveita sigergias no Grupo Stellantis, lança produtos combinados com a Fiat e dobra sua participação de mercado no Brasil

56**ELETRIFICAÇÃO
TOYOTA EXIBE PROPOSTAS**

Fabricante traz ao País todas as suas opções de eletrificação, híbridos plug-in, elétrico e célula de hidrogênio, para testar quais podem dar certo

60**TECNOLOGIA
CÉREBROS ELETRÔNICOS**

Fabricantes de veículos e seus fornecedores unem forças com novas empresas para desenhar a inteligência artificial dos veículos autônomos

64**ESPECIAL AUTODATA 30 ANOS
A INDÚSTRIA DE AUTOPEÇAS**

Fabricantes de componentes no País evoluíram nos últimos anos, mas ainda ficam atrás em escala de produção e desenvolvimento de tecnologia

72**PRÊMIOS
TOYOTA E AGCO**

Dois fabricantes premiaram os seus melhores fornecedores pelo desempenho em 2021 com a promessa de aumentar as compras em 2022

74**FAÇAM SUAS APOSTAS 2022
ETANOL OU ELÉTRICOS**

Marina Willish, da GM, e Pablo Di Si, da Volkswagen, falam sobre as estratégias de descarbonização de suas empresas no Brasil

76**MEMÓRIA
O NÓ NÃO DESATADO**

Na edição de junho de 2001, AutoData reportou que racionamento de energia e desvalorização do real impediram o crescimento da indústria

AUTODATA
Empresarial**84 RESFRIAR**

No ano de seu 25º aniversário, empresa gaúcha fabricante de climatizadores de ar recebe prêmio de qualidade da DAF por sua alta eficiência como fornecedora.

8**LENTES**

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

12**FROM THE TOP**

Guy Rodriguez, presidente da Nissan América do Sul, explica como a marca vai crescer na região.

86**GENTE & NEGÓCIOS**

Notícias da indústria automotiva e movimentações de executivos pela cobertura da Agência AutoData.

92**FIM DE PAPO**

Frases e números mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidos a dedo pela nossa redação.

Nada a comemorar

Por Pedro Kutney, editor

No mês que, desde 1972, abriga o Dia Mundial do Meio Ambiente, em 5 de junho, o Brasil não tem nada a comemorar. O País está se firmando como pária ambiental do planeta, com ações do Executivo e Legislativo que autorizam e promovem a destruição por meio de legislação – ou o afrouxamento dela – combinada com o desmantelamento de órgãos de fiscalização e controle como Ibama e ICMBio. Se bem equipados e financiados, os dois institutos talvez pudessem ter mudado essa percepção global e contido a devastação na Amazônia brasileira que, somente em abril, registrou mais um recorde macabro: 1 mil quilômetros quadrados de desmatamento, segundo medições dos satélites do INPE.

O discurso "somos o País mais ambientalmente preservado do mundo" – uma mentira deslavada – esconde as intenções dos que trabalham firme em pautas antiambientais com grande potencial destrutivo. São projetos de lei em tramitação no Congresso que inviabilizam a demarcação de terras indígenas ao mesmo tempo em que autorizam o garimpo nelas – como se já não bastasse a destruição por garimpeiros [ainda] ilegais de 2,4 mil hectares dessas áreas registrada só em 2021.

O pacote de maldades é grande: no Senado "boiadinhas" legislativas em tramitação querem permitir o uso de venenos agrotóxicos já banidos em outros países ou pretendem parcelar multas do Ibama e anistiar desmatadores, só para citar algumas iniciativas que podem virar leis ainda este ano.

Enquanto tudo isso acontece, empresas do setor automotivo patrocinam agendas de governança socioambiental, ESG, e desnecessárias bajulações a ministros deste governo empenhado com a destruição socioambiental do País. Faz sentido?



AUTODATA

Direção Geral Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Hairton Ponciano Voz, Soraia Abreu Pedrozo, Wilson Toume **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Ari Paleta (foto) **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas 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

NOVO CHEVROLET EQUINOX. CONFIANÇA É O INÍCIO PARA TODA JORNADA.



3 ANOS
DE GARANTIA

#CONFIANÇA A BORDO

A bordo do Novo Chevrolet Equinox você tem tudo que precisa para descobrir novos caminhos: mais performance para superar obstáculos com um motor turbo de 172 cv, tração integral AWD, conectividade em qualquer destino com Wi-Fi nativo*, projeção sem fio, Spotify e Alexa integrados. E, como em toda jornada, a segurança deve fazer parte da bagagem. Por isso conte com a tecnologia de frenagem automática de emergência e muito mais. Minimizar os riscos, escolher a companhia certa e analisar cada detalhe da jornada é o que separa um planejador de um simples aventureiro. Novo Chevrolet Equinox. Bem-vindo a bordo.

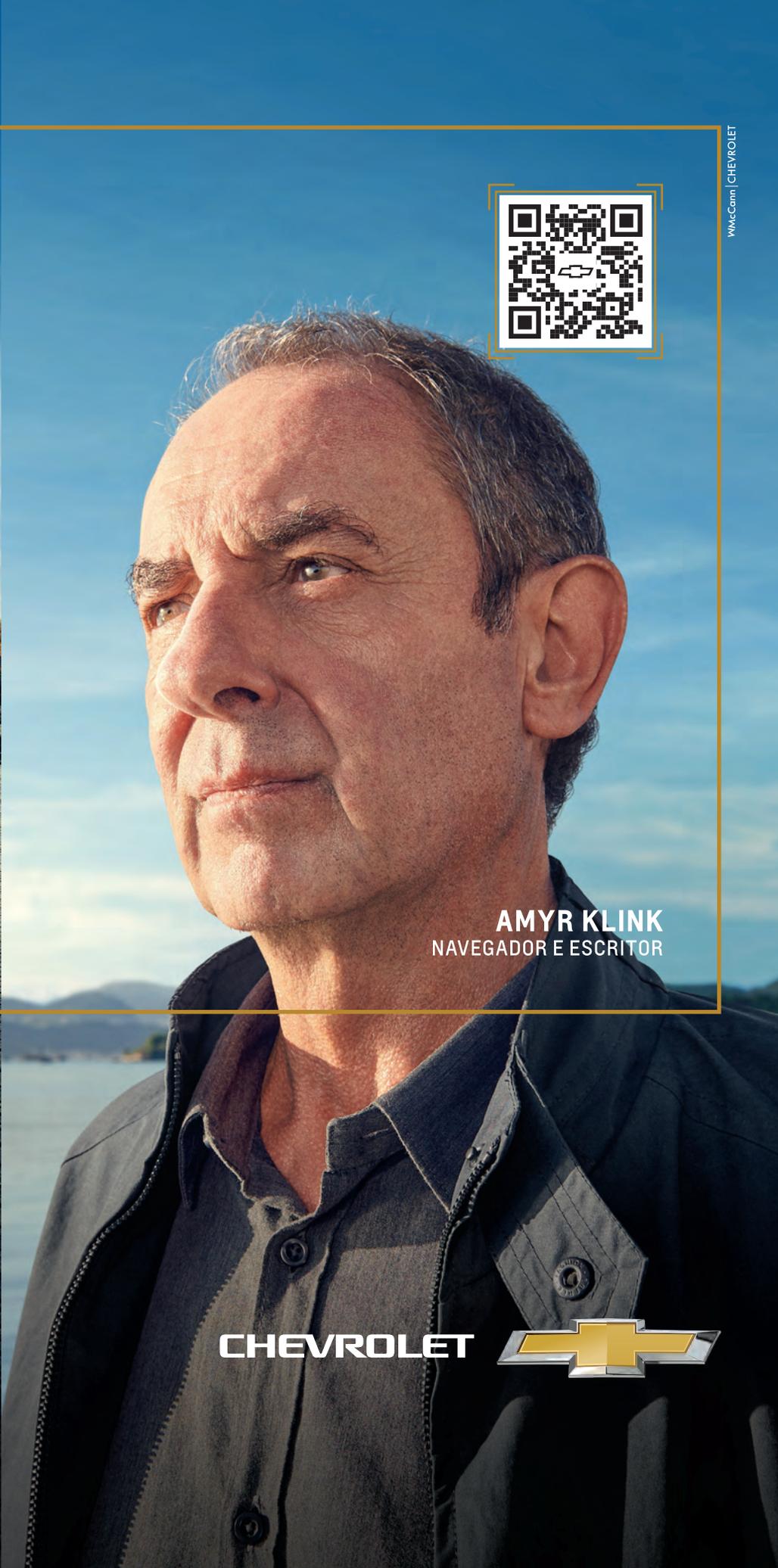
ENCONTRE NOVOS CAMINHOS

Saiba tudo sobre o Novo Chevrolet Equinox em: chevrolet.com.br/suvs/equinox



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



AMYR KLINK
NAVEGADOR E ESCRITOR

CHEVROLET





Acervo pessoal

QUANDO A POLUIÇÃO ERA A VILÃ

A foto é de algum dia de junho de 2008, provavelmente o 25º, quando cumpri a promessa de apresentar Wolfgang Sauer a jovens jornalistas de AutoData. A cobrança deles era antiga e cessou, afinal, naquela quarta-feira, quando George Guimarães, Raquel Secco, Marcos Rozen, Décio Costa e eu passamos uma boa hora jogando conversa fora com Sauer falando de carros e da indústria que produz carros. De economia e de política. Foi no seu escritório, na rua Alexandre Dumas, em São Paulo. Ele desempenhou bem sua parte falando de carros e de economia e de política e demonstrou à farta porque é que, dele, se dizia que a fama precedia o charme do personagem. Falou, de raspão, daquela experiência que voltou ao noticiário no começo deste junho, catorze anos depois, na forma da Companhia Vale do Rio Cristalino. Ele nos garantiu que se sentiu vencido quando a matriz se decidiu pela venda do negócio, 140 mil hectares de terra para pasto, espaço para quase 120 mil cabeças de gado, em Santana do Araguaia, no Sul do Pará, para o Grupo Matsubara, por coisa de US\$ 30 milhões. O projeto todo, disse ele, de megafazendas e um grande frigorífico que processaria tanta carne, teria sido "a redenção da região" pois produziria proteína para o Terceiro Mundo.

QUANDO A POLUIÇÃO ERA A VILÃ 2

O Terceiro Mundo estava sempre presente nas falas de Sauer, que não entendia nossas – de muitos jornalistas – implicações com o projeto. A rigor ficamos definitivamente amigos durante viagem exatamente para a fazenda, em 1977, guiados por Mauro Forjaz, gerente de imprensa da Volkswagen, e na companhia de Marcelinho Bairão, que na época já trabalhava na revista Exame. Eu era repórter de Economia da Folha de S. Paulo. Lembro-me da presença de Admon Ganen, ex-dirigente do Banco do Brasil e diretor de Recursos Humanos da VW: foi dele a inconfidência a respeito do condenado sistema de freios da Variant 2...



Por Vicente Alessi, filho

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

Viajamos em Bandeirante executivo fretado, com direito a soda limonada gelada tomada no bar do campo de pouso de Porto Nacional, antes Goiás, hoje Tocantins. A viagem fora armada para tentar desafogar a pressão sobre o negócio agrícola da empresa e para mostrar, a nós, que não havia nem desmatamento nem fogo ilegal na floresta.

Tudo começara quase dois anos antes, durante a reunião anual da SBPC, Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, realizada em Belo Horizonte, MG, quando a Volkswagen foi denunciada, em trabalhos científicos, por desmatar áreas maiores do que as autorizadas pela Sudam, a Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia. Diziam que o pasto da fazenda surgia depois de roçadas as maiores fogueiras do mundo, tudo registrado por satélite. Era a defesa do meio ambiente bem nos seus primórdios, quando a poluição ainda surgia como a grande vilã. Em clima de embate, sem que os lutadores tivessem acumulado riquezas conceituais a respeito da questão ambiental, uns diziam que os outros exageravam largamente os seus argumentos e os outros diziam que os primeiros devastariam toda a Amazônia até o dia seguinte. Claro que a discussão era permitida pelos senhores do poder, representantes da ditadura civil-militar de 1964: não se falava de política, não se falava de direitos humanos nem de tortura, não se falava da própria ditadura nem de censura aos meios de comunicação, mas falar do ambiente não estava no índice dos poderosos.

QUANDO A POLUIÇÃO ERA A VILÃ 3

Enquanto estivemos na fazenda eu e Marcelinho não vimos um fiapo de fumaça no céu nem encontramos alguém que falasse sobre desmatamento ilegal – e muito menos de trabalho escravo na região. O que mais vimos foram crianças se divertindo no pátio da escola da fazenda e pais e mães vestidos para festa, um farto churrasco durante o qual Sauer, numa rara camisa de mangas curtas, subiu a

uma mesa e fez discurso em defesa da fazenda, dos bois, dos empregos de quase todos que estavam lá e da ideia de tornar a região polo exportador de carne “para o mundo”. Mas a pressão foi mais forte do que a vontade, dirigida particularmente sobre a matriz, na Alemanha, que afinal capitulou e tratou de se livrar, em 1986, de um pilar de sua deficiente imagem pública detectada por pesquisas. Muito papel e tinta da época contaram a história da Fazenda do Vale do Rio Cristalino, as denúncias de irregularidades e a defesa enfática da companhia a respeito de suas atitudes e procedimentos ali. E a história toda se manteria fora de minha lembrança não fosse a divulgação de convocação, à Volkswagen, feita pelo Ministério Público do Trabalho, para audiência administrativa para apurar o que, afinal, houve ali no Sul do Pará 36 anos depois que a empresa vendeu o negócio.

Volkswagen produzido na Amazônia.

A Volkswagen já está na Amazônia, participando de projetos agropecuários e industriais aprovados pela Sudam, e colaborando mais ainda com o desenvolvimento do Brasil.

Mas ela não foi para lá sózinha.

Por seu lado na Amazônia encontram-se diversos dos mais poderosos grupos de elite país: Mappin, Seara Capitan, Aldemara Machado, Swift, Lassuselli, Camargo Correa, Villiers, Frana, Germaine Bouchard, Levy, Joaquim Vilela, Monberg Avelar, Assumpção, Omotto.

Nem todos vão criar gado, embora os maiores pastos do mundo estejam na área da Sudam.

Concessões de jazidas de mangada, ferro, estanho, ouro, sódio, urânio, zinco, bauxita, chumbo, níquel já foram descobertas. E milhares de produções diferentes já podem ser fabricadas.

Para garantir o seu lucro o Banco da Amazônia já está cobrindo financeira. E o Governo Federal e os Governos Estaduais da região fazem tudo o que podem. Nada de pagar imposto de renda durante 20 anos.

Em algumas regiões você não paga nem impostos Estaduais nem Impostos Municipais, e até o terreno você pode receber de graça.

Se lhe preciso importar equipamentos, você não paga. Taxas nem Impostos de Importação.

Mostre o seu espírito pioneiro! Invista em exploração da Sudam, as atividades do Banco da Amazônia ou dos demais bancos amazônicos.

Exatidão em 100% para projetos aprovados pela Sudam, ou em debate e seu próprio projeto.

É só para a Amazônia.

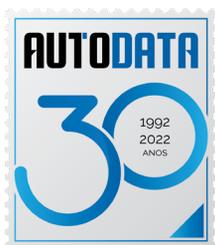
Você salta milhares de os que chegam primeiro.

SUDAM

REVISÃO

PERSPECTIVAS

2022



Este ano mais uma vez teremos uma seleção especial das apresentações. Convidamos alguns dos mais importantes executivos do setor para debater problemas como o ritmo de fornecimento, que ainda não se normalizou, para apresentar **a visão das empresas sobre as incertezas no curto prazo**, agora potencializadas pela preocupante crise social no País e, também, pelas eleições de outubro, que poderão ter forte influência nos negócios no segundo semestre.

PATROCINADORES

BECOMEX

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.



FATON
Powering Business Worldwide



MWM

Nemak
Innovative Lightweighting

NEO
STEEL

PROMETHEON



STELLANTIS

SCHULZ
AUTOMOTIVA

TRUFER



WNB
AUTOMOTIVE



APOIADORES INSTITUCIONAIS

ABIMAQ
SINDIAMAQ



ANDAP

Janfira42



SICAP

04 de
JULHO

05 de
JULHO

06 de
JULHO

Evento
On-Line

io das



Freepik

AUTODATA • SEMINÁRIOS •

Informações/inscrições:

 (11) 93372 1801

vanvianna@autodata.com.br

seminarios@autodata.com.br

www.autodata.com.br

TEMÁRIO PROPOSTO

AS NOVAS PERSPECTIVAS DO SETOR AUTOMOTIVO PARA 2022

Palestrantes convidados:

Márcio de Lima Leite, presidente da Anfavea e
Cláudio Sahad, presidente do Sindipeças

O FUTURO DA INDÚSTRIA E DO MERCADO NO BRASIL

Palestrantes convidados:

Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus e
Antonio Filosa, presidente da Stellantis na América do Sul

AS NOVAS PERSPECTIVAS 2022 PARA OS AUTOMÓVEIS

Palestrantes convidados:

Rodrigo Fioco, diretor de Marketing de Produto GM América do Sul e
Mauro Correia, CEO da Caoa Montadora

AS NOVAS PERSPECTIVAS 2022 PARA OS VEÍCULOS COMERCIAIS

Palestrantes convidados:

Ricardo Barion, vice-presidente de vendas e marketing da Iveco,
Silvio Munhoz, diretor de soluções da Scania do Brasil,
Jefferson Ferrarez, diretor de vendas e marketing caminhões da Mercedes-Benz do Brasil e
Jorge Carrer, diretor de vendas de ônibus da Volkswagen Caminhões e Ônibus

AS NOVAS PERSPECTIVAS 2022 DAS MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

Palestrantes convidados:

Gilson Capato*, diretor comercial da Volvo CE e
Thiago Wrubleski, diretor de planejamento comercial da CNH Industrial

AS NOVAS PERSPECTIVAS 2022 DOS FABRICANTES DE MOTORES DIESEL

Participantes convidados:

Adriano Rishi*, presidente da Cummins;
Marco Rangel, presidente da FPT e
José Eduardo Luzzi, presidente da MWM

AS NOVAS PERSPECTIVAS 2022 DOS FABRICANTES DE MOTOCICLETAS

Palestrante convidado:

Marcos Fermanian, presidente da Abraciclo

PERSPECTIVAS DE CURTO PRAZO DA ECONOMIA BRASILEIRA

Palestrante convidado:

Fernando Machado Gonçalves, superintendente de pesquisa econômica do Banco Itaú

* presenças ainda sujeitas à confirmação

Confiança no crescimento

Diante de baixos volumes e participação nas vendas de veículos inferior a 4% na América do Sul, causou desconfiança quando a Nissan anunciou, em abril, que pretende ser uma das três principais marcas de veículos da região. Guy Rodriguez, que dirige as operações sul-americanas, esclarece: "Queremos ser uma das três marcas mais vendidas nos segmentos em que participamos e ser, também, uma das mais lembradas".

Esclarecido o ponto, Rodriguez

mostra uma entusiasmada confiança no crescimento da Nissan na América do Sul. Ele destaca que os resultados começarão a aparecer em breve, após lançamentos ainda este ano e a adoção de dois turnos de produção na Argentina, dentro do complexo da Renault em Córdoba, onde é feita a picape Frontier, e no Brasil, na fábrica de Resende, RJ, que hoje só produz o SUV compacto Kicks.

Recentemente a Nissan anunciou que até 2025 investirá US\$ 250 milhões na planta brasileira.

Rodriguez não diz muito a respeito, mas deixa escapar que "é um investimento importante, para um produto importante". Ou seja, há novidades no horizonte. Como garante o executivo "a aceitação da marca é cada vez maior e continuaremos a investir".

Nesta entrevista exclusiva Guy Rodriguez fala sobre o que ele considera ser o bom momento atual da Nissan na região sob sua coordenação e relata alguns planos para o futuro próximo. Confira os principais trechos da conversa.

Na década passada a Nissan passou por período de crescimento na América do Sul, patrocinou os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro em 2016, lançou o SUV compacto Kicks. Mas depois veio a pandemia e com ela a retração dos resultados, a produção na fábrica de Resende foi reduzida a um só turno e a um só carro. Qual balanço o senhor faz desses anos e quais são as perspectivas?

Estávamos indo bem, mas a pandemia nos obrigou a fazer ajustes, reduzimos a produção em Resende para um turno. Mas estamos muito contentes com o que está acontecendo agora no Brasil e na América do Sul. Em 2021 voltamos a crescer, os volumes aumentaram 19% sobre 2020 quando somamos Brasil, Argentina, Chile e Peru. Conquistamos participação

de mercado de 4% na região, 1,3 ponto acima do ano anterior. Isso mostra que apesar de todas as dificuldades de logística e falta de semicondutores a Nissan cresceu. No Brasil a Frontier obteve recorde de vendas, lançamos o novo Kicks no começo de 2021. Em abril reabrimos o segundo turno em Resende e comunicamos o mesmo para Santa Isabel [em Córdoba, Argentina], que terão dois turnos em julho ou agosto para aumentar a produção da Frontier. Assim cresceremos, porque teremos mais volumes disponíveis da picape e do Kicks. Também teremos novidades, mais um produto que lançaremos no curto prazo, produzido fora da América do Sul. Tudo isso nos dá uma visão clara de que seremos uma das três marcas mais importantes da região.



“Não falamos de volumes totais de vendas: queremos ser uma das três marcas mais vendidas na América do Sul nos segmentos em que participamos.”

A Nissan tem participação tímida na América do Sul, em 2021 ficou em décimo na Argentina com 4%, em nono no Brasil com 3,3%, foi a quinta marca no Chile, a oitava na Colômbia e a sétima no Peru. Em quanto tempo e como pretende ser uma das três primeiras marcas da região?

Não falamos de volumes totais, queremos ser uma das três marcas mais vendidas nos segmentos em que participamos. Em picapes, por exemplo, temos o claro objetivo de ser o número 3 e sabemos que podemos conseguir. Também queremos ter uma imagem exitosa, de produtos reconhecidos e lembrados dentre os melhores. Recentemente comunicamos várias ações nesse sentido. Com a presença do nosso COO global, Ashwani Gupta, no lançamento da nova Frontier em Puerto Iguazu, anunciamos investimento de US\$ 250 milhões em Resende [de 2022 a 2025], abriremos o segundo turno em Córdoba, teremos uma financeira cativa da Nissan no Chile e lançamos a nova geração da picape. Tudo isso dá ideia de que queremos crescer significativamente. As vendas devem aumentar já este ano, tudo está funcionando bem.

Quando todas essas ações começam a dar resultados?

Já este ano, com a maior disponibilidade de nossos veículos nas ruas. Um só turno para fazer o Kicks em Resende era pouco. Com mais produtos deveremos aumentar nossa participação de mercado. Sabemos que podemos fazer isso porque temos produtos que nos dão confiança. Exem-

plo disso aconteceu no Chile, onde em 2019 éramos a marca número 5, em 2020 subimos para 3, em 2021 até a metade do ano éramos a número 2. Depois, com as dificuldades de falta de semicondutores, perdemos posições, mas esse desempenho demonstra que a marca e seus produtos são bem aceitos e nós temos condições de crescer mais.

A Nissan tem uma fábrica no Brasil com capacidade para 200 mil veículos/ano, mas mal chegaram à metade deste volume no melhor ano, em 2018. Depois disso pararam de fabricar o March e este ano o Versa saiu de linha, com o novo sendo importado do México. Agora só o SUV compacto Kicks é feito em Resende. Fazer um só veículo na unidade não é pouco?

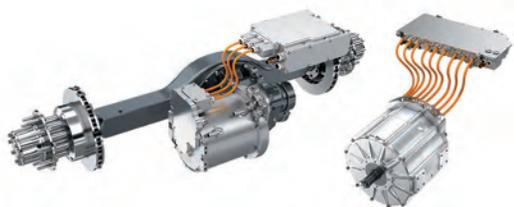
Gostaríamos de ter mais produtos em Resende e estamos trabalhando para isso, mas hoje somos bem eficientes. Lançamos o novo Kicks com qualidade superior ao anterior. O crescimento da produção será gradativo, não temos uma meta para isso, um dia chegaremos a produzir 150 mil ou mais num ano só, mas faremos isso com o fortalecimento da marca, crescendo todo ano na satisfação do cliente e nas vendas.

A Nissan também lançou um plano ousado de localização de componentes para suas fábricas no Brasil e na Argentina. Como pretendem alcançar esse objetivo?

Já estamos fazendo isso. Em Córdoba, por exemplo, conseguimos um fornecedor local para o chicote elétrico da Frontier. Há outros componentes importantes que demorarão de um a dois anos para nacionalizar. Acho que já existe tecnologia no Brasil e na Argentina para aumentar a localização. Contudo, olhando para o futuro, é certo que precisamos agregar novas tecnologias aos produtos feitos aqui e vamos desenvolvê-las com a base de fornecedores locais. Há muitos bons motivos para isso, a começar pelo melhor controle de qualidade do fornecedor, que fica perto, como também para reduzir custos e rapidez para obter as peças.



Eletrificação. Agora.



Há mais de 20 anos a Dana iniciou a jornada de eletrificação de veículos para encontrar uma maneira melhor de mover o mundo. Hoje, a liderança global no fornecimento de sistemas de transmissão e de propulsão possibilita que a Dana seja a única indústria com capacidade de produzir e fornecer sistemas de e-Drive completos e totalmente integrados em qualquer lugar do mundo. Até aqui são mais de 500 patentes em eletrificação com soluções conectadas ao ecossistema da mobilidade, da sustentabilidade e do futuro dos veículos eletrificados. **Vem mover o mundo com a gente, agora.**

@canaldana

dana.com.br



/canaldana



A Nissan anunciou que investirá US\$ 250 milhões até 2025 na fábrica de Resende. Como esses recursos serão aplicados?

É um investimento importante e, portanto, é para um produto importante. Mas parte vai para modernizações da fábrica, melhorar eficiências, condições de trabalho e sustentabilidade. Também devemos investir no desenvolvimento de fornecedores, melhorar a qualidade.

Existia a expectativa de que Resende concentraria as exportações do Kicks para os países da América do Sul, inclusive mercados que são atendidos pelo México. Isso está acontecendo?

Trocar uma figurinha por outra igual não agrega valor ao negócio: não é necessário investir no Brasil para exportar se esse investimento já foi feito no México, onde temos a vantagem de liderar as vendas nos últimos dez anos e onde existe uma base de produção importante e competitiva, que pode abastecer os mercados

latino-americanos. A oportunidade de exportar surge quando temos um novo investimento e novos produtos, assim podemos centralizar a produção em uma só fábrica para toda a região sem precisar duplicar recursos. O que estamos fazendo é trabalhar na qualidade e no custo para que Resende seja uma base exportadora quando a oportunidade surgir. É o que aconteceu com a Argentina, onde fechamos contratos de exportação de até 10 mil unidades por ano da Frontier para o Chile e a Colômbia. Com isso saímos da produção anual de 8 mil unidades no começo (em 2018 e 2019) e agora, com o segundo turno, poderemos produzir até 50 mil. Queremos fazer o mesmo no Brasil.

Foi no Brasil que a Aliança Renault Nissan começou na prática, há 22 anos, com produção e compras integradas na fábrica da sócia Renault no Paraná. O mesmo ocorreu anos depois na Argentina. Recentemente a Renault anunciou

“Faremos um investimento importante em Resende [de US\$ 250 milhões em três anos], para um produto importante portanto. Mas parte vai para modernizar a fábrica.”



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®

um plano que previa a fabricação em Resende de carros sobre a plataforma CMF-B, que está sendo trazida agora ao Brasil. O plano de compartilhar plataforma e fábricas na América do Sul continua em curso?

A América do Sul é talvez o lugar onde as duas empresas mais se integraram. Uma demonstração disso é na Argentina, onde a Nissan já investiu US\$ 730 milhões dentro da fábrica de Santa Isabel, que há sessenta anos começou como Renault e hoje é uma fábrica da Aliança. Temos muitos planos conjuntos. Continuaremos a compartilhar plataformas e motores, nossa organização de compras é uma só. Fazer uso da escala que temos é fundamental para nosso sucesso. A CMF-B é base para veículos das duas marcas no mundo, e o que acontece no mundo acontecerá aqui também.

A Aliança Renault Nissan-Mitsubishi pretende lançar 35 veículos eletrificados até 2030. Quando esses planos chegam à América do Sul?

Depende muito da aceitação dos clientes: é a demanda que os puxará. Por enquanto o mercado de elétricos aqui ainda é muito pequeno. Em 2019 lançamos a nova geração do Leaf e em 2021 ele foi o elétrico mais vendido nos mercados brasileiro, chileno e argentino. No Brasil foram apenas 469 unidades vendidas diante de mercado de 2 milhões. Então ainda testamos o potencial, por isso importamos o Leaf. O mais simples é trazer os elétricos para cá, difícil é desenvolver o mercado. Quando os clientes quiserem eu levanto a mão e peço: teremos muitas opções para oferecer daqueles 35 lançamentos planejados.

No Brasil a eletrificação está avançando mais com os híbridos flex. A Nissan dará esse passo aqui ou quer pular direto para os elétricos?

Nós temos a tecnologia e-Power, um veículo com propulsão 100% elétrica e um motor a combustão só para gerar eletricidade. É um passo antes do elétrico

“Não é necessário investir no Brasil para exportar se esse investimento já foi feito no México. O que estamos fazendo é trabalhar na qualidade e no custo para que Resende seja uma base exportadora quando a oportunidade surgir.”



puro e ofereceremos as duas opções: o cliente escolhe qual prefere.

A Nissan já demonstrou a tecnologia e-Power no Brasil com o Note. As apostas convergiam para que essa tecnologia pudesse ser nacionalizada no Kicks. Essa ideia continua ou foi abandonada?

O Note foi o primeiro Nissan no mundo a oferecer a tecnologia e-Power, no Japão, onde o carro passou de mais um compacto para o mais vendido do segmento por causa da eletrificação. O Kicks e-Power também já existe, foi lançado no mercado japonês porque lá a tecnologia amadureceu e atraiu os clientes. A opção, então, já está à mão, e a questão é saber quando o mercado, aqui, estará preparado, pois o e-Power tem custo maior do que o dos híbridos flex convencionais já vendidos no Brasil.

Com o fim do March a Nissan abandonou o segmento de hatch no Brasil, que já foi o maior do País. Em 2021 foi ultrapassado pelos SUVs, mas ainda tem volume importante. Por que deixar esse segmento?

Quando desenvolvemos novos produtos pensamos no que o cliente vai querer daqui a cinco anos, e as pesquisas apontam para SUVs. Então os hatchs, por agora, não são prioridade.

O mercado de SUVs está crescendo e a Nissan só tem um modelo a oferecer. Há planos para mais opções no Brasil?

Teremos só um SUV no mercado daqui a cinco anos? Provavelmente não. Não posso dizer quando teremos mais SUVs aqui, mas claro que queremos acompanhar a evolução dos clientes quando eles precisarem de um carro maior.

Qual desempenho de mercado a Nissan espera na América do Sul este ano?

Crescerão todos os mercados da região, até porque uma parte da demanda foi represada. Nos próximos anos a América do Sul será uma das regiões que mais crescerão, o que sustenta nossa ambição de ser uma das três marcas mais vendidas na região. Por isso estamos trabalhando na integração do Mercosul, renovando os produtos e anunciamos investimentos.

Nos últimos anos ocorre um movimento preocupante de fabricantes de veículos que deixaram de produzir no Brasil. O senhor avalia que esse êxodo continuará?

Acho que o mercado brasileiro terá cada vez mais concorrentes: basta ver os investimentos anunciados, porque o Brasil crescerá, talvez demore algum tempo para voltar aos 3,8 milhões de unidades [de 2012], mas o volume de 2 milhões não é normal para o País. Alguns concorrentes saíram e outros apareceram de novo. As decisões que vimos [de fechar fábricas] foram consequência de resultados particulares. No nosso caso a aceitação da marca é cada vez melhor e continuaremos investindo. ■



PAUTA ESG É COISA SÉRIA

Mais do que discurso ou marketing, empresas que querem se tornar cada vez mais competitivas e eficientes, precisam contar com parceiros altamente especializados para colocar em prática regras de sustentabilidade, social e governança

Apauta ESG está na crista da onda. De acordo com pesquisa realizada pela empresa Grand Thornton Brasil, há um ano, empresários e executivos entendem que marcas que atuam seriamente e colocam em prática os princípios que reduzem impactos ambientais, sociais e promovem uma gestão transparente e eficiente são mais valorizadas no mercado, têm uma reputação maior, risco menor e alta capacidade de atração de novos talentos.

Fabricio Soler, advogado especialista em Direito do Ambiente, Direito dos Resíduos e Infraestrutura, que participou do Seminário de Compras de Autodata convidado pela Trufer, comentou, durante o evento com executivos do setor automotivo, que é preciso atenção às questões ligadas ao ESG e elencou sete grandes perguntas que devem ser feitas antes de, efetivamente, se colocar essas ações em prática:

01. Quais são as principais questões ESG que afetam



o negócio? Elas se tornarão pontos inegociáveis para crescimento futuro?

02. Temos dados suficientes para tomar boas decisões a respeito do ESG? Atualizamos constantemente essas bases de dados?

03. Nossa visão sobre as questões presentes e futuras impactam as decisões estratégicas e os processos de inovação?

04. Estamos implementando com sucesso as mudanças necessárias para melhorar nosso desempenho ESG e evitar obstáculos futuros?

05. Estamos nos antecipando às mudanças para nos relacionarmos melhor com investidores e outros stakeholders?

06. Quais são os custos associados ao plano ESG e como financiar essas mudanças?

07. Quais são os retornos financeiros esperados das diversas ações ESG desenvolvidas pela empresa?

Para o especialista, o benefício direto de se implantar a pauta ESG é fortalecer as relações da empresa com a cadeia de valores. Significa agregar valor à marca em aspectos fundamentais como sua conduta social, ambiental e gerencial. Soler prega que não adianta uma empresa propagandear que adotou a pauta ESG e, na prática, não demonstrar claramente as ações que fazem a diferença.

O especialista diz que “propaganda enganosa pode ser danosa”. Soler destacou reportagem do prestigiado *The Wall Street Journal* dando conta que uma empresa alemã teve queda brusca de 12% em suas ações quando uma auditoria revelou que boa parte de suas propagandas em prol da pauta ESG não tinham comprovação alguma. Bem maior que o enorme prejuízo financeiro, foi a imagem da empresa maculada de forma praticamente irreversível.

De acordo com Soler, é fundamental ter muita atenção e responsabilidade com a pauta ESG, particularmente com a



**Fabricio Soler, advogado
especialista em Direito
do Ambiente**

parte ambiental. Durante o Seminário de Compras de Autodota, o especialista abordou os grandes desafios de montadoras e sistemistas com a gestão de resíduos. “Os geradores de resíduos industriais são responsáveis pela implementação e operacionalização integral do Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS)”.

O especialista chamou a atenção sobre a multa por danos desta natureza que pode começar por 5 mil reais e, dependendo da gravidade, chegar a 50 milhões de reais. “Isso, mais uma vez, sem contar o grave dano à imagem de uma empresa caso um problema desta natureza seja apontado”.

Neste aspecto, Soler deixou bem claro que, quando se trata de resíduos industriais, a indicação é que a cadeia automotiva, sempre foco de toda sociedade, nunca abra mão de lidar com empresas profissionais, responsáveis e comprovadamente especializadas.

A dica principal é que as empresas que fazem a coleta

dos resíduos tenham, no mínimo, licença ambiental emitida pela Cetesb. O Licenciamento ambiental é um dos instrumentos da Política Nacional de Meio Ambiente. O objetivo do licenciamento é a compatibilizar o desenvolvimento econômico-social com um meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Empresas credenciadas com essa licença estão habilitadas para fazer a coleta, o transporte e, sobretudo, o armazenamento e destinação de maneira 100% segura e correta. No Brasil ainda são poucas as empresas que estão plenamente qualificadas para fazer este tipo de serviço de maneira segura e ambientalmente correta.

Uma das empresas mais especializadas do Brasil neste tipo de trabalho é Trufer. São mais de 70 anos atuando no mercado de reciclagem de ferro e aço retrabalhando esses materiais e os comercializando para empresas siderúrgicas e de fundição. Prestando serviços de retirada de materiais

A Trufer é uma das dez melhores do mundo em sua categoria “reciclagem” conforme o “Global Metal Award”, que é uma espécie de “Oscar” do setor.

especialmente à indústria automotiva desde os anos 1950, a empresa tornou-se não apenas referência por sua qualidade mas, também, a maior atacadista de sucata e ferro da América Latina.

Por seus processos de alta eficiência e tecnologia avançada que vai desde o manuseio e retirada do material nas indústrias, passando pela logística ambientalmente correta, considerando todo processo de reciclagem e, por fim, a comercialização, inclusive, exportação, a Trufer, nos últimos dois anos, esteve entre as dez melhores do mundo em sua



categoria “reciclagem” pelo prestigiado “Global Metal Award”, que é uma espécie de “Oscar” do setor.

Soler concluiu sua participação no seminário dizendo que “para se promover uma Economia Circular correta é imperativo que empresas idôneas e especializadas atuem neste processo”. Finalizando com a mensagem: “Pauta ESG é coisa séria”. Na edição de Julho de Autodata veja, nesta série de artigos, dicas e práticas para promover a Pauta ESG de maneira mais assertiva e eficiente.

A história é conhecida: com as medidas de isolamento social necessárias para conter o avanço da pandemia de covid-19 houve redução, ou interrupção, de fornecimento de insumos e componentes para a indústria, o que resultou na escassez de automóveis novos nas concessionárias e, por consequência, no aumento da procura por veículos usados. Este movimento foi acentuado em 2021, mas a renda em baixa e o crédito caro estão esfriando o desempenho este ano.

No ano passado foi registrado o maior volume de negociações de usados da história no Brasil, com a transferência de 11,2 milhões de automóveis e comerciais leves, em crescimento de 18,8% sobre 2020. A oferta abaixo da demanda no mercado de veículos novos foi tão grande que foram registrados casos de modelos seminovos custando mais caro do que similares 0 KM. Essa é a versão que quase todo mundo conhece, mas não é a única.

Enilson Sales, presidente da Fenauto, entidade que representa o setor de lojas de veículos usados em todo o País, lembra que o mercado de veículos de segunda mão está crescendo há quinze anos, exceto no período de abril a maio de 2020, quando foram adotadas as medidas mais rígidas para conter o avanço da pandemia e as revendas foram obrigadas a fechar as portas ao público: "Faz sentido imaginar que, se não houvesse a emergência sanitária, os automóveis seminovos e usados ocupariam uma posição de destaque da mesma forma".

Outro fator importante que contribuiu para o bom desempenho do setor, de acordo com Sales, foi a agilidade dos proprietários de lojas multimarcas em se adaptar ao modelo digital de negócios, necessário para desviar das restrições da pandemia: "Eles reagiram muito mais rapidamente do que as concessionárias e acredito que isso foi decisivo para ajudar a evitar que a queda de vendas fosse tão significativa quanto a do mercado de zero quilômetro".

Marco Aurélio Nazaré, presidente da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, a Abla, observa que mesmo

A vez dos usados

Falta de opções e preço alto dos veículos novos impulsiona o mercado dos modelos de segunda mão, mas renda em baixa e crédito caro esfriam as vendas

Por Wilson Toume



antes da pandemia muitas montadoras já haviam anunciado uma mudança na forma de agir, passando a privilegiar a produção de automóveis com maior valor agregado para aumentar a rentabilidade. Essa forma ganhou ainda mais relevância durante a pandemia. Hoje seguem produzindo menos, mas sem perder lucratividade – e às vezes até aumentando os lucros.

"Diversas fabricantes registraram lucros recordes durante a pandemia, contrariando os princípios básicos da economia de escala. Hoje as montadoras não trabalham mais com grandes estoques, estão segurando a volta do terceiro turno de produção até terem uma visão mais clara do que vai acontecer no futuro, mesmo que seja no médio prazo, pois no longo prazo ninguém consegue enxergar nada em lugar nenhum do mundo hoje."

ARREFECIMENTO EM 2022

De acordo com dados da Fenauto o mercado de automóveis usados vem se recuperando este ano, após registrar queda nos últimos meses. Enilson Sales faz as contas: "Até a terceira semana de maio chegamos a 52 mil carros usados vendidos por dia útil, enquanto em 2019 [antes da pandemia] essa média era de 58 mil carros/dia. No ano passado chegamos a ver 63 mil carros/dia útil. Estamos nos recuperando em velocidade não tão boa quanto acontecia há um ano, mas mensalmente estamos ganhando pequenos percentuais com relação ao melhor resultado do semestre registrado em 2021".

Nazaré, da Abla, aponta outros fatores importantes que atualmente dificultam o desempenho melhor do setor de seminovos: a perda do poder de compra do brasileiro e a maior dificuldade no acesso ao crédito.

"A taxa de juros está tão alta que nos financiamentos atuais quase não há diferença no valor da parcela de um plano de sessenta meses em comparação com o de 48 meses, mas você paga doze parcelas a mais."

Mais: "O alto custo do carro e do financiamento, somados à perda de poder de compra do consumidor causam impactos sobre o mercado de seminovos. Como se não bastasse ainda existe a influência do momento econômico e político que vivemos, que gera insegurança e, assim, cai por terra a vontade de investir, de fazer as coisas acontecerem, de trocar o carro, de arriscar".

O presidente da Abla lembra ainda que esses fatores não afetam tanto as vendas de automóveis novos porque o preço elevado desses veículos nos últimos anos já restringiu este mercado ao público de maior poder aquisitivo – "Tanto que existem até filas de espera para modelos mais caros".

LOCADORAS PODEM REDUZIR PREÇOS

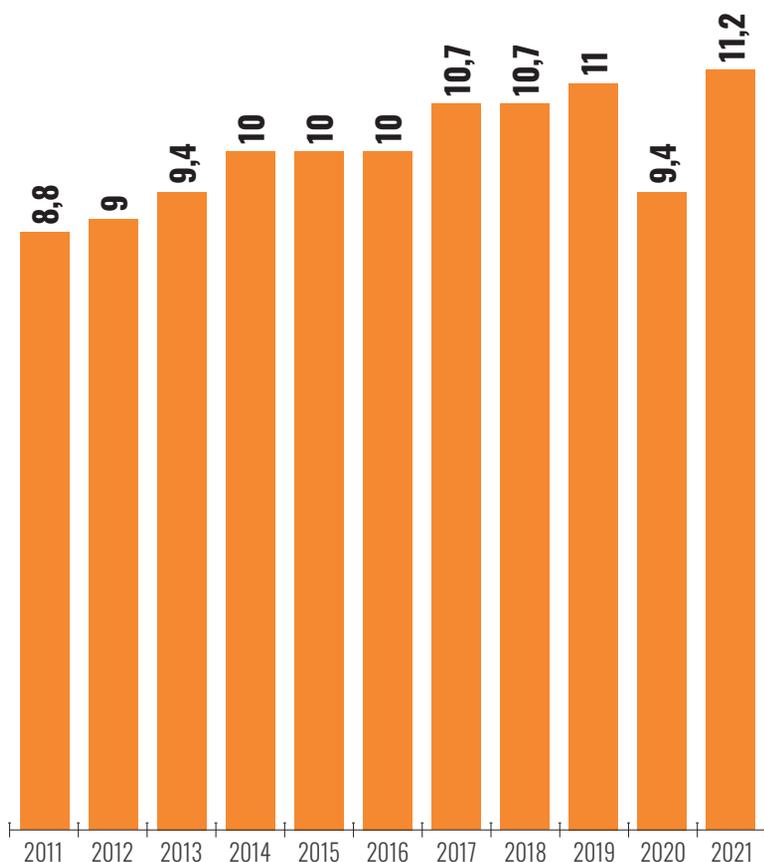
Um fator poderá puxar para baixo os preços de seminovos: a entidade dos fabricantes de veículos, a Anfavea, sustenta a expectativa de que as locadoras têm demanda para comprar 600 mil veículos este ano. Com isso as empresas de aluguel



imagem/istockphoto

Vendas de automóveis e comerciais leves usados

Em milhões e unidades



Fonte: Fenabrave

de automóveis devem inundar o mercado de usados com o mesmo número de unidades. Para o presidente da Abla essa estimativa é real e o número pode ser até maior, chegando a 700 mil carros.

Claro que esse volume depende de alguns fatores. Primeiro, é necessário que haja oferta de veículos novos: "Nossa expectativa é que, devido à menor procura nas concessionárias, parte dos carros zero-quilômetro seja redirecionada para as vendas diretas, e que parte disso vá para as locadoras. Esperamos também que existam melhores condições de negociação para adquirir esses carros, uma vez que as montadoras também reduziram os descontos".

Para Sales, da Fenauto, se as locadoras injetarem mesmo cerca de 600 mil seminovos no mercado isso deve realmente ajudar a reduzir o preço desses carros. Ele lembra, contudo, que os seminovos atuais das locadoras estão com quilometragem maior do que a habitual, porque a renovação de frotas vem acontecendo em ritmo mais lento por causa da falta de modelos zero quilômetro para comprar.

O presidente da Abla confirma a informação: "A frota das locadoras está envelhecendo. Em 2020 a idade média de nossos carros era de dezenove meses e no ano passado passou para 27 meses. Isso é problemático, porque o cliente quer carros menos rodados".

EXPECTATIVA POSITIVA

De acordo com o dirigente da Fenauto mesmo sem a entrada de mais veículos no mercado o preço médio dos automóveis seminovos e usados está estabilizado e ele também crê que o fenômeno dos modelos de segunda mão que chegaram a custar mais do que similares zero quilômetro não deve se repetir tão cedo.

"Ao contrário: os novos seguem ficando mais caros, principalmente por causa de tecnologias embarcadas."

Com isso, segundo ele a tendência é de que a distância de preços dos veículos zero quilômetro para os usados deve aumentar cada vez mais.

A expectativa de Sales é que o setor consiga repetir o resultado recorde registrado em 2021. Contudo, para que a previsão se concretize, será necessário que o segundo semestre seja melhor do que o mesmo período do ano passado: "Eu torço e acredito que vai ser, porque ainda que a gente sofra os efeitos da guerra na Ucrânia, com a alta dos combustíveis e da inflação, e da desaceleração da economia, eu acho que as eleições acabarão por ajudar a aquecer a economia de maneira geral".

Matias Fernandez Barrio, CEO e fundador da Karvi, autotech dedicada à comercialização de seminovos e usados, tem a mesma visão otimista: "Estamos confiantes que o mercado de seminovos se manterá



Leo Burnett TM



FIAT PULSE



SEGURANÇA
COM O ALERTA
DE SAÍDA DE PISTA.



PERFORMANCE
COM O MOTOR
TÚRBO 200 FLEX.



**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.



MONTE O SEU.



JUNTOS SALVAMOS VIDAS.

em bom patamar este ano. Talvez tenhamos alguma redução nos preços dos seminovos, ainda mais com a possível estabilização do mercado de veículos zero. Em compensação a inflação global, o aumento dos juros e questões macroeconômicas internas e externas podem causar impactos sobre os preços de alguma forma”.

CARRO NOVO SÓ PARA RICOS?

Com relação ao comportamento do consumidor, que está deixando de adquirir carros novos mais simples para comprar seminovos mais equipados, as opiniões divergem. Para Sales, da Fenauto, essa tendência deve persistir por mais um bom tempo, principalmente por causa da diferença de preço que o veículo novo segue tendo com relação ao seminovo.

“Como já faz tempo que não existe mais o chamado carro popular o veículo novo não cabe mais no orçamento. Este fato, somado à oferta de crédito cada vez mais restrita, faz com que o comprador busque cada vez mais o seminovo e o usado.”

Barrio, da Karvi, aposta que esse movimento se consolidará no Brasil: “Acho que esse comportamento veio para ficar, principalmente com o aumento dos preços dos veículos zero quilômetro. Houve au-

mento nos preços dos seminovos também, mas há ótimas oportunidades no mercado de carros mais equipados em termos de tecnologia e de motorização, com valores próximos ao preço de um novo de entrada”.

O fundador da plataforma digital aponta outra vantagem importante do seminovo: “Ele está disponível na hora, enquanto para adquirir carros novos muitas vezes o cliente precisa esperar semanas ou meses até receber o veículo”.

Já Nazaré, representante das locadoras, avalia que esse é um fenômeno passageiro, mas que pode demorar a passar: “Acho que é um momento de transição, até que o consumidor consiga recuperar o poder de compra”.

Ao mesmo tempo o presidente da Abla afirma que este é o momento de o consumidor brasileiro entender que carro nunca foi investimento, e sim despesa: “É hora de o consumidor fazer as contas e constatar que faz muito mais sentido pagar pelo uso e não pela posse do carro. O negócio de aluguel de carros tem potencial enorme no Brasil, basta lembrar que na Europa e nos Estados Unidos cerca de 60% das empresas já utilizam a locação de veículos para cuidar de suas frotas, enquanto no Brasil esse índice é de cerca de 20%”. ■



NOVA RENAULT OROCH

trabalhe e viva

DPZ&T



novo motor 1.3 turbo de 170 cavalos
multimídia de 8" com espelhamento sem fio e câmera de ré
suspensão multilink e capacidade para até 680 kg de carga



Juntos salvamos vidas.



renault.com.br

Nacionalizar é preciso

Tema central dos debates durante o Seminário Compras Automotivas 2022 foi novamente a nacionalização. Mas agora a questão está saindo do papel.

Redação AutoData



A ordem, em todas as áreas de desenvolvimento de fornecedores e compras das fabricantes de veículos instaladas no Brasil, e em outros países, é uma só: localizar, localizar e localizar. A pandemia seguida de crise logística fez a cadeia global perceber o erro que é depositar todas as fichas em determinada fábrica ou região especializada na produção de um componente. Ganha-se em escala, é verdade, mas em situações como a atual, com dificuldades nos transportes, os prejuízos são maiores com perdas de produção e vendas.

Participaram do Seminário Compras Automotiva 2022, organizado por AutoData Editora no fim de maio, os responsáveis pela área de compras da CNH Industrial, da Great Wall Motors, da Iveco e da Stellantis, além de executivos de empresas fornecedoras e o presidente do Sindipeças, Cláudio Sahad. E ele chamou a atenção para o assunto, que é visto como enorme oportunidade para a indústria brasileira neste momento.

“Vivemos um movimento de disrupção nunca antes visto em nossa história. A pandemia, somada ao conflito no Leste



Europeu, trouxe oportunidades para as fabricantes estabelecidas no País. O pensamento das empresas no mundo todo está mudando com relação à localização: tem havido movimentos de contraglobalização. Teremos de rever o conceito em que a ideia era privilegiar grandes polos produtores com baixo custo de produção em detrimento de fornecimento local."

Os executivos das montadoras fizeram discursos semelhantes: a ordem é nacionalizar. Cláudio Brizon, diretor de compras da CNH Industrial, contou que

planeja, apenas em 2022, nacionalizar 150 componentes: "A localização gerará faturamento em torno de US\$ 5,5 milhões. Desse volume cerca de US\$ 2,5 milhões já são negócios fechados ou em fase final, que deverão entrar em produção ainda em 2022. A nossa média de localização é de 60% e queremos expandir esse percentual".

A Iveco trabalha da mesma forma, em busca de transformar importações em compras locais. Seu responsável por compras, George Ferreira, contou que dos R\$





9,1 bilhões em compras planejados para este ano R\$ 5,6 bilhões são investidos em empresas da região: "Fica aqui o convite aos fornecedores para nos ajudar a reduzir essas necessidades de importação. É uma oportunidade também para exportar, aproveitando as demandas crescentes da Iveco lá fora".

Juliano Almeida, diretor de compras e supply chain da Stellantis, deu dicas de oportunidades de nacionalização, sobretudo de tecnologias que chegarão nos próximos anos, com aumento da demanda puxado pela obrigatoriedade de ESC, controle eletrônico de estabilidade, AEB, sistema de frenagem automática em casos de emergência, ACC, piloto automático adaptativo, assistente de manutenção de faixa, dentre outros. A companhia importa, hoje, todos esses componentes e tecnologias.

MADE IN BRAZIL ILIMITADO

Mas essas oportunidades sairão do papel ou é apenas mais uma onda que passará sem deixar grandes transformações na indústria local? Se depender de Erwin Franieck, diretor presidente da SAE4Mobilty e integrante do MiBi, Made in Brazil Ilimitado, os projetos se concretizarão – e rápido. O MiBi conta com apoio do governo federal e já tem quatro gru-

pos de trabalho em atividade, do total de oito ativos, que têm a meta de apontar caminhos para localizar componentes já até o fim deste ano e começo de 2023.

Componentes metálicos, eletroeletrônicos, plásticos e conjuntos mecânicos estão mais avançados, segundo Franieck, por já terem cadeia estabelecida por aqui.

Os grupos que demandarão mais tempo, de três a cinco anos, são os que estudam a produção no País de transmissões automáticas, semicondutores, baterias de lítio e sistema de hidrogênio – este último ainda está em formação.

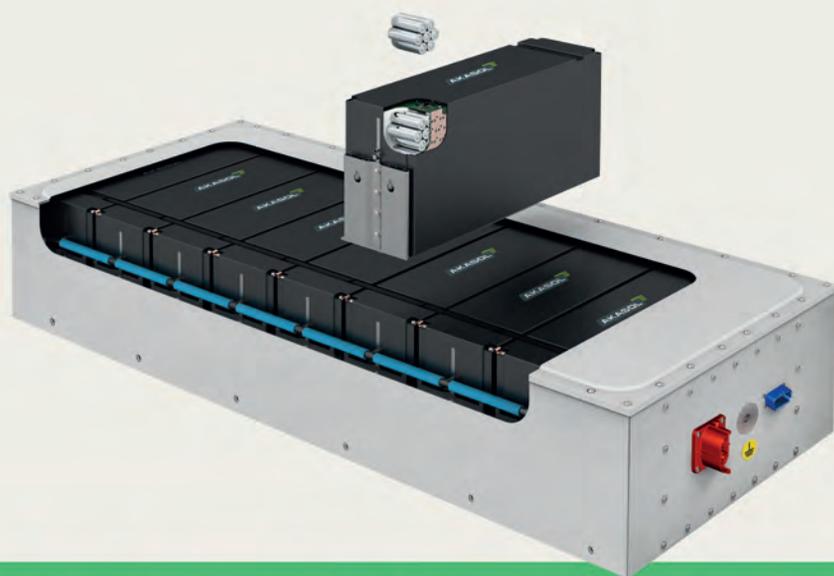
Os semicondutores e baterias de lítio foram demandas que surgiram após a elaboração do MiBi, enquanto as transmissões automáticas foram uma surpresa negativa: "Acabamos descobrindo no meio do caminho que há muitos problemas, como muitos ex-tarifários [isenções de imposto de importação a itens sem produção equivalente no País], projetos integrados a plataformas difíceis de serem alterados. Talvez precisemos ir atrás de outras soluções, a partir dos próprios fornecedores".

Flávia Spadafora, líder do segmento automotivo na KPMG, acredita que o Brasil esteja vivendo "um momento único: saímos do campo da vontade para a ação, com endosso do governo". ■

Um futuro onde dirigir bem significa viver bem.

Trabalhamos lado a lado com nossos clientes, apoiando sua transição para a mobilidade elétrica, independentemente de precisarem de um sistema de elétrico completo ou de componentes específicos.

Borgwarner.com



 **BorgWarner**



Divulgação/GWM

Great Wall quer 50% de conteúdo local em 2026

Nos próximos quatro anos empresa planeja produzir de três a cinco modelos híbridos na fábrica de Iracemápolis

Por Pedro Kutney e Soraia Abreu Pedrozo

No horizonte dos próximos quatro anos a Great Wall Motor Brasil pretende pisar fundo no acelerador. Quer passar da condição de importadora, a partir do próximo semestre, para montadora de um SUV híbrido com partes importadas, em 2023, e se transformar em fabricante de fato, com processos industriais completos em sua fábrica de Iracemápolis, SP, e mais de 50% de conteúdo nacional, em quatro fases de nacionalização até 2026, quando termina o plano inicial de investimentos no País, de estimados R\$ 4,7 bilhões a R\$ 4,9 bilhões.

O plano de nacionalização, que compreende o período 2023-2024 (veja qua-

dro), foi divulgado pela primeira vez por Pedro Bentancourt, diretor de relações institucionais da GWM Brasil, durante o seminário Compras Automotivas, promovido por AutoData em maio. O executivo afirmou que a intenção da fabricante chinesa é usar ao máximo as potencialidades do parque de fornecedores no Brasil, em grande número instalados na mesma região da fábrica de Iracemápolis – um dos motivos que pesou na decisão de comprar a planta da Mercedes-Benz no interior paulista, no fim de 2021.

"A indústria de autopeças é basilar para os fabricantes de veículos no Brasil, foi o motivo principal que levou a Great Wall a

escolher o País para ter sua primeira fábrica completa na região das Américas”, destacou Bentancourt. “Com as condições atuais de câmbio e logística o ideal é que tenhamos o fornecedor o mais próximo possível.”

O recrudescimento da pandemia na China, onde a GWM nasceu há pouco mais de trinta anos, trouxe certo atraso aos planos de início de produção no Brasil, previsto para o começo de 2023 e já postergado em alguns meses. Isto porque muitos dos equipamentos utilizados na fábrica virão da matriz chinesa – mas nem todos, pois também há máquinas que vêm da Suíça e da Alemanha, como robôs industriais da alemã Kuka.

Nacionalização em quatro fases em Iracemápolis

FASE 1 – 2023 – LOCALIZAÇÃO DE 10%

- ✓ 1 modelo, SUV Haval H6
- ✓ Montagem final de veículo importado semidesmontado e pintado (SKD), com vidros, rodas e pneus nacionais.

FASE 2 – 2024 – LOCALIZAÇÃO DE 25%

- ✓ 2 modelos
- ✓ Solda de carrocerias e pintura de veículo importado desmontado (CKD), montagem final com adição de fornecimento nacional: além de vidros, rodas e pneus, inclui bancos, painéis, peças de interior, sistema de exaustão e tanque de combustível.

FASE 3 – 2025 – LOCALIZAÇÃO DE 50%

- ✓ 3 modelos
- ✓ Solda de carrocerias e pintura com partes importadas e peças estampadas nacionais, montagem final com inclusão de mais itens nacionais: além dos citados nas fases 1 e 2 componentes plásticos injetados, para-choques e chicotes elétricos.

FASE 4 – 2026 – LOCALIZAÇÃO ACIMA DE 50%

- ✓ 3 a 5 modelos
- ✓ Estamparia interna, solda de carrocerias, pintura e montagem final com inclusão de sistemas elétricos, refrigeração, trem-de-força e baterias nacionais, além dos itens das fases anteriores.

Enquanto isso a empresa começa a estreitar negociações com fornecedores locais para atingir o objetivo de até 2026 superar os 50% de conteúdo nacional nos carros feitos em Iracemápolis. Segundo Bentancourt a GWM formou um grupo de compras diretas e cerca de cem empresas da cadeia de suprimentos já foram contatadas.

NACIONALIZAÇÃO CRESCENTE

Até 2026 a GWM pretende concluir a ampliação da antiga fábrica da Mercedes-Benz, que poderá produzir até 100 mil veículos/ano, com 2 mil empregados diretos, com processos de estamparia, soldagem de carrocerias, pintura e montagem final.

O plano é fechar o primeiro ciclo de investimentos com a produção de três a cinco modelos no Brasil, SUVs das marcas Haval e Tank e picapes Poer, todos híbridos – fechados, com recarga da bateria só pelo motor a combustão, e plug-ins, que podem ser recarregados na tomada e rodam até 200 quilômetros com propulsão 100% elétrica.

Segundo revelou Bentancourt a GWM está desenvolvendo para o Brasil o powertrain híbrido flex, com motor bicombustível etanol-gasolina. Inicialmente o conjunto será importado completo da China, mas está no horizonte a possibilidade de nacionalização a partir de 2026. Mais adiante, no segundo ciclo de investimentos, de 2027 a 2032, com aplicação de mais R\$ 5,1 bilhões a R\$ 5,3 bilhões, a linha de produtos nacionais será ampliada e está em estudo a instalação no País de fábrica de baterias para veículos eletrificados da SVolt, uma subsidiária do Grupo Great Wall.

A empresa mantém unidades de produção na China, na Tailândia e na Rússia, e a brasileira será a primeira da GWM nas Américas: nasce dedicada exclusivamente a produzir veículos eletrificados.

“Ela será a base de expansão na região, com exportações para todos os países latino-americanos, incluindo México, e, sonhando um pouco mais alto, os Estados Unidos.”

Com vendas internas e externas a GWM tem a expectativa de faturar R\$ 30 bilhões por ano no Brasil a partir de 2026. ■

A REVOLUÇÃO DO 5G NA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA



Os maiores sistemistas correm para não perder negócios que podem superar um trilhão de euros na próxima década em produtos e serviços de mobilidade

O 5G é a evolução do serviço atual de redes móveis, o 4G. Um dos principais atrativos da nova tecnologia é oferecer altas velocidades com baixíssima latência, ou seja, o tempo de resposta ficará menor e a conexão mais estável.

Além disso, o 5G permite conectar muito mais dispositivos em uma mesma antena. O que torna possível, por exemplo, que empresas e até mesmo residências comecem a usufruir, de fato, dos benefícios do IoT (sigla em inglês para Internet das Coisas). O 5G permitirá conectar mais dispositivos à internet ao mesmo tempo, como smartphones, carros, relógios, equipamentos em carros, diversos sensores para o agronegócio e para a indústria em geral.

Uma das principais diferenças entre o 4G e o 5G está na velocidade de transmissão. Uma conexão 4G com excelente performance pode chegar a 100 Mbps. O 5G, por sua vez, pode oferecer velocidades 100 vezes maiores, ou mais, atingindo entre 1 e 10 Gbps.

A TIM realizou testes em seu laboratório, divulgados no início de maio, registrando um novo recorde em 5G SA (Stand Alone) (SA), atingindo uma velocidade de transferência de dados de 5.4 Gbps,

100 vezes maior do que o 4.5G e 100 vezes acima do registrado no 5G Dynamic Spectrum Sharing (DSS).

A outra vantagem do 5G, a latência, também tem diferença significativa quando comparamos com o 4G. Na tecnologia atual, o tempo de resposta pode ser de 50 a 70 milissegundos. Para o 5G, este dado pode ser de 1 a 5 milissegundos – ou seja, 10 vezes menos.

Os serviços na rede 5G poderão ser ofertados diretamente na rede pública da TIM ou na forma de redes privadas, customizadas para atender determinadas aplicações ou clientes específicos. Também é possível agregar novas tecnologias, como o Slicing de Rede (fatiamento), inteligência artificial e cloud computing.

O 4G permitiu ao consumidor aproveitar serviços relacionados a aplicativos de transportes ou e-commerce, como Uber e iFood, considerando a melhora no sistema de transmissão e localização; melhorou a qualidade de vídeo chamadas, a experiência de jogos em dispositivos móveis e a transmissão de vídeos ao vivo. Com o 5G, as aplicações citadas terão qualidade de transmissão muito superior, melhorando a experiência do consumidor.

“A TIM acredita que o 5G vai transformar as nossas vidas e os negócios nos planos B2C, B2B e B2B2C. O 5G SA (Stand Alone), que é o 5G puro, em seu estado da arte, terá papel primordial no ambiente de negócios e no surgimento da Indústria 4.0”, comenta Paulo Humberto Gouvea, diretor de Soluções Corporativas da TIM Brasil.

De acordo com Paulo, a tecnologia será essencial em aplicações críticas, como carros autônomos, trânsito inteligente e cirurgias à distância. “Além disso, o 5G SA (Stand Alone) será vital para a comunicação entre máquinas (M2M, Machine to Machine), acelerando-a ainda mais com a internet das coisas. Tudo aquilo que exigir altíssimas velocidades e baixíssimo tempo de resposta vai se beneficiar do 5G”.

Nesse novo ambiente que surgirá com o 5G, impactado principalmente pela digitalização da sociedade, as companhias de telecomunicações terão



Paulo Humberto Gouvea, diretor de Soluções Corporativas da TIM Brasil



Em 2021, TIM, Stellantis e Accenture lançaram primeiro piloto 5G SA (Stand Alone) para indústria automobilística no Brasil

o papel de facilitador da Indústria 4.0 para criação e desenvolvimento de novos produtos, serviços, tecnologia e inovação. O 5G será a alavanca para a nova economia e o Brasil pode evoluir muito em sua infraestrutura, com a criação de mais postos de trabalho e oportunidades que sequer existem ainda. Além disso, o 5G pode ajudar a aumentar a produtividade e reduzir perdas, além de incrementar a inovação na atividade econômica e científica brasileira.

Para o executivo da TIM, a massificação do IoT a partir do 5G vai criar um mundo de possibilidades em todos os segmentos econômicos. De acordo com estudo do Ministério da Economia, haveria um impacto de R\$ 249 bilhões até 2035, “decorrentes do aumento direto de produtividade com a implantação do 5G”.

“Mas a grande transformação do 5G se dará na cadeia produtiva. A adoção do 5G puro fará com que o Brasil assumira uma posição de vanguarda, como já ocorre na América Latina, e tenhamos uma grande

vantagem competitiva para implementação e melhoria de infraestrutura no continente, especialmente em relação aos países que ainda não têm essa tecnologia no resto do mundo”, comenta Paulo.

A TIM está preparada para iniciar a operação em todas as capitais do País tão logo o governo libere as frequências de 5G. A operadora foi a primeira a concluir a implantação do centro de operações e inteligência do 5G SA, algo fundamental para a oferta de redes e serviços para os clientes a partir da disponibilidade da frequência de 3,5GHz”.

Pioneira na implementação de “living labs” em vários estados do Brasil, a TIM iniciou sua preparação para oferecer 5G de alta qualidade há dois anos. “Hoje já oferecemos o 5G DSS, que agrega as frequências do 4G, e permite uma experiência diferenciada aos clientes, que evoluirá com a chegada do 5G SA (Stand Alone) na frequência 3,5GHz”.

Segundo Paulo, Curitiba já está conectada ao 5G na frequência de 2,3GHz. “A capital paranaense,

aliás, foi escolhida para ser a cidade-modelo do 5G. A cidade é modelo urbanístico para o Brasil e a América do Sul desde os anos 80 e se encaixa perfeitamente no nosso conceito de smart city”, destaca o executivo.

Com a quinta geração de internet, as cidades se tornarão inteligentes, evitando desperdícios e potencializando os seus recursos em prol de uma sociedade mais avançada. “Teremos ainda à disposição o avanço



da telemedicina, com cirurgias à distância; saltos na educação com ensino de qualidade à distância, qualificando ainda mais o brasileiro para os novos postos de trabalho que virão com a Indústria 4.0, o aprimoramento do internet banking, tornando o dinheiro cada vez mais digital. Esses são benefícios que já vemos e haverá muito mais, sem falar naquilo que ainda está por vir e sequer imaginamos ser possível, mas que será inventado e destravado a partir de novas necessidades e desejos que descobriremos neste novo cenário”, acrescenta.

Em 2021, a TIM, a Stellantis e a Accenture uniram-se para lançar o primeiro piloto 5G SA (Stand Alone) para indústria automobilística no Brasil aplicado ao ambiente industrial por meio de uma rede privada, que utiliza inteligência artificial e cloud computing de forma inédita. Depois de três meses de trabalho integrado, a primeira aplicação do sistema já está disponível e em testes no Polo Automotivo Stellantis de Goiana (PE).

O projeto foi viabilizado através da soma de expertises dos parceiros. A TIM foi escolhida como a provedora de telecomunicações responsável por fornecer a infraestrutura e rede 5G, implantando o núcleo de rede 5G SA (Stand Alone) na nuvem pública, constituindo um ambiente digital integrado. A função da Accenture é integrar a rede 5G com recursos de automação de imagem e análise de vídeo de seus ativos via sua oferta Solutions.AI for Processing para melhorar a segurança e a qualidade da produção de automóveis na fábrica, ao mesmo tempo que abre o caminho para futuros casos de uso de 5G.

Previsto em sua definição de protocolo o modo privado do 5G, permite a construção de rede de missão crítica específica para cada planta fabril, somada a evolução do 5G público o ganho de performance operacional para os diversos setores produtivos será exponencial. A TIM lidera esta oferta múltipla de cenários complementares de uso da tecnologia 5G no modo público e privado.

Para Paulo, a parceria com a Stellantis para a implementação de sistemas inteligentes de conectividade é um marco na indústria automotiva. “Desde outubro de 2020, a parceria com a Stellantis gera frutos importantes para o desenvolvimento da indústria automobilística brasileira. Acreditamos que a nova tecnologia vai revolucionar o setor e impulsionar ainda mais o desenvolvimento da Indústria 4.0. Somos líderes e pioneiros em projetos relacionados à Internet das Coisas e estamos investindo fortemente para que o 5G traga a transformação digital que almejamos para vários setores da economia brasileira”.

O executivo da TIM destaca que a tecnologia 5G SA (Stand Alone) permite usar a conectividade com flexibilidade em todo polo automotivo, propiciando a aplicação de diversos casos de uso de maneira ágil e transformando a planta industrial em um verdadeiro laboratório para desenvolvimento do 5G na indústria automotiva. “Nos antecipamos ao mercado e, de forma inédita e pioneira, movimentamos o ecossistema para o desenvolvimento do 5G levando nossa expertise para os clientes corporativos”, resume. ■

MWM fecha ciclo do biogás no pré-sal caipira

Fabricante de motores oferece solução completa com biodigestor, geração de energia e conversão de caminhões diesel para o gás

Por Pedro Kutney



Assista aqui a entrevista com José Eduardo Luzzi, CEO da MWM, no AutoData WebCon

Para se enquadrar na busca de soluções de descarbonização, hoje uma obrigação de qualquer empresa que queira continuar no mercado, a MWM Motores aposta no biogás, com oferta de soluções completas, que alcançam de ponta a ponta o ciclo do biocombustível gasoso no agronegócio, com potencial que já está sendo chamado de pré-sal caipira.

O processo oferecido vai desde a consultoria e a instalação de biodigestores em fazendas, envolve a produção de biofertilizantes e gás, canalizado e refinado para uso em geração de energia – por geradores MWM – e para alimentar caminhões, convertidos do diesel para usar biometano ou gás natural pela própria empresa.

José Eduardo Luzzi, CEO da MWM, destaca que o novo negócio em torno da economia circular do biogás tem boas possibilidades de avançar rápido nos próximos anos:

“O Brasil é o país que tem a maior diversidade e quantidade de biomassa do mundo, portanto, tem o maior potencial para produzir biocombustíveis. Hoje utilizamos menos de 2% da capacidade nacional de produção de biometano, usamos só 2 milhões de m³ e a estimativa é que poderíamos refinar até 120 milhões por ano. Para se ter ideia esse volume equivale a quatro vezes o abastecimento do gasoduto Brasil-Bolívia, substituiria 70% do consumo de diesel no País e poderia gerar 35% da energia elétrica necessária. Não é à toa que o biogás está sendo chamado de pré-sal caipira”.

Pensando nesse potencial nos últimos anos a MWM investiu R\$ 20 milhões para desenvolver motores a gás ciclo Otto, que servem tanto para seus geradores de energia como para equipar veículos comerciais. Luzzi conta que a ideia surgiu em 2019, quando a empresa lançou seus primeiros geradores completos e entrou em contato com clientes finais do agronegócio, interessados em assegurar o fornecimento de energia elétrica em suas propriedades, devido à instabilidade das redes públicas nessas regiões.

“Até então nossos clientes eram somente fabricantes de caminhões, ônibus e máquinas agrícolas a diesel. Quando começamos a



Divulgação/MWM

produzir geradores entramos em contato com esses clientes finais do agronegócio e percebemos que ali havia uma grande oportunidade de oferecer uma solução completa de economia circular viável e rentável, principalmente para pequenos produtores agrícolas."

Luzzi conta ainda que o potencial do novo negócio descarbonizado foi um dos pontos que pesou na decisão da Tupy de fechar a compra da MWM, em transação anunciada em abril e que deverá ser concluída até o fim deste ano.

DE PROBLEMA A SOLUÇÃO

Ao desenvolver o processo de produção e uso de biogás em fazendas o que era problema vira solução. Dejetos de animais e subprodutos da produção agropecuária, como o vinhoto que sobra da destilação da cana-de-açúcar, poluem a terra, os mananciais e emitem metano na atmosfera, gás de efeito estufa de quarenta a cinquenta vezes pior que o CO₂. O processo de extração do biogás justamente desses elementos elimina a

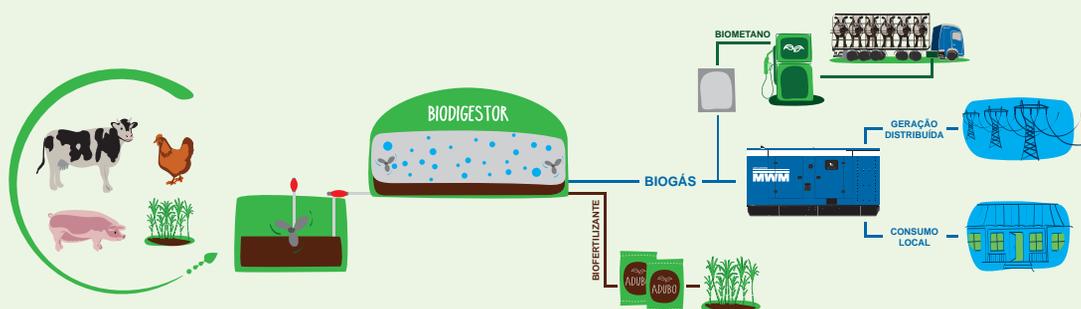
poluição e as emissões indesejáveis com duas vantagens: produz ao mesmo tempo biofertilizantes, que retornam ao meio ambiente nas plantações, e o biogás para uso em geração de energia ou transporte.

"Fazendo o processo inteiro dentro de sua propriedade o produtor tem muitas vantagens", aponta Luzzi. "Primeiro, economiza na compra de fertilizantes químicos importados. Depois continua economizando com uso do biogás para gerar a própria energia, que custa de 20% a 30% menos do que a comprada da rede pública. Com isso ainda ganha segurança energética, pois elimina o risco de perder a produção por falta de eletricidade em uma granja, por exemplo. Por fim pode produzir o seu próprio combustível para transportar seus produtos em caminhões a biometano, com custos operacionais ainda mais baixos."

A MWM começou este ano a vender a solução completa para propriedades rurais: "Fazemos a consultoria para avaliar a melhor solução para cada lugar e depois a instalação do pré-tratamento de resíduos,

BIOGÁS, BIOMETANO E BIOFERTILIZANTE SOLUÇÕES NA ECONOMIA CIRCULAR

GERADORES
MWM
geradoresmwm.com.br



Agropecuária limpa e sustentável



Descarbonização e tratamento de resíduos



Redução do custo de eletricidade



Energia segura e de qualidade



Previsibilidade energética

do biodigestor, do purificador de biogás, do gerador e da estação de abastecimento de biometano para veículos", observa Luzzi. Segundo ele está tudo dentro do pacote, inclusive o financiamento de fábrica em até seis vezes sem juros, ou por instituição financeira parceira que oferece planos de sessenta meses.

Já existem projetos em andamento. Em Minas Gerais o Sekita, um dos maiores produtores de hortaliças do País, também começou a produzir leite para tornar viável a produção de biofertilizante de alta qualidade para uso próprio – e terá o biogás como mais um produto deste processo. Também em Minas, na fazenda Palmito-Agropecuária REX, uma grande produtora de leite, a MWM está iniciando a instalação de uma usina de bioeletricidade que utilizará biogás de um sistema de biodigestão que já produz o biofertilizante para plantações de café na propriedade.

Embora o negócio esteja focado inicialmente no agronegócio Luzzi lembra que nada impede a produção e uso de biogás para geração de energia e transporte no ambiente urbano das cidades, onde também existem muitas fontes de extração, como aterros sanitários e estações de tratamento de esgotos: "Podemos aproveitar esse potencial também".



CONVERSÃO DE CAMINHÕES

O mesmo financiamento pode ser usado para converter caminhões para usar gás natural e biometano –os dois combustíveis gasosos têm a mesma estrutura química e podem ser usados sem distinção no mesmo motor. O serviço, segundo Luzzi, custa cerca de um décimo do preço de um veículo zero-quilômetro equivalente a diesel e ainda resulta em emissões muito menores de poluentes e CO₂.

"Com o valor de um caminhão novo nós podemos fazer de oito a dez conversões, que incluem a troca do motor, cilindros de gás, dutos e válvulas. Nós fazemos o serviço completo e damos garantia de fábrica. O proprietário não precisa se preocupar com nada. Ele terá um veículo com o mesmo desempenho de um modelo diesel, mas com mais economia: o biometano é 30% mais barato e o custo operacional é 10% menor."

Nesse processo o executivo lembra ainda que o motor diesel retirado fica com o dono do veículo, que eventualmente poderá reconvertê-lo se for mais conveniente para revenda.

Em maio a MWM começou a fazer a primeira transformação para gás de um caminhão médio de 23 toneladas, para cliente do setor sucroalcooleiro. Luzzi revela que "o ritmo está acelerado, com várias entregas já previstas para os próximos meses, além de muitas consultas".

A MWM desenvolveu inicialmente dois motores a gás para uso veicular e outros dois para seus geradores de energia. São propulsores ciclo otto de quatro ou seis cilindros, respectivamente de 4,8 ou 7,2 litros. O motor menor equipa geradores de 80 a 215 kVA e caminhões de 170 cv a 190 cv, o maior gera de 250 a 450 kVA ou impulsiona veículos de 260 cv a 315 cv.

Ao mirar pequenos produtores rurais a MWM lançou um gerador a biogás menor, de 40 kVA, impulsionado pelo seu motor 229, de três cilindros e 3,1 litros. Para quem precisa de mais força a fabricante fechou acordo com a Scania para o fornecimento de motores a gás de 13 litros e seis cilindros, capazes de gerar de 250 a 450 kVA. ■



Nossa estrela ilumina um caminho: o de um novo mundo mais sustentável!

“O Prédio Verde, na fábrica de Juiz de Fora (MG), é prova dessa realidade. Ele é autossuficiente para o consumo de água e energia solar, deixando de emitir 64,5 toneladas de CO2 na atmosfera por ano, o equivalente ao plantio de mais de 400 árvores!”

Marcos Marsola, gerente de planejamento de processo da produção da fábrica da Mercedes-Benz em Juiz de Fora (MG).

- Captação de energia solar e água da chuva
- Tratamento e reúso de água
- Coprocessamento de resíduos

Confira essas e outras ações em:

www.mercedes-benz.com.br/institucional/sustentabilidade

Mercedes-Benz



O berço perde filhos, renda e história



Foto: Adonis Guerra/Sindicato dos Metalúrgicos do ABC

Região do ABC enfrenta dificuldades para manter relevância e seu nome no mapa da indústria automotiva nacional

Por Soraia Abreu Pedrozo

Berço da indústria automotiva nacional que há mais de setenta anos começou a concentrar, ali, suas atividades de produção de veículos e de autopeças, o ABC paulista vive acelerado processo de desindustrialização, está perdendo os filhos que nasceram no primeiro polo automotivo do País – e junto com eles parte importante de sua renda e história. O

fechamento de fábricas e êxodo de empresas, nas últimas décadas, vêm reduzindo o tamanho do que ainda é a maior atividade econômica industrial do ABC, empobrecendo o PIB das sete cidades que compõem a região.

Os últimos e mais simbólicos capítulos dessa história de perdas foram escritos de 2019 para cá, primeiro com o encer-

ramento das atividades da Ford em São Bernardo do Campo – a fábrica que funcionou no bairro do Taboão por 65 anos, comprada da Willys pela Ford em 1967, foi demolida e está sendo transformada em centro logístico pela Construtora São José – e mais recentemente com o anúncio de fechamento da planta da Toyota na mesma cidade, onde inaugurou sua primeira unidade industrial fora do Japão, em 1962.

As duas ocorrências, no entanto, são apenas a ponta de um iceberg, pois muitas outras empresas do setor automotivo fecharam as portas no ABC nesse processo inconstante de derretimento industrial da região. Estudos apontam para a perda de fontes geradoras de receitas, encolhimento do emprego e ociosidade de galpões.

OCIOSIDADE E PERDA DE VALOR

Levantamento da economista, pesquisadora e doutoranda pela Universidade São Judas Tadeu, Gisele Yamauchi, mostra o tamanho do êxodo industrial nas sete cidades do ABC: ela catalogou até 2019 o total de 308 áreas ociosas, com tamanhos que variam de 5 mil m² a 1 milhão de m². São galpões, depósitos e armazéns vazios que já abrigaram atividades industriais na região e vêm sendo abandonados desde 1989. É provável que o número deles tenha aumentado ainda mais após 2020 em consequência dos efeitos da pandemia de covid-19.

“O número de galpões vazios é um retrato territorial da falta de planejamento industrial do País”, avalia a pesquisadora. “Quando não há a priorização do setor o que se vê é a fuga e o fechamento de empresas. Ocorre que desde o início da globalização, nos anos 1990, com o movimento de terceirização que fragmentou a indústria, o Brasil não consegue se posicionar.”

De acordo com estudo elaborada pelo Decomtec, Departamento de Competitividade e Tecnologia, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, Fiesp, de 2010 a 2019 o setor automotivo no ABC teve seu Valor da Transformação Industrial, VTI – índice equivalente ao PIB do segmento – reduzido em quase dois terços, de R\$ 35,4 bilhões para R\$ 12,4 bilhões, perda de R\$ 23 bilhões, ou 65%.

O setor, que ainda representa 30,5% do VTI do ABC, também responde pelas maiores perdas, 74% da redução de R\$ 30,9 bilhões que a indústria da região sofreu no mesmo período de dez anos – lembrando que quase todas as empresas no ABC são afetadas diretamente pelo desempenho negativo das fábricas de veículos e autopeças.

A perda de geração de valor do setor está diretamente relacionada com a queda de renda da população do ABC, via redução de empregos na indústria e na cadeia relacionada à produção de veículos, porque são postos mais qualificados e que remuneram melhor. Pesquisa realizada pelo Dieese em 2020 aponta que o rendimento

Indústria de Veículos e Autopeças no ABC

Valor da Transformação Industrial (VTI)

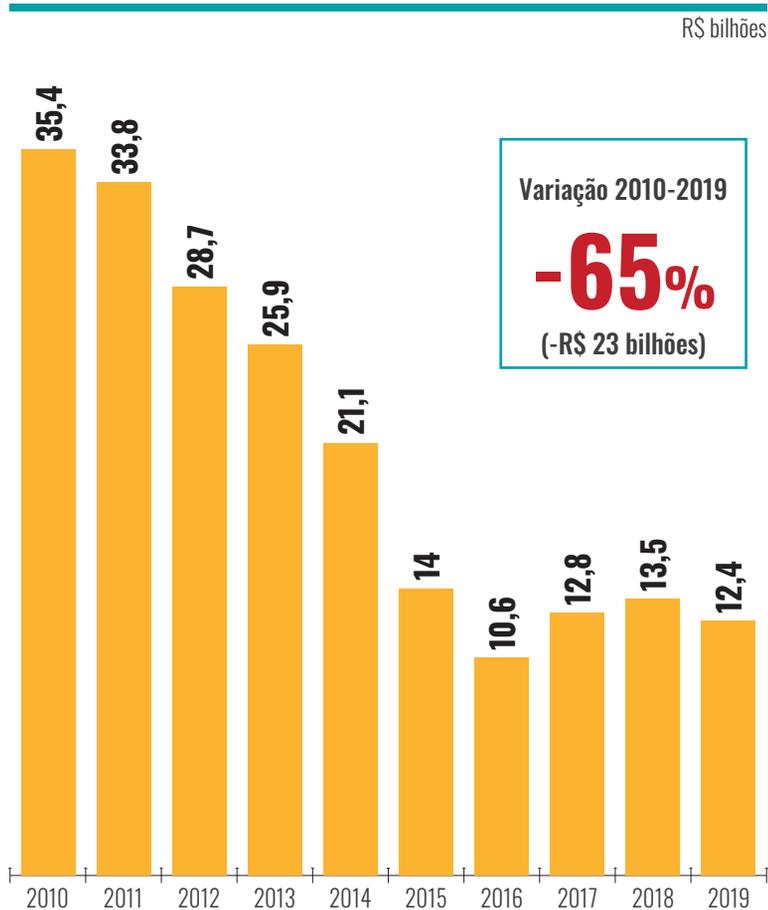




Foto: Adonis Guerra/Sindicato dos Metalúrgicos do ABC

médio do trabalhador da indústria regional era de R\$ 4,6 mil, enquanto os vencimentos de profissionais de outros setores, como serviços, comércio e construção civil, é de pouco menos de R\$ 2,9 mil.

Em 1989, dos 588 mil empregos formais no ABC, 363,3 mil eram na indústria, ou 61,7% do total. Trinta anos depois essa participação despencou a um quarto disso, 22,9%, com 166,1 mil vagas – índice e número que não pararam de cair após 2019 com mais fechamentos de indústrias na região.

O expressivo êxodo de empresas do setor automotivo de seu berço não é algo novo. Começou a partir da metade dos anos 1990. Com incentivos estaduais e federais do Regime Automotivo quase todas as fabricantes de veículos no ABC investiram bilhões para abrir fábricas em outras cidades e outros estados, atraindo seus fornecedores.

Foi o caso da Ford em Camaçari, BA, da General Motors em Gravataí, RS, da Mercedes-Benz em Juiz de Fora, MG, da Toyota em Indaiatuba, SP, e da Volkswagen em São José dos Pinhais, PR. E as novas entrantes que instalaram operações industriais no País na época, como Honda, PSA Peugeot Citroën e Renault, nem sequer cogitaram passar perto do ABC.

INICIATIVA PARA CONTER ÊXODO

Diante das evidências do encolhimento industrial da região entidades regionais

acionaram o sinal alerta para tentar, ao menos, conter o êxodo de empresas. A Agência de Desenvolvimento Econômico do Grande ABC encabeça movimento para promover debates e reavivar oportunidades. O primeiro passo nesse sentido foi a organização do seminário O Futuro da Indústria no ABC, realizado em 18 de maio na Universidade de São Caetano do Sul, USCS, que reuniu representantes de sindicatos, empresas, associações empresariais – incluindo a Anfavea –, universidades e governos municipais e do Estado.

Para se ter ideia de quanto está atrasada essa iniciativa o último evento do tipo que debateu a ociosidade de áreas industriais do ABC ocorreu em 1997. Ou seja, um hiato de 25 anos de perdas sem muita resistência.

A ideia agora é, após o evento, estabelecer o Fórum da Indústria do ABC, de caráter permanente, com sua primeira reunião agendada para meados de junho, para prosseguir nas discussões em torno de como manter e atrair empresas industriais à região, incluindo o fomento à adoção de novas tecnologias.

O presidente da Agência de Desenvolvimento Econômico do ABC, Aroaldo Oliveira da Silva, ressaltou que ao assumir o cargo, no ano passado, um dos grandes desafios colocados à sua frente é justamente o futuro do setor automotivo na região onde nasceu no País. Segundo ele uma das propostas pós-seminário é criar um



Foto: Gisele Yamauchi

Desenvolvido
pelas suas
estradas

Em um pneu SESTANTE
você encontrará todo nosso
conhecimento tecnológico e
nossa paixão pelo seu negócio.
Você percorrerá estradas em suas
jornadas e alcançará seus objetivos.
SESTANTE: a melhor ferramenta
para conduzir nas estradas.

SESTANTE

Uma Marca **PROMETON**



STEER

TRACTION

ON-OFF MULTIAXLE

parâmetro único para propor uma mesma lei de incentivos à inovação em todas as sete cidades do ABC, assim como uma mesma legislação para fomentar a indústria.

"Estamos tentando organizar as iniciativas existentes, pois há diversos embriões de ecossistemas regionais de inovação, como as propostas de parques tecnológicos e algumas ações por parte das universidades. Estamos pensando em quais outros esforços podemos fazer."

Estão nos planos da entidade encontros setoriais para os próximos meses e debates sobre o financiamento da indústria, o desenvolvimento de fornecedores, como internacionalizar o ABC ao potencializar o comércio exterior e como introduzir e lidar com as novas tecnologias da indústria.

"Boa parte das empresas na região está descolada da indústria 4.0 e da eletromobilidade, que são tendências no setor automotivo", lembra a pesquisadora Gisele Yamauchi. "Se tivéssemos uma estratégia voltada para a indústria poderíamos separar por leis de zoneamento a manutenção de áreas de uso predominantemente industrial, com atenção especial para as áreas ociosas perto de montadoras, a fim de preservar os espaços e atrair empresas da cadeia."

Silva, que também é diretor executivo do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, avalia que é importante realizar discussões sobre a transição para a eletromobilidade e a necessidade de renovação de frota. O dirigente contou que a Agência está desenvolvendo projeto em conjunto com a Universidade Federal do ABC para mapear algumas indústrias e pensar possibilidades para o futuro delas.

"Com as montadoras discutiremos a possibilidade de organizar uma atividade regional sobre mobilidade. O objetivo é que cada fabricante fale sobre suas perspectivas com relação à transição para a eletrificação, se passarão pelo híbrido ou irão direto para o elétrico. Precisamos saber das estratégias e estar em sintonia com elas, além de ao mesmo tempo pensar na cadeia da região, em como os fornecedores dessas empresas se adap-



tarão às mudanças. Precisamos planejar a reconversão dessas indústrias para a eletrificação. Para ontem."

ABC TEM ATRATIVOS, E CRÉDITOS

Antônio Megale, que presidiu a Anfavea de 2016 a 2019 e é um dos vice-presidentes da entidade representando a Volkswagen, participou do evento em nome da entidade. Para ele a região ainda guarda forte vocação automotiva e reúne qualidades difíceis de serem encontradas em outra localidade:

"Temos muita oferta de mão-de-obra qualificada. Estamos muito próximos do porto de Santos, o que facilita importações e exportações. Mas também temos muitos fornecedores bem ao lado. É muito melhor comprar componentes do outro lado da rua do que da China."

Megale reconhece que "outros estados, como Pernambuco e Bahia, fizeram convites agressivos e mesmo cidades do Interior paulista levaram a melhor em atrair a indústria nos últimos anos". Ele sugere que para conter o êxodo é preciso incentivar investimentos da cadeia de suprimentos, para



Foto: Ari Paleta

que essas empresas não fiquem tentadas a instalar unidades em outras localidades por causa de incentivos.

Uma dessas políticas, ele sugere, é fazer rodar os programas de devolução de créditos tributários de ICMS do Estado de São Paulo, acumulados principalmente quando as empresas exportam e com isso ganham direito de recuperar o imposto retido nas operações da cadeia: "Antes, quando tínhamos uma dor de barriga, batíamos na porta da matriz e eles nos ajudavam. Mas como a crise atual é mundial agora dizem que todos têm problemas e nos lembram que temos aqui de R\$ 5 bilhões a R\$ 6 bilhões em créditos das montadoras parados no governo do Estado, e nos mandam recuperá-lo".



Foto: Giselle Yamauchi

O executivo citou três programas por meio dos quais é possível recuperar esses recursos em troca de investimentos no Estado: Pró-Veículo, Pró-Ferramentaria e Pró-Ativo. Se estivessem rodando essas iniciativas irrigariam todo o setor. A Secretaria da Fazenda de São Paulo informa que os projetos apresentados pelos setores automotivo e de ferramentaria estão em fase final de avaliação, com previsão de conclusão "em breve".

Com relação ao Pró-Ferramentaria Megale lembrou que o programa foi criado a várias mãos na Agência de Desenvolvimen-

to Econômico do ABC, na época de sua gestão à frente da Anfavea. O programa procura tornar viável a compra por montadoras de ferramentais produzidos no Estado com os créditos de ICMS, que seriam monetizados, em um processo que pode beneficiar muitas empresas instaladas no ABC. Em janeiro de 2019 o compromisso de criação do Pró-Ferramentaria foi assinado pelo então secretário da Fazenda paulista, Henrique Meirelles, mas ainda não saiu do papel.

RISCOS REDUZIDOS

A despeito das questões com o governo paulista Megale garante não ver risco de saída das quatro montadoras ainda instaladas no ABC. Excluindo a Toyota, que já confirmou o encerramento de atividades industriais na região até o fim de 2023, Volkswagen, Scania e Mercedes-Benz, em São Bernardo, e General Motors, em São Caetano do Sul, devem continuar fixadas no berço do setor automotivo – e podem até crescer.

Megale lastreia sua avaliação em capacidade produtiva e cifras. Todas essas multinacionais mantêm suas sedes brasileiras e latino-americanas nas fábricas do ABC, têm centros de desenvolvimento de tecnologia nessas unidades e contam com investimentos em curso.

A GM, por exemplo, direciona mais da metade dos R\$ 10 bilhões que promete investir no Estado de São Paulo até 2024 para a antiga fábrica de São Caetano, totalmente modernizada para produzir a nova picape Montana a partir de 2023.

Na Volkswagen serão R\$ 7 bilhões na América Latina até 2026, que incluem o Centro de P&D de Biocombustíveis na icônica planta Anchieta.

Na Mercedes-Benz este ano será concluído ciclo de investimentos de R\$ 2,4 bilhões para finalizar a transformação da fábrica de São Bernardo com instalação de processos da indústria 4.0 – desde 2018 estão sendo instalados processos de produção digitalizada na unidade –, e lá será produzido ainda este ano seu primeiro ônibus elétrico no País.

Na Scania é aplicado R\$ 1,4 bilhão até 2024 para atualizar as linhas e dedicar parcela a projeto de combustíveis alternativos, como a produção de caminhões movidos a gás.

Para o vice-presidente da Anfavea as duas empresas que saíram da região foram motivadas por razões particulares. A Ford encerrou as atividades em São Bernardo por uma questão estratégica mundial, de parar de produzir caminhões, enquanto a Toyota – que desde 2001 só produzia peças na fábrica do ABC – está saindo porque quer otimizar suas operações em outras três fábricas no Estado, Sorocaba, Indaiatuba e Porto Feliz.

Além da logística facilitada e mão-de-obra especializada no ABC, Megale também reafirma que o setor espera que o mercado brasileiro voltará a crescer e que as montadoras utilizarão as fábricas para atender ao aumento da demanda: “Nós acreditamos nisso. E já temos capacidade instalada aqui. Não vou tirar daqui e levar para outro lugar. Talvez as fabricantes de caminhões [Mercedes-Benz e Scania] estejam usando um pouco mais do que as de veículos leves, mas ainda há espaço para aproveitar”.

A exceção ficaria por conta de plano que fizesse com que algumas dessas empresas resolvessem transformar toda sua capacidade de produção para fazer de veículos elétricos, por exemplo. Se isso acontecer



Foto: Adonis Guerra/Sindicato dos Metalúrgicos do ABC

talvez as instalações no ABC não sejam mais necessárias e a montadora pode resolver ir para outro lugar, conta Megale: “Mas a eletrificação virá ao Brasil em um ritmo diferente do de outros países. Não vejo ameaças no curto e médio prazos”.

Quanto à atração de novas empresas, entretanto, o executivo acha difícil, pelo fato de outros estados serem mais atrativos e oferecerem benefícios como incentivos tributários e terrenos: “Estamos dentro de um perímetro urbano, o que traz certa complicação. De um lado traz a vantagem de os profissionais poderem morar perto da fábrica mas, por outro, restrições como a circulação dos caminhões”.

Megale lembra que a região enfrenta as consequências de ser altamente industrializada e urbanizada ao mesmo tempo, e que por isso dispõe de poucas áreas livres disponíveis, além de ter preços de locação e custo de vida mais elevados.

Se é verdade que o berço do setor automobilístico nacional vem perdendo atratividade ao longo das últimas três décadas também é fato que a falta de planejamento urbano e econômico do Estado e dos municípios do ABC contribuiu bastante para o derretimento industrial da região. Afinal ninguém vai embora de onde é bem tratado, tem demandas atendidas e gera lucro. Talvez seja para tarde recuperar o que já foi perdido, mas ainda é tempo de manter o que se tem.

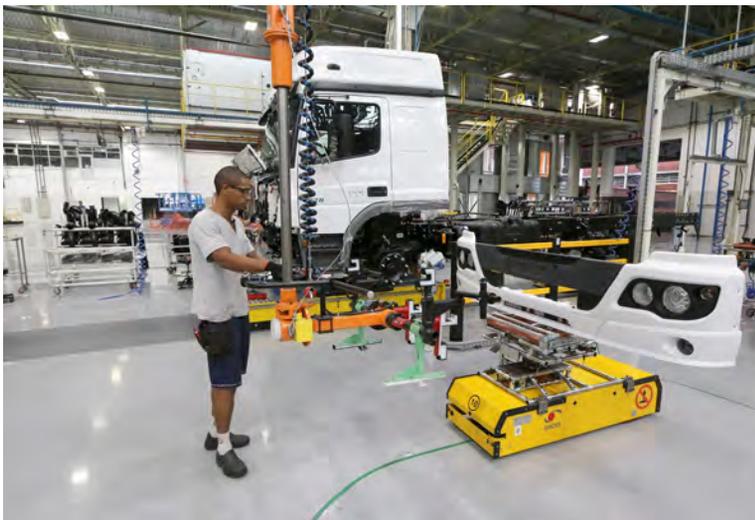


Foto: Adonis Guerra/Sindicato dos Metalúrgicos do ABC

PELO 2º ANO CONSECUTIVO RECEBEMOS O PRÊMIO TOYOTA COMO UM DOS MELHORES FORNECEDORES DO BRASIL.

Agradecemos a Toyota do Brasil pela confiança e parceria. Desta forma, renovamos nosso compromisso de buscar sempre a excelência visando um futuro cada vez mais sustentável.



TOYOTA

“Outstanding Performance Award 2022”

Com Stellantis Peugeot reencontra crescimento

Marca do leão passa por virada importante no mercado brasileiro, onde dobrou de participação em 2021 e almeja repetir a dose em 2022

Por André Barros

Na última década a Peugeot passou por uma espécie de crise de identidade no Brasil, com vendas e reputação em baixa. Mas a situação está mudando rápido e para muito melhor desde o ano passado, após a fusão da PSA com a FCA que originou o Grupo Stellantis, no qual a francesa é uma das catorze marcas. Este foi o melhor remédio para curar os males da Peugeot, que a partir de 2021 retomou o caminho do crescimento acelerado no País e é, até

o momento, a que mais aproveita as sinergias trazidas pela fusão.

Do lançamento do 208 produzido em Porto Real, RJ, em 2012, ao seu homônimo argentino, introduzido em 2020 nas linhas de El Palomar e construído sobre a plataforma CMF desenvolvida pela antiga PSA, muita coisa foi dita, muitos planos de marketing divulgados e refeitos, mas as vendas não saíam de um incômodo baixo patamar. A participação de mercado, em torno de 3%, há cerca de dez



anos chegou a descer a menos de 1% no fim da década passada.

É verdade que muitos esforços foram direcionados para acabar com a má fama da marca no mercado, especialmente após a transição do hatch 206 para o 207, que em terras brasileiras foi depenado de tecnologias para ficar mais barato. Peças caras e pós-vendas deficientes foram alguns selos estampados na Peugeot, e até hoje ainda há quem fale sobre isso, mesmo com avanços que são comprovados por pesquisas de opinião.

Coincidência ou não os rumos da Marca do Leão mudaram a partir da fusão com a FCA e a criação da Stellantis. No primeiro ano debaixo do guarda-chuva da nova corporação a participação de mercado dobrou, de 0,7% para 1,5%. Para 2022 o plano é dobrar novamente, conquistando 3% das vendas.

SINERGIAS E CRESCIMENTO

"É uma virada importante e bem rápida da marca no País", reconhece Felipe Daemon, chefe da Peugeot na América do Sul. Ele credita o bom desempenho a três fatores: a chegada da Stellantis, as pessoas que formam hoje a sua equipe por aqui e o seu principal produto, o 208, que em mais resultado de sinergias da fusão passa a ter opção de motor 1.0 produzido em Betim, MG – o mesmo Firefly que já equipa carros Fiat –, e assim o hatch passa a brigar em uma faixa consideravelmente maior de mercado.

Daemon veio da Fiat – outra sinergia –, uma marca que conhece como poucos os brasileiros. Ele mesmo admite que a fusão deu ganhos à Peugeot, considerada pelo COO da Stellantis para a região, Antonio Filosa, como o próximo ponto de atenção para crescimento da companhia.

"A troca de experiência dos mundos apartados da PSA e FCA trouxe ganhos comerciais. E mudou desde a maneira das pessoas agirem até a maneira de operar o negócio. Nossa equipe tem um olhar muito otimista, focado em enxergar mais as oportunidades do que os problemas. Trazem ideias, soluções, é equipe que,

independentemente do nível e da função, abraçou a nova estrutura."

Até na questão da identidade a Stellantis colaborou para encontrar uma solução. Havia, e ainda há, no posicionamento de mercado a indicação de que a Peugeot está próxima do segmento premium, por oferecer modelos com índice tecnológico superior e design diferenciado. Mas ainda faltava uma calibração melhor, uma forma melhor de passar isso ao cliente: "O 208 era reconhecido como um hatch superior do segmento B mas faltava algum nível de trabalho em cima da competitividade. Neste ponto o novo grupo de executivos foi ágil".

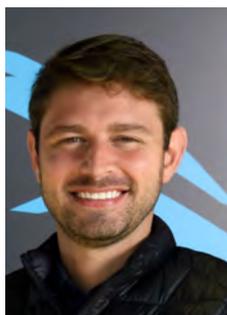
O motor 1.0 Firefly, conhecido por equipar os Fiat Mobi, Argo e Cronos, que em maio passou a compor o portfólio de versões do Peugeot 208, foi no intervalo de menos de um mês o segundo grande exemplo visível aos consumidores brasileiros das sinergias proporcionadas pela Stellantis à marca francesa. O primeiro foi um veículo inteiro, também produzido em Betim, o utilitário Partner Rapid, um Fiat Fiorino com emblema da Peugeot, que ampliou a presença da marca no segmento de veículos comerciais leves.

COM TOQUES DE PEUGEOT

O Firefly 1.0 desenvolve no 208 até 75 cv quando abastecido com etanol. Apesar de ser o mesmo, em essência, que equipa modelos Fiat, trouxe algumas alterações para ser aplicado na CMP, a plataforma modular da PSA herdada pela Stellantis.

No motor 1.0 do 208 são novos o alternador, motor de arranque, conversor, sonda lambda, tensionador e correia dentada, por exemplo. Foram desenvolvidos para o veículo pela equipe local de engenharia da companhia novos sistemas de escape, arrefecimento, chicotes, sistemas de admissão e suspensão do motor. O carro recebeu nota A nas medições de consumo Inmetro. A transmissão manual é a C513 Stellantis, também produzida em Betim e usada por modelos Fiat.

O 208, porém, segue seu planejamento de ser um degrau acima de seus concor-





rentes. Não vai, portanto, atacar a base do mercado: busca o consumidor mais exigente, disposto a pagar R\$ 73 mil em um hatch 1.0 aspirado, com câmbio manual, mas com boa oferta de equipamentos.

Traz de série, por exemplo, desde a versão Like, a central multimídia com tela de 10 polegadas e conexão sem fio via Apple CarPlay e Android Auto, luz diurna DRL no formato dente de sabre, o volante reduzido, computador de bordo.

Na versão Style, considerada pela Peugeot a mais completa dentre os 1.0 à venda no Brasil, também inclui teto panorâmico, carregamento de smartphone por indução e rodas de 16 polegadas, mas o preço sobe para R\$ 80 mil.

Com a introdução da versão 1.0, segundo Daemon, o 208 passou a concorrer em 88% da faixa de mercado dos hatches B. O modelo só fica de fora – ao menos por enquanto – da faixa dos 1.0 turbo. E a solução para isso também está em Betim, onde desde o ano passado é produzido o motor GSE turbinado de 130 cavalos que equipa o Fiat Pulse.

Daemon não falou em números, mas analisando o desempenho do 208 1.6 nos primeiros quatro meses do ano é possível imaginar em bom incremento de volume. As vendas somaram 7,9 mil unidades, um avanço de 155% sobre janeiro a abril de 2021.

COM TOQUES DE FIAT

Outro lançamento que agrega um pouco de Fiat ao portfólio Peugeot é o Partner Rapid. Ele e o Fiorino pouco se diferenciam: compartilham o motor 1.4, o tanque que proporciona autonomia de até 650 quilômetros, itens de segurança como assistente de partida em rampa, controle de tração e estabilidade, alerta de frenagem de emergência e capacidade de carga de até 650 quilos.

Mas a Peugeot oferece uma versão pé-de-boi, sem ar-condicionado, trio elétrico e outros itens de conforto, que a Fiat descartou ao renovar o seu utilitário. A opção Business, de entrada, sai por R\$ 101 mil 390 e a Business Pack por R\$ 106 mil 090, mesmo preço do Fiorino Endurance.

O Partner Rapid abre a linha de furgões comerciais leves Peugeot, composta também por Expert e Boxer, nas versões de carga, e a e-Expert, elétrica. Assim a marca alcança do pequeno comerciante ao grande frotista.

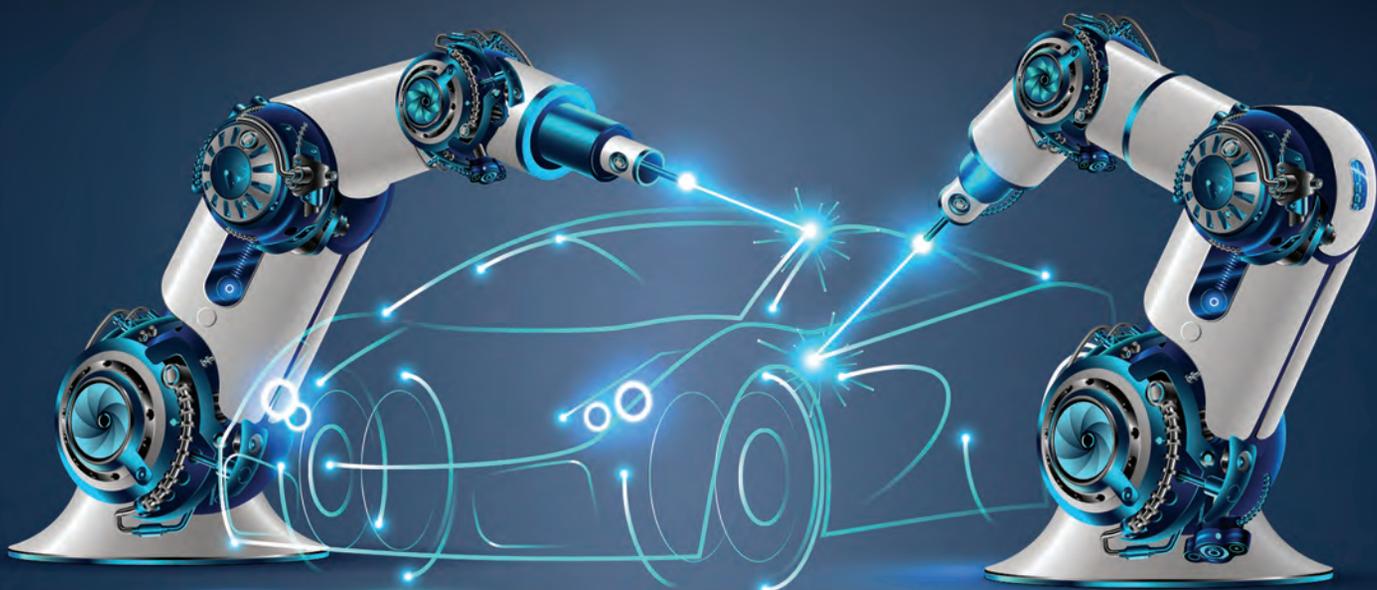
A empresa não acredita em competição do Fiorino com o Partner Rapid: julgam que o utilitário Peugeot atenderá desejos de clientes da marca que sentem falta do Partner do passado, que era importado da Argentina. E conquistará novos clientes, inclusive frotistas que já dispõem de utilitários Peugeot em suas garagens. ■

NEO STEEL

CADA VEZ MAIS PRESENTE NA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

Com plantas em São Paulo e Minas Gerais, atende a diversos segmentos da indústria com estruturas completas de assentos, subconjuntos e trilhos para sistemas de bancos, assim como produtos estampados e conjuntos soldados, entre outras soluções.

Conte com a NEO STEEL. Seu novo parceiro em componentes metálicos.



NEO
STEEL
www.neosteel.com.br

SP - Araçariçuama • MG - São Joaquin de Bicas



Toyota explora rotas para elétricos no Brasil

Com alternativas de híbridos, elétricos e células de hidrogênio, ideia é estimular a adoção de tecnologias

Por Pedro Kutney

A Toyota trouxe ao País pela primeira vez todas as suas opções de eletrificação veicular já disponíveis no Exterior, incluindo modelos híbridos plug-in Prius e RAV4, um Lexus elétrico a bateria e o Mirai, alimentado por células de hidrogênio. Nenhum está à venda no Brasil, ao menos por enquanto, e aqui eles se juntam aos híbridos flex Corolla e Corolla Cross, já produzidos e vendidos no mercado brasileiro há quase três anos.

Ainda não há planos divulgados para vender ou produzir no Brasil nenhum dos

modelos importados há cerca de um mês para demonstrações. A ideia da Toyota é mostrar à imprensa, fornecedores, governo e clientes todas as opções de veículos eletrificados que já têm à mão, para identificar as oportunidades e o potencial que eles teriam no País.

“É preciso um caminho claro e previsível para traçar nosso plano de descarbonização. Vamos conversar com a sociedade para escolher as rotas tecnológicas mais adequadas”, explica Rafael Chang, presidente da Toyota do Brasil.



Fotos: Pedro Kutney

Com o Mirai à frente, Toyota mostra na pista de testes de Sorocaba todas as opções de eletrificação já disponíveis.

Ele e o time de executivos e engenheiros da empresa planejaram uma extensa agenda de apresentações dos carros eletrificados a diversos públicos ao longo das próximas semanas, incluindo membros do governo como assessores, secretários e ministros das pastas do Meio Ambiente, Minas e Energia e Economia, dentre outros.

"Muitas dessas tecnologias que estamos demonstrando agora vão existir simultaneamente. Dependendo da cidade ou região onde esses veículos são usados, uma pode ser mais adequada que outra. Por isso

trouxemos todas as opções disponíveis, queremos discutir e escolher os melhores caminhos", aponta Chang.

Segundo Chang o objetivo é sensibilizar e estimular o planejamento público e privado a escolher as rotas tecnológicas de descarbonização que o País precisa adotar. "Imagine que precisamos planejar o que vamos fazer daqui a cinco anos ou mais. Há vários caminhos e provavelmente vamos seguir por mais de um. Então precisamos saber em que vamos investir e ter a segurança de que não haverá mudanças drásticas que iriam tornar inviáveis ou perder os investimentos feitos."

DO HÍBRIDO FLEX AO PLUG-IN

Chang evita dar pistas do planejamento de curto e médio prazos da Toyota no País, apenas diz ser natural pensar que no futuro todas as tecnologias demonstradas agora deverão estar disponíveis aqui também. Para começar pelo mais básico, o executivo destaca que é preciso ganhar mais escala para nacionalizar o powertrain do Corolla e Corolla Cross híbridos flex já produzidos respectivamente em Indaiatuba e Sorocaba, SP, com motorização, bateria e central de controle importadas do Japão.

A versão flex do trem-de-força com motor bicombustível etanol-gasolina foi desenvolvida no Brasil. Abastecido com álcool, o carro emite menos CO₂ do que um elétrico puro na Europa, porque cerca de 90% das emissões da queima de biocombustível são reabsorvidas pela própria plantação de cana.

Desde o lançamento do sedã, em 2019, e do SUV, em 2021, mais de 40 mil modelos híbridos flex foram vendidos. De 30% a 40% das vendas do Corolla e Corolla Cross no País são versões híbridas, equipadas com motor 1.8 e bateria de níquel-hidreto metálico de 1,3 kWh, recarregável exclusivamente pela motorização a combustão, para alimentar a tração elétrica em baixíssima velocidade ou como força auxiliar em modo híbrido.

O próximo passo natural desse processo, ainda não confirmado pela Toyota, seria introduzir no mercado local e produzir nas

fábricas brasileiras versões híbridas plug-in flex desses veículos, já que o motor a combustão usado é o mesmo 1.8 dos Corolla. A diferença para o híbrido fechado é que o modelo plug-in tem bateria de lítio com maior potência, de 3,8 kWh, por isso pode rodar em modo 100% elétrico de 40 a 70 quilômetros e também é recarregado na tomada – por oito a dez horas na rede doméstica de 110V/20A ou quatro horas em um wall box.

O problema é que o powertrain híbrido plug-in é cerca de 35% mais caro do que o híbrido fechado e a Toyota teme não alcançar volumes necessários para nacionalizar o projeto ou vender o produto com preço competitivo. Chang não nega nem confirma que a introdução da tecnologia no País esteja próxima, apenas sorri bastante quando se fala no assunto.

OPÇÕES 100% ELÉTRICAS

Outra opção demonstrada é o SUV compacto Lexus UX300e, um BEV, Battery Electric Vehicle, cuja versão híbrida fechada UX300h já é vendida no Brasil. O modelo da marca de luxo da Toyota foi lançado há cerca de um ano na Europa – é a primeira

aposta 100% elétrica da fabricante, que até então não tinha confiança na solução, mas foi vencida por tendências e legislações que empurraram todos os concorrentes para lançar BEVs em profusão nos mercados desenvolvidos.

O Lexus UX300e é um BEV de luxo, com desempenho esportivo, autonomia de até 300 km e equipado com baterias de lítio de 54 kWh, que são recarregadas em 30 horas na tomada 110V/20A, oito a dez horas no wall box ou em uma hora para receber 80% da carga nos poucos recarregadores rápidos instalados em pontos públicos.

O carro bem que poderia ser importado ao Brasil já. É isento de imposto de importação e tem credenciais para concorrer aqui com modelos elétricos Volvo, Audi, BMW ou Mercedes-Benz. Mas a Toyota é sempre mais cautelosa que os concorrentes e prefere esperar por demanda maior.

ELETRICIDADE DO HIDROGÊNIO

A fabricante também trouxe para demonstrar no Brasil pela primeira vez sua mais sofisticada – e cara – opção de eletrificação: o Mirai, um luxuoso sedã-cupê elétrico alimentado por células de combus-

O Lexus UX300e: primeira aposta 100% elétrica da Toyota, ao lado de híbridos plug-in e flex.





O Corolla Cross híbrido flex: único powertrain eletrificado da Toyota disponível e produzido no Brasil até agora.

tível, uma espécie de gerador eletroquímico que extrai eletricidade do hidrogênio, emitindo apenas vapor d'água no processo.

O Mirai é 100% tracionado por um potente motor elétrico, mas o abastecimento é bem mais simples do que um BEV, encher o tanque com hidrogênio é quase tão rápido e conveniente quanto abastecer um carro a combustão. A autonomia também é similar ou até maior, chega a 600 quilômetros.

O desenvolvimento da propulsão elétrica com células de hidrogênio é antigo na Toyota, soma mais de duas décadas, mas só recentemente foi alcançada a viabilidade econômica, ainda que seja uma opção cara de eletrificação.

O primeiro protótipo do Mirai no início da década passada custou mais de US\$ 1,5 milhão, mas o custo caiu após o início da produção comercial no Japão, em 2015, com apenas setecentas unidas no primeiro ano. Hoje o volume chega a 20 mil/ano. Nos Estados Unidos, com incentivos do Estado da Califórnia, o preço da versão de entrada é de US\$ 55 mil, equivalente a modelos mais luxuosos naquele mercado.

Embora no horizonte visível não existam planos de vender o Mirai no Brasil, a Toyota trouxe uma unidade para experiências no País e instalou dentro da fábrica de Sorocaba uma estação de recarga abastecida pela White Martins, que envasa em cilindros

em Vinhedo, SP, o hidrogênio produzido em outras unidades por meio de eletrólise ou extraído de gás natural. Até agora a empresa só fornecia hidrogênio para fins industriais no País. Decidiu participar do projeto da Toyota para testar as potencialidades no campo veicular.

Guilherme Ricchi, diretor de negócios da White Martins, explica que o País tem grande potencial para produção e uso de hidrogênio verde, como é classificado o gás extraído da água por meio de eletrólise com uso de energia elétrica limpa. Isso porque a extração do gás de combustíveis fósseis com reformadores químicos gera emissões de CO₂.

"O Brasil reúne características e condições para produzir hidrogênio verde em larga escala, porque 80% da energia da rede vem de fontes renováveis, principalmente de hidrelétricas, sem contar o enorme potencial da geração eólica e solar que está só começando".

Outra fonte de hidrogênio é o etanol, do qual pode se extrair o gás com reforma química com baixa emissão de CO₂ que pode ser integralmente reabsorvido pelas plantações de cana, assim como acontece na queima do biocombustível em motores a combustão. Mais uma oportunidade para o Brasil embarcar nessa rota alternativa de eletrificação. ■

Era das parcerias em busca da inteligência veicular



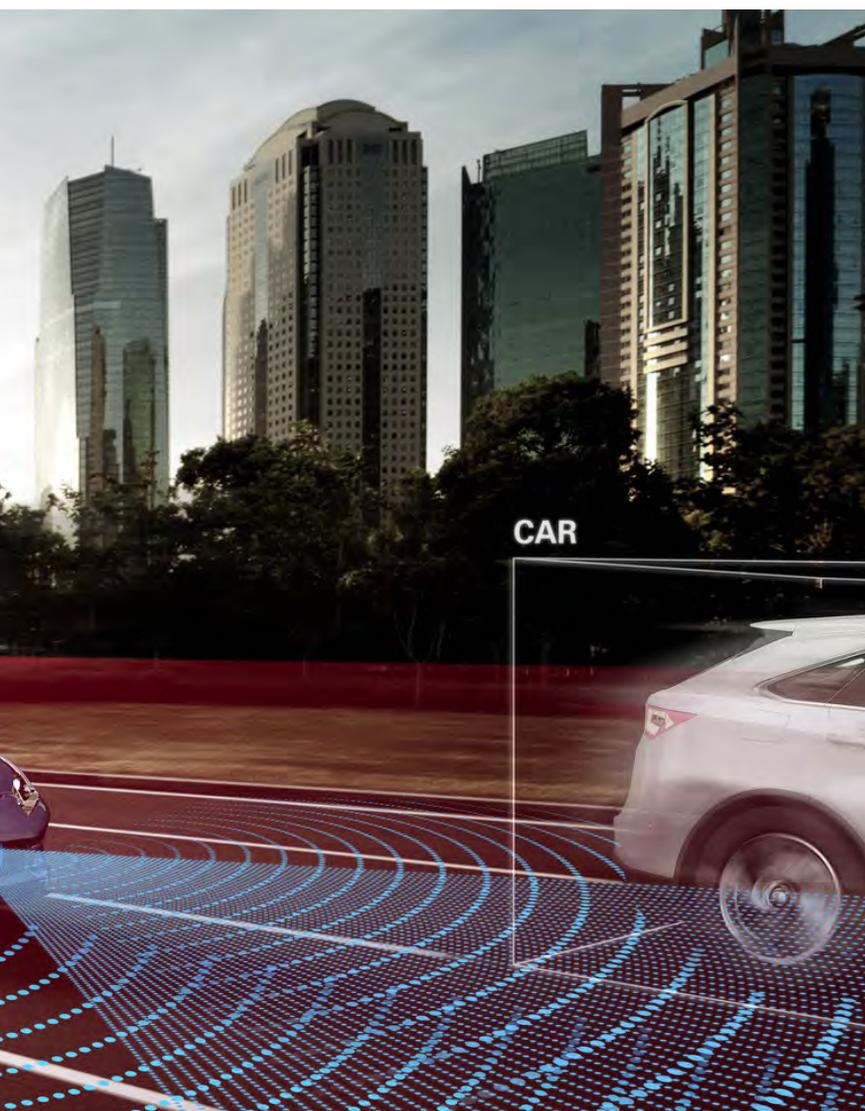
Desenvolvimento de veículos autônomos depende de trabalho conjunto de empresas com experiência em diversas áreas de conhecimento, prática que tem unido montadoras, startups e até concorrentes

Por Hairton Ponciano Voz

Imagine uma rua com um buraco na via ainda não sinalizado ou uma obra, sob forte chuva ao cair da noite, veículos vindo na direção contrária e pedestres transitando pelo local. O exemplo hipotético, citado pela ZF, é apenas um dos desafios que fornecedores de sistemas, montadoras e startups estão enfrentando no desenvolvimento de carros autônomos.

O caminho – tanto o imaginário como o real – é cheio de obstáculos. E nessa rota nenhuma empresa consegue chegar ao destino sozinha, sem parcerias. A busca pela automação inteligente dos veículos requer a união de empresas que dominam várias especialidades.

Nomes até há pouco tempo associados a computadores, como Intel e Qualcomm,



Divulgação: ZF

já foram incorporados ao mundo automotivo, fornecendo processadores cada vez mais rápidos. Isso porque, nos automóveis, eles são os cérebros que devem decidir em fração de segundos se o carro para, acelera ou faz curva – e para que lado.

A Bosch reforça a ideia com outro exemplo, comparando o desenvolvimento da direção autônoma a uma competição em que é preciso dominar diversas modalidades. Um veículo autônomo deve sentir, pensar e agir. O carro autônomo sente por meio de sensores, pensa com um processador ultrarrápido que traduz as informações e age utilizando atuadores que executem as funções necessárias mais rápido que seres humanos. É

o mesmo que transformar um veículo em um ser pensante que toma decisões de acordo com sensações que colhe do meio ambiente.

PENSAMENTO MUITO RÁPIDO

A Nvidia, empresa da Califórnia especialista em computação e IA, inteligência artificial, apresentou este ano o Drive Hyperion 8, uma plataforma aberta dotada de um computador de alto desempenho e com sistemas redundantes. Isso significa que toda informação que chega ao cérebro eletrônico vem com uma confirmação, que garante a segurança da operação em caso de falha de uma das partes do conjunto. A plataforma monitora e coleta informações do ambiente em volta do veículo com doze câmaras de última geração, doze sensores ultrassônicos, nove radares, três câmaras de detecção interna e um sensor Lidar frontal.

Uma nova versão do sistema, denominado Hyperion 9, estará disponível a partir de 2026, com mais câmaras, catorze, mais sensores Lidar, três, e mais sensores de ultrassom, vinte. A Nvidia acrescenta que seu cérebro eletrônico terá o dobro de capacidade de processamento com relação ao Hyperion 8, aumentando a segurança e a capacidade de condução autônoma.

A empresa também desenvolve um mapa digital 3D que orientará seu sistema de direção autônoma. Até 2024 o objetivo é mapear 500 mil quilômetros de estradas na América do Norte, Europa e Ásia. Os próprios usuários expandirão e atualizarão os dados.

A Nvidia, que se tornou famosa pela produção placas de vídeo de alta velocidade para videogames, é uma das parceiras da ZF, tradicional fornecedora do setor automotivo, no desenvolvimento de sistemas de direção autônoma. A sistemista alemã desenvolve um supercomputador nomeado ProAI – o AI faz referência ao uso de inteligência artificial – apresentado no ano passado. De acordo com a ZF ele dispõe de capacidade de processamento flexível de 20 a 1 mil teraOPS, trilhões de operações por segundo.



Divulgação/Mercedes-Benz

A empresa informa que o supercomputador funciona com várias formas de system-on-chip, ou seja, com processadores de diferentes fabricantes. Também pode ser operado com software da ZF ou de fornecedores terceirizados.

Outra sistemista alemã, a Bosch recentemente anunciou a aquisição da conterrânea Atlatec, especializada em mapas digitais 3D de alta resolução. Desmembrada do Karlsruhe Institute of Technology em 2014 a Atlatec emprega cerca de 25 pessoas na Alemanha, Japão e Estados Unidos. Segundo a Bosch o domínio dessa tecnologia é indispensável para o desenvolvimento de veículos autônomos de nível 4. A empresa deverá ser incorporada à divisão Bosch Cross-Domain Computing Solutions. O valor da compra não foi revelado.

A Bosch também mantém parceria com a Cariad, subsidiária do Grupo Volkswagen, para acelerar o lançamento de funções de direção semiautônomas e autônomas.

AUTOMAÇÃO DE NÍVEL 3

A BMW vem trabalhando com várias parcerias e recentemente lançou na Alemanha o sedã de luxo Série 7 com nível 3 de automação. Nesse estágio é possível soltar as mãos do volante e o veículo se encarrega de fazer as curvas sozinho. O semiautônomo de nível 2 já é capaz de realizar correções de direção, mas o

veículo alerta o motorista para assumir o comando se detectar que as mãos estão fora do volante por alguns segundos.

Para chegar a este ponto e ir além a empresa mantém parcerias que incluem nomes como Intel, Qualcomm e Mobeleye, e de concorrentes como Stellantis e Mercedes-Benz. A propósito a Mercedes apresentou quase ao mesmo tempo que a rival – e parceira – o Classe S e o elétrico EQS já preparados para o nível 3 de automação.

A parceria da BMW com o Grupo Stellantis envolve engenharia, recursos técnicos e capilaridade geográfica na América do Norte. Com a rival Mercedes o objetivo é buscar sinergias que serão úteis para a próxima geração de autônomos.

Nessas parcerias a ideia central é que para funcionar os carros autônomos precisam conversar com outros veículos, de qualquer marca, e com a infraestrutura da cidade, como semáforos, ruas e placas de sinalização. Os sistemas de direção autônoma precisam, portanto, conversar uns com os outros. Para desenvolver esses processos desde 2018 a BMW dispõe de um campus em Unterschleissheim, Alemanha, específico para testes e desenvolvimento de modelos autônomos e semiautônomos.

Outra condição básica para a automação é a comunicação ultrarrápida de dados, em rede de internet 5G, que possibilita a troca de informações de vários sistemas, móveis e fixos, sem latência.

Da mesma forma como o 4G não supre as demandas de automação de nível 3 câmaras também precisam ter alta definição. A BMW está empregando câmaras de 8 megapixels e processadores da Intel. São sistemas que serão cada vez mais dotados de inteligência artificial, o que permite desenvolver atividades mais complexas.

No sedã de luxo Série 7, por exemplo, o estacionamento automático evoluiu com relação às gerações anteriores e já dispensa o motorista das funções de acelerar, frear e alternar o câmbio para frente e para trás.

MIGRAÇÃO PARA OUTROS MODELOS

Após estrear nos automóveis mais caros da BMW, caso do Série 7, e da Mercedes no Classe S e EQS, as tecnologias autônomas devem migrar rápido para modelos mais acessíveis, segundo avalia o gerente de produtos da Mercedes-Benz, Evandro Bastos. Ele diz que novos veículos ou mesmo futuras reestilizações podem incorporar o seu pacote de automação Drive Pilot.

Inicialmente a Mercedes adotou a estratégia de oferecer o sistema de automação em um pacote opcional, que na Alemanha custa € 5 mil para o Classe S. Bastos acredita que o ganho de escala poderá tornar a tecnologia mais acessível com o tempo.

Por enquanto os dispositivos só estarão disponíveis na Alemanha, único país que aprovou o uso de automação nível 3. Nos Estados Unidos a autorização começa a valer no fim deste ano somente em dois estados, Califórnia e Nevada.

E no Brasil? Além da dependência de uma ampla rede 5G, o executivo da Mercedes lembra que um veículo autônomo depende de sinalização precisa na via para funcionar bem. É o caso, por exemplo, da necessidade de placas de trânsito instaladas em uma altura padrão, para que consigam ser corretamente interpretadas. Em vista disso, a liberação de nível 3 no Brasil deve demorar. Além disso, provavelmente a legalização, quando for

escrita e adotada, deverá ser aprovada não no País inteiro, mas por estados ou mesmo por cidades.

SALTO AO NÍVEL 4

Em uma convergência de interesses o então grupo FCA, Fiat Chrysler Automóveis – transformado em Stellantis após a fusão com a PSA em 2021 – já em 2017 se aproximou da Waymo, startup que nasceu em 2009 nos Estados Unidos como divisão da Google, para desenvolver sistemas de direção autônoma utilizando vans Chrysler Pacífica em testes de campo.

De acordo com Breno Kamei, chefe de produto e planejamento da Ram no Grupo Stellantis, em vez de ir evoluindo a automação aos poucos, de nível por nível, a estratégia na parceria com a Waymo foi partir sem escalas para o nível 4, em que motorista não é mais necessário. Kamei garante que a estratégia um tanto arriscada deu maior velocidade ao desenvolvimento.

Nos últimos cinco anos o executivo conta que as Pacíficas autônomas já rodaram em conjunto mais de 30 bilhões de quilômetros. Mesmo assim ele ainda vê muito trabalho pela frente: "Os sistemas funcionam muito bem em estradas, mas no anda-e-para das cidades não funcionam tão bem".

Os cérebros artificiais – e as parcerias que os criam – já fazem muitas coisas. Mas ainda não fazem tudo. ■



Divulgação/Bosch

Atrás da evolução

A indústria de autopeças cresceu no País, o faturamento mais que triplicou em três décadas, mas setor foi atropelado pela globalização e ficou para trás em escala e tecnologias

Por Pedro Kutney

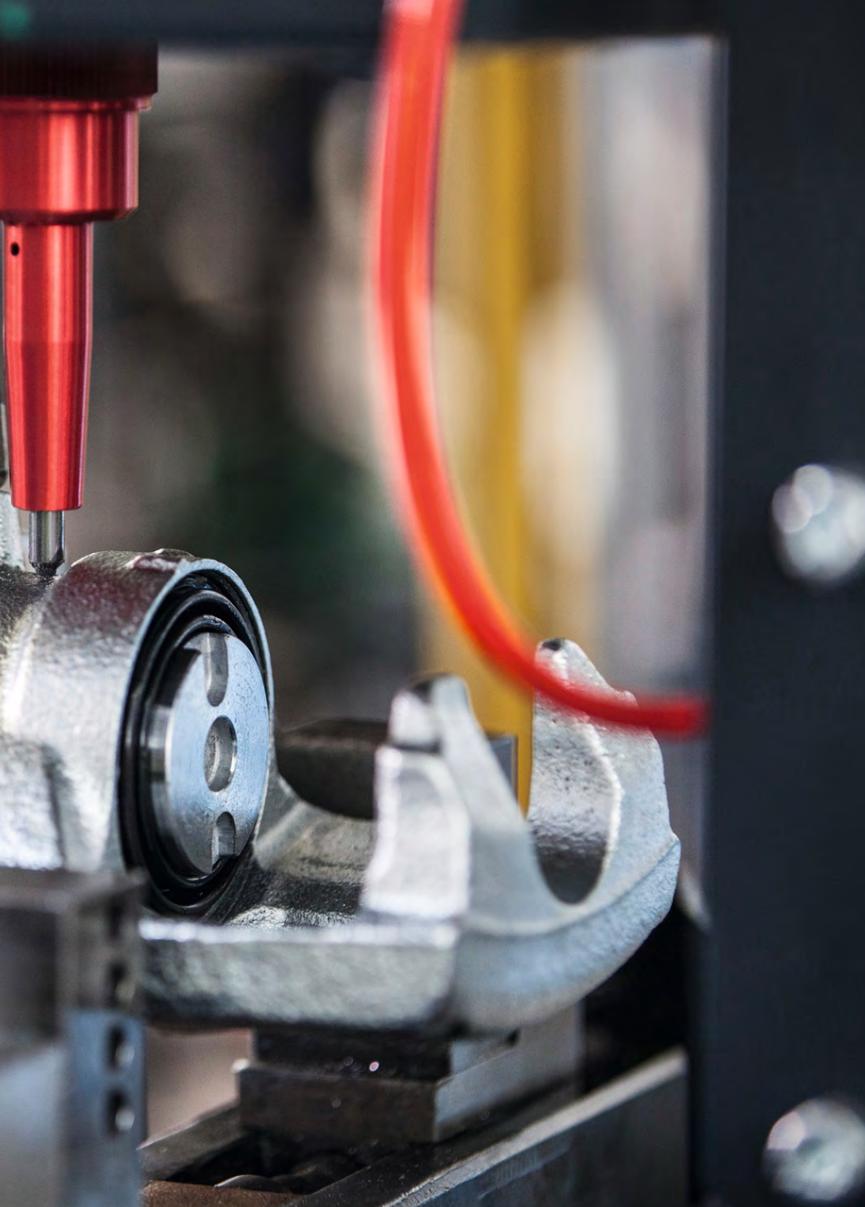
O Brasil é um caso raro no cenário global automotivo: é um dos dez maiores fabricantes de veículos do mundo, não tem produção tão alta quanto os líderes do ranking mas exibe uma das mais amplas e diversificadas cadeias automotivas. O País exibe grande concentração de fabricantes em um único mercado, vinte ao todo, que produzem carros e comerciais leves de dezesseis marcas, além de sete de caminhões e ônibus. Eles sustentam uma rede de fornecedores de autopeças e sistemas automotivos que passou por muitas disrupções ao longo dos últimos trinta anos, mas vem resistindo.

Recém-empossado na presidência da associação dos fabricantes de veículos, a Anfavea, Márcio de Lima Leite entende

que o parque de fornecedores nacional é uma vantagem competitiva para o setor do País: "O grande diferencial da indústria automotiva brasileira é ter essa ampla cadeia de fornecedores. Nós não queremos ser meros distribuidores de veículos, somos fabricantes, por isso precisamos cuidar dessa base industrial, que precisa acompanhar a evolução tecnológica global do setor para garantir nossa competitividade internacional".

Atropelada pela globalização nos anos 1990 a indústria muito nacional de autopeças tornou-se multinacional, sempre correndo atrás de escala e evoluções sem fim. Evoluiu, mas muitas vezes fica para trás em escala e tecnologia devido aos custos mais altos do Brasil com relação a outros países, o que vem provocando a





Divulgação/ZF

desindustrialização do setor – nem tanto no número de empresas, mas em redução da produção de componentes nacionais.

Ainda assim é notória a expansão do setor ao longo de três décadas, quando o faturamento das empresas associadas ao Sindipeças foi multiplicado por três, de US\$ 10 bilhões em 1992 para US\$ 30 bilhões em 2021, com pico de US\$ 54,5 bilhões alcançado em 2011 – graças à produção acima de 3,4 milhões de veículos e do câmbio valorizado que naquele ano oscilou de R\$ 1,60 a R\$ 1,90.

O problema é que o setor é muito parecido com a sociedade brasileira: extremamente desigual. Segundo o Sindipeças 95% do faturamento da cadeia ficam com as grandes empresas do setor, que representam menos de um terço das quinhentas empresas associadas à entidade.

Com esse tamanho e desigualdade a indústria de autopeças no País é associada à imagem de um gigante de frágeis pés de barro, em que dois terços dos negócios estão no andar de baixo da cadeia, são fornecedores dos fornecedores que têm baixo faturamento e poucos recursos a investir – o que gera desindustrialização e distorções, como sistemistas e montadoras que precisam importar componentes básicos como peças fundidas em falta no País.



Divulgação/ZF

VIRADA DO ATRASO

Após a chamada década perdida da economia nacional os anos 1990 chegaram com confisco de dinheiro nos bancos, inflação que após isso resistiu acima dos 1 mil por cento ao ano, e um presidente da República que em raro momento de honestidade chamou os carros nacionais de “carroças” – e reabriu as importações de automóveis fechadas desde os anos 1970.

Os anos de proteção de mercado custaram caro: os veículos produzidos no País tinham visível atraso tecnológico, eram vendidos a preços exorbitantes, com impostos igualmente escorchantes, em mercado pequeno e estagnado que não passava de 700 mil unidades/ano, com produção de menos de 1 milhão e exportações paradas na casa de 200 mil.

"O momento era difícil, os níveis de escala e produção eram insuportáveis", lembra Paulo Butori, conselheiro do Sindipeças que foi presidente da entidade por 22 anos, de 1994 a 2016. "Muito difícil."

Com a indústria à beira do abismo a salvação veio com a Câmara Setorial Automotiva, concertação de governo, empresários e trabalhadores do setor que fechou três acordos, em 1992, 1993 e 1995, com redução de margens e impostos para baixar os preços dos carros e assim criar mercado suficiente para sustentar a cadeia e garantir investimentos.

Nessa época foi criado o carro popular 1.0 de até US\$ 7 mil, com IPI reduzido a 0,1%, o que multiplicou as vendas. Após os acordos da Câmara Setorial os níveis de produção saltaram para a casa de 2 milhões de unidades no fim da década. A indústria e sua cadeia foram salvas pelo volume, pois evoluções tecnológicas ainda tardariam a acontecer.

Na pindorama do início dos anos 1990 os veículos ainda usavam carburadores, a maioria das caixas de câmbio tinham só quatro marchas à frente, trio elétrico era coisa de carnaval na Bahia, pois vidros, retrovisores e travas só eram acionados ou ajustados por força manual, assim como as pesadas direções mecânicas, que sem nenhuma assistência desafiavam os mais fracos nas manobras. Naquela época cer-

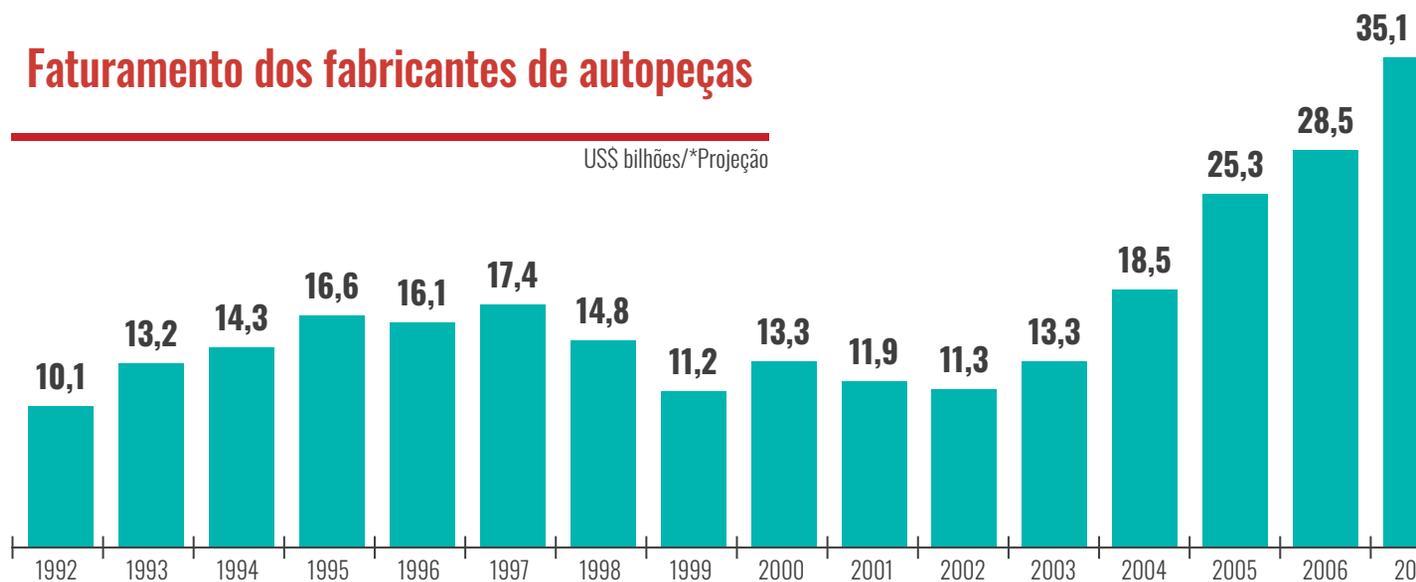
tamente nenhum carro deixaria de ser produzido por falta de semicondutores, pois eles sequer eram necessários, quase não havia sistemas eletrônicos a bordo.

Se os produtos finais da indústria no País tinham sérios déficits evolutivos tecnológicos os fornecedores de autopeças não eram diferentes – até porque nunca tinham sido estimulados a evoluir pelos seus maiores clientes, em torno de meia dúzia de fabricantes de veículos multinacionais, que desde os anos 1950 tinham se acomodado no Brasil em um mercado cativo, fechado à concorrência das importações, e até então não precisaram oferecer grandes evoluções tecnológicas.

"A indústria brasileira de autopeças era muito nacional e não tinha evoluído, estava atrasada em comparação a outros países, tinha baixa produtividade. Quase não havia eletrônica nos veículos e os fornecedores eram focados em peças metálicas, muito aço e pouco alumínio", recorda Besaliel Botelho, presidente da Associação de Engenharia Automotiva, AEA, que em 1985 havia voltado da Alemanha para trabalhar na subsidiária brasileira da Bosch, onde ficou por 37 anos e foi presidente da operação latino-americana nos últimos quinze, até o fim de 2021.

Nesse período Botelho recorda de ter coordenado o investimento de US\$ 25 milhões para inaugurar, em 1995, a primeira

Faturamento dos fabricantes de autopeças





Divulgação/Frasie

linha de produção de injeção eletrônica no Brasil, na Bosch em Campinas, SP. No mesmo ano o engenheiro conseguiu montar um consórcio de cinco montadoras para começar a produzir módulos de freios ABS. Também é dessa época o desenvolvimento dos primeiros sistemas flexfuel, que deram origem aos carros bicombustível etanol-gasolina lançados a partir de 2003.

DESNACIONALIZAÇÃO

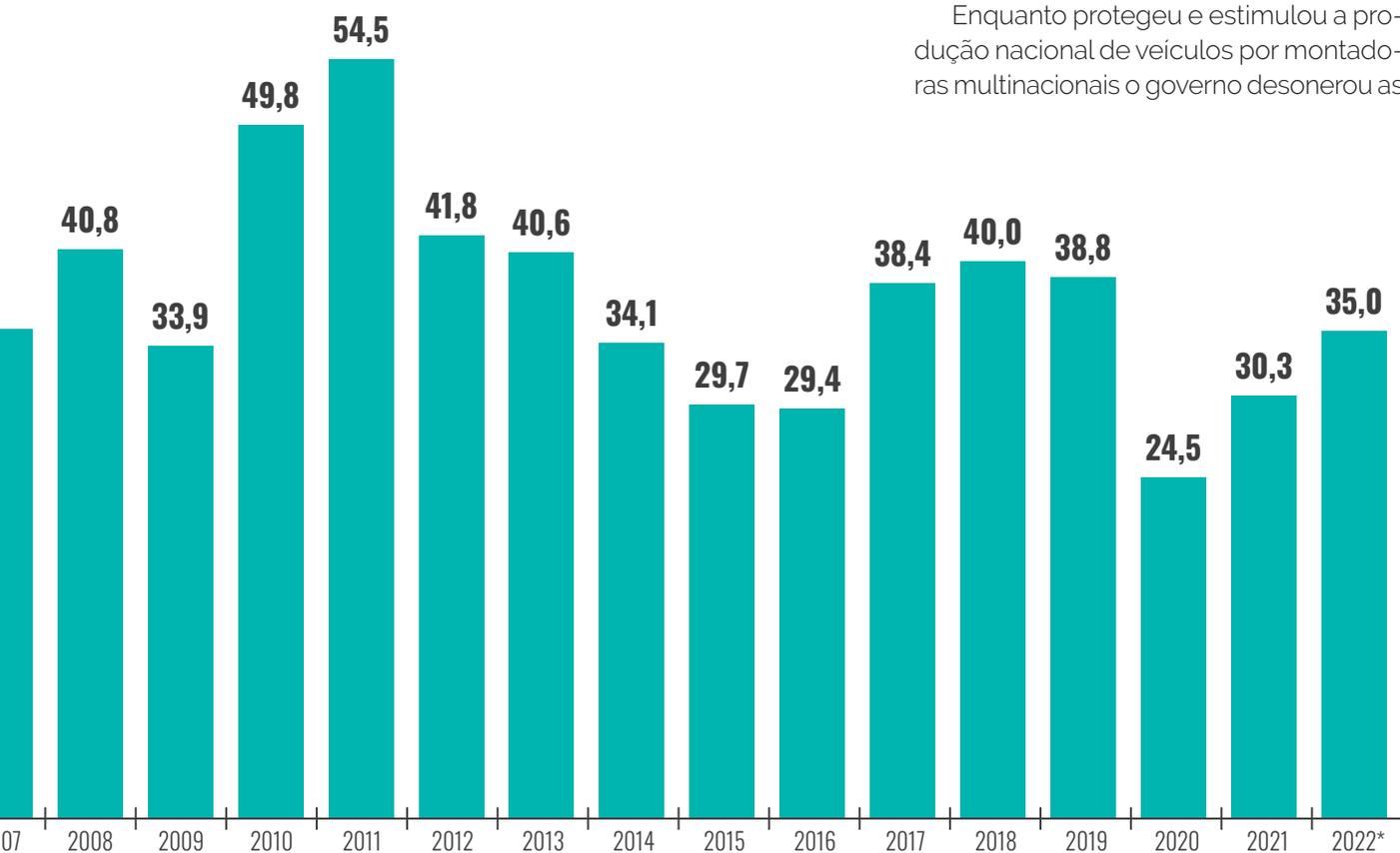
"A Câmara Setorial criou o mercado e a escala que faltavam antes dela, mas infelizmente não tínhamos capacidade su-

ficiente para aproveitar esse crescimento, que em parte foi perdido para as importações", lamenta Paulo Butori.

A paridade cambial trazida pelo Plano Real, a partir de 1994, e a redução do imposto de importação para 20% fez explodir as vendas de veículos importados no País. Pressionado por ameaças de demissões em massa pelos fabricantes, no começo de 1995, o governo aumentou a alíquota para 32% e um mês depois, em março, para 70% – a tarifa foi reduzida gradualmente a 65% em 1996, 60% em 1997, 45% em 1998, até estacionar no nível atual de 35% a partir de 1999.

No mesmo ano o governo criou o Regime Automotivo, para estimular investimentos e atrair mais montadoras. Tanto as que já estavam no País quanto as novas que chegaram investiram cerca de US\$ 20 bilhões em fábricas e projetos de produtos globais. Fornecedores da Europa e Estados Unidos foram convocados a se instalar aqui e, para ficar perto dos clientes, compraram empresas brasileiras ou se associaram a elas.

Enquanto protegeu e estimulou a produção nacional de veículos por montadoras multinacionais o governo desonerou as



Fonte: Sindipecas



Divulgação/Maxter

importações de componentes, que passaram a pagar alíquota de apenas 2%, contra tarifas anteriores de 14% a 18%. Quando o mercado foi aberto e o Brasil foi exposto à globalização alguns elos da corrente de fornecedores se romperam.

“É verdade que não tínhamos capacidade de fornecer os sistemas mais modernos, mas não conseguimos financiamentos do BNDES para modernizar o parque”, conta Butori. “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.”

Empresas de autopeças menores fecharam e as que tinham maior viabilidade econômica foram compradas por grandes multinacionais. Foi o caso de algumas joias da indústria automotiva nacional como a Cofap, vendida em 1998 para a Magneti Marelli, a Freios Varga adquirida em 1997 pela Lucas – antes de ser TRW – e a Metal Leve, que em 1996 passou ao controle da Mahle.

A globalização alterou o controle da cadeia brasileira de autopeças, que até o começo da década era composto por 80% de empresas com capital majoritariamente nacional. Dez anos depois o percentual se inverteu e grupos estrangeiros passaram a dominar mais de 80% do faturamento do setor.

“A internacionalização fortaleceu o setor porque trouxe escala, investimentos e



acesso a tecnologias”, avalia Marcos Oliveira, CEO da lochpe-Maxion, que por 28 anos trabalhou na Ford e foi seu presidente no Brasil de 2006 a 2012.

INTERNACIONALIZAÇÃO

A lochpe-Maxion, curiosamente, foi das poucas grandes empresas do setor que conseguiram escapar da venda total ao capital estrangeiro, porque tem finanças sólidas e soube traçar seu plano de internacionalização. A empresa saiu de alguns negócios e centralizou seu foco em rodas – tornou-se a maior fabricante mundial – e componentes estruturais, ampliou sua presença fora do País e comprou concorrentes como a Arvin e a Hayes Lemmerz. Hoje tem fábricas em catorze países e 70% do faturamento vêm do Exterior.

Em ambiente onde só as grandes corporações internacionais sobrevivem ganhar escala internacional foi o caminho que preservou as poucas grandes corporações brasileiras de autopeças que restaram, como Tupy e unidades fabricantes de componentes Empresas Randon, além da própria lochpe-Maxion.

O problema é que grande parte do desenvolvimento tecnológico do setor automotivo ficou fora do País. A produção nacional de autopeças permanece concentrada em itens metálicos e plásticos de menor complexidade tecnológica, que seguem sendo necessários, mas têm menor valor agregado. Módulos eletrônicos, cada vez mais necessários e presentes



Divulgação/Bosch

nos veículos, são montados no País com quase 100% de componentes importados por grandes fornecedores como Bosch, Continental e ZF, que gastam de 40% a 50% do orçamento de compras com importações, pois não há fornecedores desses itens no Brasil.

A evolução tecnológica dos veículos não seguida na mesma medida pela indústria nacional se reflete em déficits bilionários na balança comercial de autopeças do País, que vêm sendo registrados nos últimos quinze anos consecutivos. O pico do saldo negativo chegou a US\$ 10,5 bilhões em 2021, resultado de valor de importações acima do dobro das exportações.

EVOLUÇÃO VEM DE FORA

Empurrados pela evolução da legislação brasileira de segurança e controle de emissões, o Proconve criado em 1988, bem como as metas de eficiência energética trazidas pelos programas Inovar-Auto [2012-2017] e Rota 2030 [2018-2032], os veículos produzidos em pindorama também evoluíram muito em comparação com aqueles de trinta anos atrás, mas são cada vez menos nacionais.

Hoje a maioria dos carros tem tudo aquilo que faltava nos anos 1990 e mais um pouco. Airbags, freios com ABS e controle de estabilidade passaram a ser itens obrigatórios, enquanto câmbios automáticos e modernas assistências eletrônicas como frenagem automática de emergência hoje são comuns em grande parte dos modelos vendidos.

Contudo, quase todas as evoluções vêm de fora, são importadas, fazendo baixar para menos de 70% os índices de nacionalização dos produtos, em média. Ou seja, o País transfere para o Exterior parte significativa da renda do desenvolvimento de seu mercado automotivo.

Na mão contrária, apesar da internacionalização de boa parte das empresas, nos últimos dez anos as exportações de autopeças brasileiras sempre ficaram abaixo de 15% do faturamento do setor – o índice chegou ao teto de 23% em 2002 e encostou no piso de 8,6% em 2012. Botelho destaca que "sempre defendi que esta indústria só sobrevive se exportar mais de 30% da produção, é o mínimo para compensar as inevitáveis importações e variações cambiais."



Divulgação/lochpe maxion



Divulgação/ZF



Divulgação/ZF

O quadro de déficit tecnológico também é refletido no baixo nível de investimentos do conjunto das empresas do setor de autopeças, que segundo dados do Sindipeças mal tem ultrapassado a casa de 2% do faturamento total do setor nos últimos cinco anos. Esse percentual chegou a 10% no fim dos anos 1990, mas só por causa da injeção de capital de empresas estrangeiras que compraram nacionais.

Boa parte dos recursos investidos é dedicada à compra de máquinas e equipamentos, pouco foi para pesquisa e desenvolvimento – a fonte maior de criação de valor para qualquer corporação.

OPORTUNIDADES

“A indústria de autopeças evoluiu no País, mas só algumas empresas caminharam rápido, outras não. Ainda existem muitos itens com fornecimento nacional limitado, como é o caso de eletrônicos que não temos aqui”, avalia Marcos Oliveira. “Mas também houve áreas em que o setor se destacou à frente do resto do mundo, como no desenvolvimento do sistema flexfuel [bicomcombustível etanol-gasolina] que se tornou uma solução de descarbonização.”

Besaliel Botelho observa que a indústria automotiva se reinventou no Brasil a partir dos anos 2000 na onda da globalização, mas só a partir de 2010 começou, de fato, a produzir veículos globalizados, para os quais não havia capacidade de

fornecimento local de grande número de componentes. No entanto, antes de superar essa disrupção, já existe outra: “O setor está acelerando a eletrificação do powertrain por causa das exigências de descarbonização da matriz energética. Isso abre oportunidades para a indústria de autopeças que precisa se preparar para esse momento”.

Ele sugere: “Podemos, por exemplo, produzir baterias aqui, temos todos os minerais nobres necessários para isso. Precisamos nacionalizar a eletrificação, aproveitar a vantagem do etanol e, ao mesmo tempo, produzir para exportação, pois não dá mais para investir no Brasil só para aproveitar o mercado local. Há oportunidades, mas é preciso um plano para aproveitá-las”.

Já Marcos Oliveira acredita que o desafio maior da cadeia de autopeças no Brasil é a questão da baixa escala de produção, o que para ele será superado quando o mercado nacional voltar a crescer:

“O País está hoje aquém de seu potencial, que com certeza é muito maior do que 2 milhões de veículos por ano. Este volume já foi de 3 milhões a 4 milhões há não muito tempo e pode voltar a isso, o que não é desprezível para qualquer fornecedor no mundo. Pode ficar melhor ainda se as sinergias do Mercosul forem exploradas. O desafio será conseguir escala com a grande fragmentação de montadoras e modelos feitos na região.”



POWERING PROGRESS TOGETHER

Marelli Sistemas Eletrônicos

Soluções de cockpit simplificadas, inteligentes e conectadas que facilitam uma comunicação mais segura e aprimorada entre o veículo e os ocupantes. Telas grandes e integradas assim como HMI intuitivo, que atendem a demanda do consumidor através de um conteúdo dedicado, ao mesmo tempo em que aprimoram a experiência do usuário.

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.



MARELLI.COM

Toyota premia melhores fornecedores

AGC Vidros, no Brasil, e Mirgor,
na Argentina, foram as empresas com melhor
desempenho em 2021

Redação AutoData

Prêmio Fornecedores Toyota 2022



Fornecedor do Ano 2021

AGC Vidros

(para-brisas)

Outstanding Performance

Barossi

(peças e conjuntos metálicos
estampados e injetados plásticos)

Purem/Eberspaecher

(componentes de escapamento)

GKT-B

(suportes e painéis automotivos)



Fornecedor do Ano 2021

Mirgor

(eletrônicos)

Outstanding Performance

Indústrias Guidi

(peças e conjuntos metálicos
estampados)

Maro

(componentes plásticos)

YPF

(lubrificantes)

Ferrosider

(aços planos)

Toyota Boshoko

(bancos)

Contribuição Regional Brasil e Argentina

Barossi
Petrocuyo

A Toyota realizou em maio a 19ª edição de sua conferência e premiação de fornecedores instalados no Brasil e na Argentina, em eventos simultâneos nas fábricas de Sorocaba e Zarate. Durante o Toyota Latin America and Caribbean Suppliers Conference, a empresa compartilhou sua estratégia anual e reconheceu os melhores desempenhos em 2021 dos integrantes de sua cadeia de suprimentos em ambos os países.

"A Toyota acredita que tem papel importante no desenvolvimento da indústria e dos países onde atua. Buscamos com essa premiação impulsionar o crescimento de forma sustentável e aumentar a competitividade da cadeia produtiva da região", comentou Evandro Maggio, diretor regional de compras, pesquisa e desenvolvimento da Toyota América Latina e Caribe.

Ao todo mais de 250 fornecedores participaram do evento, que este ano voltou a ser realizado presencialmente nas duas fábricas. Para escolher os melhores fornecedores, a Toyota avaliou o desempenho das empresas durante o ano por meio de pontuações em requisitos de qualidade, segurança, entrega de peças no prazo estabelecido, redução de custos e proteção ambiental, além do reconhecimento por contribuições especiais na região.

A premiação apontou os melhores fornecedores separadamente no Brasil e na Argentina. No lado brasileiro a AGC Vidros recebeu o troféu de melhor fornecedor de 2021 e outras três empresas foram reconhecidas pelo desempenho acima da média, outstanding performance. No país vizinho a Mirgor foi a melhor colocada, seguida por cinco outros parceiros da cadeia local com pontuação superior. Barossi e Petrocuyo foram reconhecidas pelas contribuições às operações da Toyota na região. Veja ao lado todos os premiados. ■

Com recorde de pedidos, AGCO premia fornecedores na América do Sul

Dez empresas foram reconhecidas pelo desempenho em 2021

Redação AutoData

A AGCO premiou em nove categorias os seus dez melhores fornecedores em 2021 na América do Sul, onde tem fábricas no Brasil e na Argentina. No evento realizado em maio passado com empresas de sua cadeia de suprimentos na região, a fabricante das máquinas agrícolas Fendt, Massey Ferguson e Valtra informou aos parceiros que registra recorde de pedidos este ano, apesar de sofrer com falta de componentes para atender toda a demanda.

Carlo Martorano, vice-presidente global de compras e materiais da Massey Ferguson e AGCO América do Sul, destacou que nos últimos anos os investimentos na América do Sul somaram de cerca de R\$ 270 milhões em novas tecnologias, linhas de pintura e de montagem, ferramentas e embalagens, com a geração de mais de 1,3 mil empregos na região.

"Esses investimentos mostram que estamos nos preparando para o crescimento do mercado, do nosso market share e das exportações. De 2019 a 2022 dobramos o volume de produção em todas as linhas", afirmou Martorano. "O setor de máquinas, como toda a indústria, também sofre com a falta de componentes, como microprocessadores, peças metálicas, hidráulicos, pneus e alguns itens fundidos, o que resul-

ta em ajustes na programação de entrega de alguns produtos, porém estamos com recorde de pedidos e isso faz com que busquemos esse crescimento robusto nos próximos anos." ■

Prêmio Fornecedores AGCO América do Sul 2022

- Fornecedor do Ano
Metalúrgica Candeia
- Melhor Fornecedor Argentino
Unionbat
- Prêmio Inovação e Colaboração
Plasolution
- Prêmio Desempenho de Qualidade e Entrega
Metalúrgica Hassmann
- Prêmio Materiais Indiretos
Iscar do Brasil
- Prêmio Pós-Venda
Rossini Murta
- Prêmio Prestador de Serviços Logísticos
DSV Global Transport and Logistics
- Prêmio Diversidade e Inclusão
Coopercarga
- Fornecedores Parceiros
MNG Indústria Metalúrgica
Shell

Senhores, façam suas apostas 2022

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

Redação AutoData

Nesta seção em que AutoData volta às suas origens, mais objetivamente à capa da primeira edição, convidamos líderes da cadeia automotiva a opinar sobre temas atuais. Desta vez abordamos o desafio para eliminar as emissões de dióxido de carbono, que tem feito empresas automotivas investirem bilhões de dólares no desenvolvimento de tecnologias para reduzir o impacto dos veículos no efeito estufa, que está esquentando o planeta e provocando mudanças climáticas severas.

Mesmo que em muitos casos a utilização da energia elétrica seja a solução mais interessante para cortar emissões, não é a única: existem alternativas capazes de cumprir e até superar as metas de descarbonização dos veículos.

Nesta edição de AutoData convidamos duas empresas com visões de curto prazo um tanto distintas para atingir o mesmo objetivo. Na América do Sul, enquanto a GM pretende intensificar sua estratégia de Zero Acidente, Zero Emissão e Zero Congestionamento, a Volkswagen busca uma rota de desenvolvimento de tecnologias com base nos biocombustíveis para atender as características de mercados emergentes não só aqui, mas em outras regiões. Acompanhe as opiniões dos líderes destas empresas:

A

UT

O

D

A

T

A

1

ANEXO
SPECIAL

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA 2
O ACORDO DE BRÁSIA NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATISTA NEM COMO MERO "QUERER GAUROS". OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUZ SALES OONCALVES.

PÁGINA 7
A PRESTÍGIOSA SOCIETY OF AUTOMOTIVE ENGINEERS PROMOVE A SAE BRASIL '22, 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 PRECIFICA PARTICULARMENTE A INDÚSTRIA, OS DISTRIBUIDORES E OS FROTISTAS, QUE BUSCAM UMA LUZ NO FIM DO TÚNEL.

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

ON&OFF

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

SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

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

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

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, sobene, será realizado em 15 de outubro, durante a cerimônia de posse da nova diretoria.

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



Waldemar Verú

Iniciou-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 alinharem-se entre os fornecedores das grandes montadoras em nível mundial - ainda neste início de outubro, quase 70 fabricantes de compo-

mentos instalados no Brasil candidaram-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 importados e, mesmo, multimarcas. Ao mesmo tempo, estudos recentes mostram que os distribuidores autorizados dos veículos nacionais não vêm conseguindo repor seus estoques.

Além disso, segundo Waldemar Verú, presidente da Abrad, entidade das empresas de consórcio ligadas aos concessionários, "pelo menos 200 das atuais 550 administradoras de comércio 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)



Marina Willish, vice-presidente de relações públicas, comunicação e ESG da General Motors América do Sul



Pablo Di Si, chairman executivo da Volkswagen América Latina

Por que a eletrificação dos automóveis no Brasil será a melhor solução para reduzir as emissões de CO2? De acordo com suas projeções e estratégias quando isso passará a ocorrer no mercado brasileiro?

A GM está liderando este processo de transformação da mobilidade com sua visão de futuro com Zero Acidente, Zero Emissão e Zero Congestionamento. Estudos mostram que impactos do aquecimento global são mais alarmantes do que se imaginava e a solução para zerar as emissões dos veículos é a eletrificação. Estamos avançando globalmente neste sentido. Parte deste processo é tornar cada vez mais sustentáveis nossos veículos a combustão até a migração total do mercado para os modelos a bateria. Sabemos que o timing desse processo será diferente conforme as características de cada mercado. Por isso, a jornada para a eletrificação tem de envolver desde indústria, setores de mineração e energia até governos.

A América Latina tem mercado potencial de quase 5 milhões de unidades por ano. Considerando as singularidades de cada país, como a GM acredita que será o ritmo de introdução de automóveis elétricos nessa região?

O consumidor tem mostrado muito interesse nos benefícios do carro elétrico, como a melhor performance e o menor custo de rodagem. Desde a estreia em 2019 do Chevrolet Bolt EV, nosso primeiro modelo zero emissão, a receptividade tem sido enorme, pois o brasileiro é um entusiasta da inovação. Isso nos motiva a continuar trabalhando para ampliar a oferta desse tipo de produto em toda América do Sul, que como região tem potencial enorme de se tornar polo de desenvolvimento, produção e exportação de tecnologias e EVs. Temos aqui uma combinação perfeita de grandes reservas de minérios para baterias, centros de engenharia qualificados e um dos mais modernos parques industriais automotivos do mundo.

Por que carros movidos por biocombustíveis, e não os elétricos puros, deverão dar início à transição da frota de automóveis mais limpos no Brasil? Qual a visão da VW?

A visão é clara sobre o avanço da eletrificação na Europa, nos Estados Unidos e na China, países que irão eletrificar suas frotas mais rapidamente. Na Europa, até 2030, 70% dos carros VW vendidos serão elétricos. Mas precisamos levar em consideração os recursos locais, infraestrutura e níveis de renda dos países que atuamos. No Brasil já hoje podemos ter um grande impacto com motores flex que utilizam o etanol, biocombustível que se caracteriza como estratégia complementar aos híbridos e elétricos, reduzindo as emissões de carbono em 90% em relação à gasolina. É um ótimo exemplo de pensar globalmente, mas agir localmente. É neste cenário que o Centro de P&D para biocombustíveis é fundamental na nossa estratégia, pois vai liderar a criação de tecnologias ligadas ao etanol e motores flex, para aplicação no mercado local e em outros países emergentes.

Os híbridos flex e, mais tarde, os movidos a célula de combustível poderão oferecer solução às emissões a custos razoáveis para o consumidor nacional?

O que temos feito é conscientizar o cliente de que o etanol é uma opção de baixa emissão de CO2, uma solução já utilizada em motores flex, e que pode ser base para tecnologias complementares aos carros híbridos e elétricos. A Unicamp, com quem temos parceria, por exemplo, tem feito pesquisas de vanguarda, que podem transformar o etanol em uma fonte de energia para abastecer um carro elétrico no futuro, tecnologia com grande potencial de exportação e importante para a competitividade da indústria automobilística nacional. Além disso, temos acordos com a InovaUSP e Raizen que irão contribuir com a nossa estratégia rumo à mobilidade sustentável. ■

O nó que não desatou em 2001

O racionamento de energia derrubou o otimismo e a projeção de produção de 2 milhões de unidades, enquanto a desvalorização cambial de 20% em cinco meses aumentou custos e obrigou ao repasse nos preços

A entrada no século 21 não foi nada fácil para o Brasil, sobretudo para a indústria nacional. Naquele ano de 2001, precisamente em maio, o País viveu o apagão. Uma crise energética sem precedentes obrigou pessoas, comércio e toda a cadeia industrial a reduzir o consumo de energia diante de racionamento imposto pelo governo.

Na edição de junho daquele ano, menos de quinze dias após o governo anunciar, em 18 de maio, medidas de racionamento de energia, AutoData ouviu diversos líderes sobre aquele conturbado momento. A falta de chuva para alimentar reservatórios e a falta de planejamento do Estado brasileiro causaram a crise, que o governo tentou contornar com um plano feito quase que de um dia para o outro.

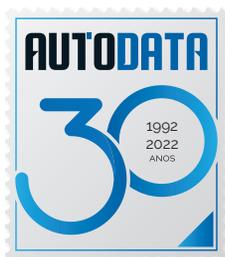
Naquele momento, em junho, a indústria automotiva trabalhava com corte de 15% no fornecimento de energia para suas fábricas, frustrando a projeção de que o Brasil pudesse produzir 2 milhões de veículos naquele ano. Mas a realidade foi um pouco pior, pois passados alguns meses o racionamento foi elevado a 20%.

Não bastasse o apagão a indús-

tria tinha outros problemas, conforme demonstrou uma das reportagens da edição 142 em entrevista com o diretor da DaimlerChrysler, Manfred Straub: "O dólar subiu 20% este ano, em apenas cinco meses, e como as matérias-primas são commodities, o reajuste é inevitável. Estes aumentos atingem com muita força os nossos fornecedores, já penalizados pela má desvalorização de 1999. Existem limites de repasse para o consumidor final".

O então presidente do Sindipeças, Paulo Butori, na entrevista From the Top da revista, elencou algumas medidas para contornar a situação: "...uma reestruturação fiscal visando a eliminar a incidência de impostos sobre produtos destinados à exportação direta de autopeças e às exportações indiretas, por meio dos veículos. É preciso também desonerar os investimentos em bens de capital, desburocratizar os canais de exportação e importação, promover uma reestruturação competitiva dos portos e das alfândegas".

E ainda estava por vir em 11 de setembro o ataque às torres gêmeas nos Estados Unidos. ■



AUTODATA

Coligada ao AutoResearch - Junho/2001 - Ano 8 - Nº 142

From the Top/Paulo Butori, do Sindipeças

Cadeia Produtiva

Está Difícil Desatar o Nó

Honda
Um Compacto
Para o Brasil



Automec
Eletrônica
em Alta

TRANSPDATA
Carroçarias
Daqui Para
o Mundo

Setor Automotivo/O Impacto do Apagão

Entrevista a
Claudia
Freiesleben, Fred
Carvalho, George
Guimarães, S.
Stéfani

Depois do susto, dá até para respirar

Quando a equipe de *AutoData* se reuniu, no dia 12 abril, para definir a pauta desta edição imediatamente o nome do empresário Paulo Butori foi indicado, sem contestação, para ser o personagem deste *From de Top*. Havia motivos de sobra. No início de maio ele iniciaria seu terceiro mandato como presidente do Sindipeças. Mais: a matéria de nossa capa, o atual e conturbado momento da cadeia produtiva da indústria automobilística brasileira, então já definida, não poderia prescindir de sua visão, não só por ser ele o dirigente máximo da entidade que congrega centenas de empresas envolvidas diretamente com o problema, mas pela objetividade e clareza com que discute sobre questões até mais delicadas.



Paulo Butori,
do Sindipeças

Apesar da importância, os temas acabaram marginais durante os mais de 90 minutos do encontro, realizado na sede do Sindipeças, quase que totalmente consumidos por algo que Butori caracterizou como um situação de guerra: a crise de energia elétrica. “Jamais poderia imaginar que chegaríamos a um situação dessas.”

O tom das declarações do presidente do Sindipeças refletia a surpresa verdadeiro susto de todo o setor com a dimensão do programa de racionamento que dias antes fora revelado, mas do qual Butori, o presidente da Anfavea, Célio Batalha, e mais duas dezenas de empresários do setor tiveram algumas informações antecipadas em reunião com representantes do governo.

Dada a peculiaridade da situação, este *From de Top* acabou requerendo um novo encontro, no dia 24 de maio, já quase uma semana depois das medidas governamentais terem sido tomadas, anunciadas e, sobretudo, depois de um novo encontro, naquele dia, do setor com o governo, agora para definir a cota de sacrifício que caberia às montadoras e fabricantes de autopeças: 15% de redução no consumo.

Já mais aliviado, principalmente em razão de ter visto atendido o pleito de que as empresas pudessem escolher a forma de fazer a redução do consumo, Butori manteve, porém, a previsão de 1 milhão 750 a 1 milhão 800 mil veículos produzidos neste ano, cerca de 10% menos do que projetava no início do ano. “Talvez nem tanto em razão de problemas na produção, mas mais em decorrência do mercado, uma vez que o consumidor, inseguro, poderá postergar a compra”. (GG e SS)

Autodata – Definido o corte de 15% de energia elétrica para o setor automotivo, qual a expectativa do senhor para a produção brasileira de veículos em 2001? A previsão de quase 2 milhões de uni-

dades está definitivamente enterrada?

Paulo Butori – Ainda parece cedo para qualquer previsão mais concreta. Mas se tivesse que fixar, hoje, um número, ele seria na faixa de 1 milhão 750 mil a 1 milhão 800

mil, cerca de 10% abaixo do que estávamos prevendo inicialmente.

AD – Mas algumas das principais montadoras já anunciaram que, caso o corte fosse de 15%, teriam condições



NÓS PODEMOS COLABORAR

A **SEARA BENDITA** é uma Instituição com caráter religioso e filantrópico, sem fins lucrativos ou econômicos, apolítica, constituída por pessoas comprometidas em causas sociais, tendo suas obras de Assistência e Serviço Social realizadas no Lar Meimei, onde assiste a mais de 400 crianças e adolescentes em tempo integral, oferecendo refeições diárias, ensino social profissionalizante, atendimentos dirigidos à comunidade, empregabilidade, lazer e cultura, além de uma biblioteca comunitária, brechó e trabalhos sociais.

A Instituição vem crescendo estrutural e fisicamente e para fazer frente a esse crescimento mantém e tem criado atividades de geração de renda, recursos e de suporte financeiro, como o lançamento da campanha **BENDITA SEMENTE**, cujo foco é a ampliação de suas instalações, que possibilitará um atendimento mais organizado e com mais comodidade a todos que a procuram.

FAÇA PARTE DESTA CAUSA VOCÊ TAMBÉM!

Banco Bradesco 237

Agência 1789 – Conta Corrente 8261-9

Banco Itaú 341

Agência 0772 – Conta Corrente 66087-4

Banco Santander 033

Agência 0458 – Conta Corrente 13.000.525-5

Banco do Brasil 001

Agência 1744-2 – Conta Corrente 2190-3



(11) 5534-5172

www.searabendita.org.br

projeto.benditasemente@searabendita.org.br

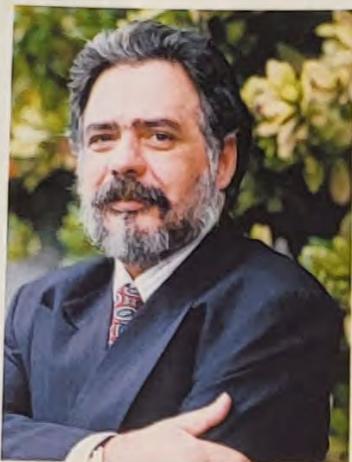


Seara Bendita



Opinião

E a cigarra, quem diria, acabou rica e famosa



S. Stéfani é editor de AutoData e diretor da AutoData Editora

Agora não tenho mais dúvidas.

Se a fábula da cigarra e da formiga tivesse o Brasil como cenário, o final seria bem diferente. A cigarra provavelmente conseguiria um aquecedor emprestado de alguma formiga

que, de tão previdente, tinha dois em casa. E, com a casa aquecida, receberia amigos para ouvi-la cantar também no inverno. Começaria rachando entre todos a conta das bebidas e salgadinhos. Depois passaria a cobrar por eles. Criaria, assim, o grande point do inverno. E chegaria ao próximo verão com no mínimo dois CDs na lista dos dez mais vendidos, rica e famosa.

É isto, pelo menos, o que emerge da incrível rapidez com que o setor automotivo, mais uma vez, parece estar conseguindo dar a resposta a um imenso desafio que lhe é colocado.

Meros quinze dias depois de informadas sobre a gravidade da crise energética na qual o País estava mergulhado e menos de uma semana depois de um corte imediato de pelo menos 15% no consumo de energia elétrica ter sido decretado

pelo governo, eis que montadoras do porte da Fiat, DaimlerChrysler e General Motors, vêm a público para afirmar que já sabem como equacionar o problema e que, assim, suas previsões de produção estão mantidas (veja na pág. 34).

É certo que nem tudo está ainda equacionado na medida em que, se continuarmos sem chuvas, o problema poderá se agravar ainda mais. E na medida, também, em que o parque de fornecedores, em seu conjunto, sobretudo na frente dos insumos básicos, pode encontrar dificuldades maiores para enfrentar o desafio – descompasso até provável que, no mínimo, gerará algum desconforto nas linhas de montagem, devidamente materializado nas unidades incompletas ou com menor índice de nacionalização nos pátios.

É certo também que os consumidores, eventualmente preocupados com a manutenção futura de seus empregos, podem optar por um adiamento das compras com reflexos negativos diretos no mercado interno e, por decorrência, na produção.

De qualquer forma, sempre restará a constatação de que em menos de duas semanas corridas, menos de dez dias úteis, várias entre as maiores montadoras instaladas no País já sabiam como produzir 15% mais veículos gas-

tando 15% menos de energia elétrica.

Foi tanta a eficiência demonstrada que me permito a ousadia de sugerir aos cavalheiros que dirigem as empresas desse setor: da próxima vez, que tal não esperar o inverno para, só então, pedir o aquecedor emprestado para a formiga?

Que tal encararem, desde logo, as ineficiências que ainda prejudicam o avanço da cadeia automotiva e resolvê-las, todas, com o mesmo caráter de emergência?

Todos, sem exceção, teríamos muito a ganhar com isto.

E.T.: Apenas para que a história tenha também o fato e não apenas versão do fato: ao participar do seminário Revisão das Perspectivas 2001, promovido por AutoData, Herbert Demel, presidente da Volkswagen do Brasil, jamais ameaçou tirar suas fábricas do Brasil, caso o governo não conseguisse resolver o problema da energia elétrica. Em resposta a uma pergunta específica sobre o que faria caso houvesse um colapso no fornecimento da energia elétrica, respondeu que, neste caso específico, e apenas neste caso específico – o do colapso total no fornecimento de energia elétrica – obviamente teria de levar sua produção para outro local onde houvesse disponibilidade de energia elétrica, sem a qual não há como fazer uma linha de montagem funcionar.

Por Fred
Carvalho

Um nó difícil de desatar

O racionamento de energia elétrica deste ano vai apenas adiar para 2002 ou 2003 a constatação da falta de capacidade produtiva de parte dos fornecedores da indústria automobilística. Não são poucos os executivos de autopeças que avisam que o teto de produção está pouco acima de 2 milhões de unidades anuais.

Falta de capacidade das montadoras? Não, muito pelo contrário. As linhas de produção dos fabricantes de veículos instalados aqui podem ultrapassar os 3 milhões de unidades.

Limites – O gargalo está nos sistemistas e demais autopeceiros. “O motivo é simples: faltam lucros para reinvestir”, sentencia Luiz Carlos Galvão, presidente da área automotiva da Pilkington, gigante do setor de vidros.

Até mesmo Manfred Straub, diretor da DaimlerChrysler, acha a atual situação difícil, pelos contínuos aumentos do dólar e por consequência do aço, alumínio, cobre, plásticos, químicos e eletrônicos:



Manfred Straub, da
DaimlerChrysler

“O dólar subiu 20% este ano, em apenas cinco meses, e como as matérias-primas são commodities, o reajuste é inevitável. Estes aumentos atingem com muita força os nossos fornecedores, já penalizados pela maxidesvalorização de 1999. Existem limites de repasse para o consumidor final”.

Qualquer tentativa de reorganização, entende Straub, tem de passar pelo Sindipeças e Anfavea. Uma câmara setorial, como ocorreu no início do anos 90, seria impossível. “Naquela época eram poucos fabricantes. Hoje temos um

número muito grande, muito competitivos e com excesso de capacidade produtiva.”

Gianni Coda, superintendente da Fiat, reconhece que o problema não é de fácil solução, mas vê o próprio crescimento da produção como uma possível saída: “A lucratividade aumentará à medida que o volume crescer, atenuando o problema”.

Mas estudo preparado pelo Sindipeças mostra que de janeiro de 1995 a dezembro do ano passado os preços dos carros populares aumentaram 92,3%, enquanto o repasse para os fabricantes de autopeças ficou em 24,65%. Como se esta disparidade não fosse suficiente, neste mesmo período os aumentos de custos – matérias-primas, energia elétrica, mão-de-obra – atingiram 54,46%. Com isto a lucratividade virou, em muitos casos, prejuízo.

É óbvio, mas vale lembrar: a indústria de autopeças, incluídos aí os sofisticados e gigantesco

Síntese

É cada vez mais difícil acordos de preços entre as montadoras, sistemistas e fornecedores de matérias-primas. A esperança do final do ano passado sucumbiu perante uma desvalorização do real, nos cinco primeiros meses deste ano, de 20%. Já existem aqueles que anunciam – com a devida antecedência – o desabastecimento das linhas de produção nos próximos anos, pela inexistência de capacidade produtiva em função da retração dos investimentos dos fornecedores.

SABO

Por Cláudia Freiesleben, Fred Carvalho, Márcio Stéfani e S. Stéfani

Alguma luz no fim do apagão

Célio Batalha, da Anfavea



Sem trocadilhos maldosos, no início foram as trevas. Depois, ainda que aos poucos, fez-se alguma luz. Não era, é bem verdade, a luz completa, radiante, dos tempos

Síntese

Fiat, DaimlerChrysler e General Motors já anunciaram que têm condições de manter a produção inalterada mesmo com a obrigatoriedade de reduzir o consumo de energia elétrica em 15%. Apesar disso, ainda sob o impacto de um primeiro encontro com o governo, quando foram informadas da gravidade da crise energética, Anfavea e Sindipeças preferem esperar até o final de junho para só então prever, com maior precisão, os prováveis efeitos do racionamento sobre produção do setor neste ano.

SIABO

34

ainda recentes em que não se vislumbrava qualquer nuvem no horizonte capaz de comprometer a meta de fechar este ano com pelo menos 1,9 milhão de veículos produzidos no Brasil. Quem sabe 2 milhões. Ou, talvez, até um pouco mais.

Em 24 de maio, data em que o setor automotivo recebeu do governo federal a notificação formal da cota de sacrifício que lhe caberia – 15% de corte de consumo – os pontos escuros, e obscuros, ainda eram muitos.

Mas, de qualquer forma, já havia luz suficiente para permitir a antevisão de que, mais uma vez, colocadas diante de um inesperado desafio, montadoras e indústrias de autopeças estavam em via de encontrar as portas da saída.

Adiando ... – A luz, na verdade, tinha começado a surgir na terça-feira, 23, quando Fiat, DaimlerChrysler e General Motors tomaram público que, se o corte de consumo que coubesse ao setor automotivo fosse de 15%, o mínimo previsto para a área industrial, a programação de produção inicialmente prevista para os últimos sete meses do ano não teria que ser alterada.

O anúncio da Fiat foi feito pelo próprio presidente da empresa, Gianni Coda, durante o evento de lançamento, em Porto Seguro, Bahia, da nova linha Marea (veja na pág. 40). Para surpresa geral, em meio às informações sobre os planos de expansão da produção da companhia para este ano, ele disse, sem nem alterar o tom de voz, tal como se estivesse falando de fatos absolutamente naturais, que a montadora estava adiando para dezembro as férias coletivas anteriormente previstas para julho e que, com isto, poderia abrir mão do trabalho aos sábados e das horas extras.

“ Fizemos as contas e constatamos que, com isto e mais alguma redução no uso de ar-condicionado e das luzes nos escritórios, já conseguiríamos nos enquadrar na redução de consumo de energia exigida”, detalhou.

Coda reconheceu que, no início, a empresa chegou a estudar a transferência para outros países que também produzem a linha Palio, como a Hungria, de parte da responsabilidade pelas exportações originalmente previstas para o Brasil. “ Depois verificamos que nem isto seria necessário.”

Nem esta transferência das exportações e nem mesmo o projeto de trazer para Minas Gerais parte da produção do Siena, antes exclu-

AUTO DATA

Empresarial

83

RESFRIAR

No ano de seu vigésimo quinto aniversário, empresa gaúcha, fabricante de climatizadores de ar, recebe prêmio de qualidade da DAF por sua alta eficiência como fornecedora



QUALIDADE É SINÔNIMO DE CRESCIMENTO



Ao completar 25 anos de atividade, Resfri Ar celebra conquista de importante certificação de qualidade da DAF e, também, histórica expansão dos negócios

A Resfri Ar conquistou o certificado 10 PPM, prêmio de qualidade global concedido pelo Grupo Paccar que, no Brasil, é representado pela marca DAF, fabricante de caminhões pesados. Os caminhões são produzidos em Ponta Grossa, PR. O termo PPM (partes por milhão) é um índice de qualidade que resulta da divisão entre peças rejeitadas pelas peças fornecidas, multiplicada por um milhão. “Ou seja, para cada um milhão de peças fornecidas, detecta-se menos de 10 itens com algum tipo de defeito”, explica Thobias Winter Cardoso, sócio e diretor geral da Resfri Ar.

Com fábrica em Vacaria, RS, a Resfri Ar fornece climatizadores de ar para todas as montadoras de caminhões. Uma das pioneiras no Brasil no desen-

volvimento e produção deste tipo de equipamento, a empresa também oferece ao mercado climatizadores para máquinas agrícolas, motorhomes, vans, com aplicação também em veículos especiais



Resfri Ar conta com 240 colaboradores e aproximadamente 1.200 pontos de vendas no País

como por exemplo, carrinho de golfe, carro forte, ambulância, etc. Além disso, fabrica geladeiras automotivas e portáteis e calibradores de pneus.

Lançado recentemente, um dos produtos que vem fazendo sucesso entre frotistas e motoristas profissionais é a geladeira para caminhões de 110 litros “side by side” com congelador e refrigerador em compartimentos independentes.

Completando neste mês 25 anos de atividade, a empresa começou fabricando climatizadores de ar para caminhões e, em seguida, expandiu sua aplicação para máquinas agrícolas e outros veículos. “Com o know-how adquirido e investindo sempre em alta qualidade, ganhamos rapidamente a confiança dos clientes dos segmentos de transporte e agrícola e passamos também a fabricar calibradores de pneus, geladeiras e outros acessórios que melhoram a produtividade e, sobretudo, a comodidade dos profissionais do volante”, comenta Cardoso.

Atualmente a Resfri Ar conta com 240 colaboradores e aproximadamente 1.200 pontos de vendas no País além de assistências técnicas em diversas regiões. Também exporta para países da África, Ásia, América Latina, América do Norte e Europa.

Com sistema de gestão integrado seguindo rigorosamente princípios de alta qualidade na produção contemplando segurança aos colaboradores e amplo respeito ambiental, a empresa conta com as certificações ISO 9001, IATF 16949 e ISO 14001, sendo também homologada pela norma VDA (Verband Der Automobilindustrie).

Trabalhando com eficiência e sem abrir mão da qualidade de seus produtos e serviços, a Resfri Ar só conhece crescimento nos últimos cinco anos. A empresa cresceu 16,67% em 2019 em relação a 2018. Já em 2020 este crescimento foi de 15,59% com relação ao ano anterior. No ano passado o crescimento foi surpreendente em relação a 2020: 62,39%. “Seguimos investindo em melhorias e projetamos que, neste ano, vamos crescer mais 15% em relação ao ano passado”, finaliza Cardoso. —

Marcopolo começará a produzir ônibus elétrico este ano

A Marcopolo está preparando suas linhas para iniciar a produção em série, até o fim deste ano, do ônibus 100% elétrico Attivi. O modelo será oferecido em duas versões: completo, com chassi e carroceria produzidos pela própria empresa, ou somente o encarroçamento de chassi de terceiros. Com 13,2 m de comprimento e capacidade para 89 passageiros sentados e em pé, o Marcopolo Attivi elétrico possui autonomia de cerca de 250 quilômetros e recarrega



Divulgação/Marcopolo

baterias em até quatro horas. Quatro veículos foram fabricados para testes e homologação, um deles foi colocado para rodar com a Suzantur na área urbana de Santo André, SP, em trajeto curto e sem passageiros. Também está sendo testado em Caxias do Sul, RS, onde o modelo é produzido. A Weg

é fornece os motores elétricos de tração, inversores e motores auxiliares. As baterias são da chinesa CATL com montagem da Moura.

BorgWarner investe em fábrica de baterias para elétricos em Piracicaba

A BorgWarner anunciou que construirá até o meio de 2023 uma fábrica de baterias para veículos elétricos em Piracicaba, SP, dentro de sua unidade que produz componentes para reposição e sistemas de injeção, integrada ao grupo após a compra da Delphi. A companhia adquiriu a fabricante alemã de baterias

Akasol e vai utilizar sua tecnologia para produzir no Brasil. O objetivo é fornecer a modelos elétricos que serão fabricados na América do Sul e também para exportar. A BorgWarner não divulgou pormenores do projeto, como o tamanho da fábrica, a capacidade produtiva e as empresas que pretende atender.

Randon testa sistema de tração elétrico e-Sys



Divulgação/Randon

A Randon realizou a entrega de duas carretas da linha Hybrid R com sistema de tração auxiliar elétrico eSys, tecnologia desenvolvida pela Suspensys, uma das empresas do grupo. Um dos modelos, frigorífico, foi para a BRF, que realizará testes de campo com a Tombini por estradas nos estados de São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. O outro semirreboque, um graneleiro, foi para a G10 Transportes, que fará deslocamento de cargas do agronegócio no Paraná. No fim do ano passado a Copérdia, Cooperativa de Produção e Consumo Concórdia, já tinha feitos testes com graneleiro para transportar grãos de Santa Catarina ao Rio Grande do Sul. Os veículos serão monitorados durante um mês para que se colete dados sobre redução de consumo de combustível promovida com a ajuda da tração elétrica: a economia pretendida é de 20%.

Ford vende fábrica de Taubaté...

A Ford anunciou que entrou em processo de diligência para vender a fábrica de motores de Taubaté, SP, para a São José Desenvolvimento Imobiliária. A planta foi fechada no ano passado, após a decisão da Ford de encerrar todas as atividades industriais no País. Segundo comunicado, a concretização do negócio depende da aprovação do Cade, Conselho Administrativo de Defesa Econômica. A previsão é que em sessenta a noventa dias o processo seja completado. A construtora é a mesma que comprou da Ford em 2020 a unidade do Taboão, em São Bernardo do Campo, SP, onde investe R\$ 650 milhões para inaugurar um complexo logístico no local até 2025. À AutoData o sócio-diretor da São José, Mauro Cunha Silvestri, revelou planos de também construir um complexo logístico em Taubaté.



Divulgação/Ford

VW Caminhões e Ônibus adota Truck & Bus



Divulgação/VWCO

A Volkswagen Caminhões e Ônibus passou a se chamar Volkswagen Truck & Bus. O anúncio foi feito em maio por Roberto Cortes, seu presidente e CEO, em Södertälje, Suécia, no Capital Markets Day do Grupo Traton, que além da VWCO integra MAN e Scania sobre seu guarda-chuva. A intenção é tornar o nome da fabricante mais internacional e assim ampliar a presença da empresa em novos mercados, com foco nas regiões ocidental e norte da África e no Oriente Médio. A mudança foi apenas na razão social: comercialmente os países de língua portuguesa continuarão conhecendo a empresa como VW Caminhões e Ônibus e os com idioma espanhol por VW Camiones e Buses. Nos eventos corporativos e demais mercados-alvo de exportação será adotado o nome em inglês.

...e amplia em 50% equipe de engenharia na Bahia

A Ford contratou quinhentos pessoas, dentre engenheiros e especialistas, para ampliar seu Centro de Desenvolvimento e Tecnologia do Brasil, sediado na Bahia – onde em 2021 fechou a fábrica de Camaçari e ainda busca um comprador para a unidade. Eleva assim em 50% o contingente de sua engenharia, hoje composta por 1,5 mil profissionais. Segundo a empresa o centro nacional se consolida como polo de exportação de projetos e conhecimento para outras unidades da Ford ao redor do mundo.



Divulgação/Ford

Jeep confirma picape Gladiator no Brasil



Divulgação/Jeep

A Jeep confirmou a importação ao Brasil da Gladiator, picape baseada no SUV Wrangler. Ainda sem data confirmada para chegar, oferecerá tecnologias ainda inéditas no mercado nacional, como portas e teto removíveis e para-brisa rebatível, o que permitirá a experiência de dirigir uma picape conversível.

Novo Equinox começa a ser vendido em junho

A GM apresentou a linha 2022 do Chevrolet Equinox que chega em junho ao Brasil, importada do México, em duas versões: Premier com tração AWD e a inédita RS, com visual mais esportivo. Na versão Premier o serviço de Wi-Fi é gratuito durante um ano, assim como a mensalidade da tag do Sem Parar que equipa o SUV. O Equinox também é conectado pelo aplicativo myChevrolet que permite controlar algumas funções do veículo a distância, por meio de smartphone e smartwatch. O motor segue o 1.5 turbo de 172 cv de potência movido a gasolina e câmbio automático.



Divulgação/GM

Volvo XC40 elétrico tem nova versão de entrada

A Volvo anunciou uma nova versão para o elétrico XC40, a Recharge Plus, que chega ao mercado brasileiro para ser opção mais barata do SUV, em pré-venda por R\$ 310 mil, cujo primeiro lote esgotou em três dias ainda em maio. Na comparação com a versão topo de linha a diferença são os motores, pois a de entrada tem apenas um elétrico de 231 cv, contra dois na mais cara. A autonomia da bateria de 69 kWh é de 420 quilômetros.



Divulgação/Volvo

Ford Bronco Sport ganha mais potência



Divulgação/Ford

A linha 2022 do Ford Bronco Sport ganhou 13 cv de potência, chegando a 253 cv, após recalibração do motor EcoBoost 2.0 turbinado, acoplado a câmbio automático de oito marchas. A lista de itens de série foi ampliada com o rebatimento elétrico dos retrovisores. A lista de cores ganhou mais quatro: vermelho Aurora, marrom Batu, cinza Dover e azul Indianápolis, totalizando onze opções disponíveis. O preço da versão Wildtrak é R\$ 266.1 mil, o mesmo valor da linha 2021.

Faturamento da Bosch América Latina cresce 35%

A Bosch faturou R\$ 9,2 bilhões na América Latina em 2021, cifra 35% superior à obtida em 2020. Do total, 73% foram vieram da operação brasileira, o equivalente a R\$ 6,9 bilhões, sendo que um quarto das vendas se deveu a exportações a países do continente e também da Europa. A divisão de mobilidade representou 62% das vendas na região, ou R\$ 5,4 bilhões, a maior no Brasil. O segmento cresceu 34% em relação ao ano anterior em todas as divisões, tanto para os negócios com montadoras como para o mercado de reposição, incluindo soluções de powertrain, segurança veicular, motores elétricos e eletrônicos e direção para pesados. Segundo a empresa, o desempenho expressivo na região não está ligado à recuperação de perdas pandemia, pois em 2020, auge da covid, a Bosch registrou incremento de 7% em comparação a 2019.



Divulgação/Bosch

Volkswagen destina US\$ 250 milhões à Argentina



Divulgação/VW

A Volkswagen destinará US\$ 250 milhões em investimentos para as suas operações na Argentina até 2026. O valor integra o ciclo de R\$ 7 bilhões, ou US\$ 1,2 bilhão na cotação da época do anúncio, reservados para a América do Sul no período. Segundo a empresa, o investimento será utilizado para atualizar a picape Amarok e em programa de localização de componentes para o Taos, ambos os veículos produzidos na fábrica de General Pacheco. Os recursos também serão usados para iniciar a produção de motocicletas Ducati na unidade de Córdoba, que produz transmissões manuais.

Empresas Randon têm o melhor primeiro trimestre da história

O grupo Empresas Randon registrou a maior receita líquida de sua história para o primeiro trimestre: R\$ 2,5 bilhões, alta de 29,5% com relação aos três primeiros meses de 2021. O lucro Ebitda – antes de impostos, despesas financeiras e depreciação de ativos – somou R\$ 401,4 milhões, em aumento de 15% na mesma comparação e margem

de 16,2% sobre o faturamento. Em nota a empresa informa que a alta demanda por veículos comerciais e peças de reposição impulsionaram o desempenho do trimestre. Os resultados foram equilibrados dentre as unidades de negócios: a Montadora, fabricante de carretas e vagões ferroviários, representou 35,4% da receita. A divisão Autopeças, que

reúne Castertech, Suspensys, Master e Jost, respondeu por 34,9% do faturamento. A unidade Controle de Movimentos, que engloba a Fras-le e suas controladas, contribuiu com 25% das receitas, com faturamento líquido de R\$ 704,8 milhões no primeiro trimestre de 2022, alta de 10% com relação a igual período do ano passado.

Iochepe-Maxion investe R\$ 100 milhões em Cruzeiro

A Iochepe-Maxion anunciou investimento de R\$ 100 milhões em sua unidade de Cruzeiro, SP, para ampliar o volume de produção de rodas e componentes estruturais para atender a todo o mercado sul-americano. O aporte expandirá a capacidade produtiva em 20% a 25%, o que significa a adição de 400 mil rodas para caminhões e de 110 mil rodas agrícolas. O investimento prevê a diversificação da produção e o lançamento de novas tecnologias, somando-se aos recursos investidos em 2021, de R\$ 90 milhões, aplicados na automação de processos e no aumento de produtividade na operação brasileira. De janeiro a março receita global consolidada da multinacional brasileira, que tem 32 plantas em catorze países, alcançou R\$ 4,3 bilhões, alta de 36,5% ante o mesmo período no ano anterior. Em 2021 inteiro o faturamento chegou a R\$ 13,7 bilhões, incremento de 56,2% ante 2020. O Ebitda foi de R\$ 548 milhões no primeiro trimestre, e de R\$ 1,8 bilhão no ano passado. Em torno de 70% da receita da companhia provém do Exterior.



Divulgação/lochepe-Maxion

Eaton comemora 65 anos no Brasil

A Eaton está comemorando 65 anos de operação no Brasil. A história da multinacional no País começou para atender à demanda local de uma montadora por válvulas de motor, o que deu origem à fábrica de São José dos Campos, SP, a primeira da companhia fora dos Estados Unidos. Ao longo dessas seis décadas e meia a empresa passou também a exportar soluções automotivas do Brasil para a Europa, a Ásia e para seu próprio país de origem, os Estados Unidos. A Eaton também mantém no País fábricas de transmissões e componentes para caixas de câmbio em Valinhos e Mogi Mirim, SP.

Fiat já produziu 400 mil Mobi em Betim

A Fiat atingiu a marca de 400 mil unidades produzidas do Mobi na fábrica de Betim, MG. Para atingir esse volume a empresa exportou o modelo para doze países e aproveitou a forte demanda do mercado interno. De janeiro a abril o modelo foi o quinto mais vendido no mercado brasileiro, somando 19,2 mil unidades, de acordo com os dados da Fenabrave. O consumo do Mobi é um ponto que atrai os clientes, pois roda, segundo a Fiat, até 15 km/l com gasolina, dando autonomia de 700 quilômetros com um tanque.



Divulgação/Fiat

Audi lança Q3 que será produzido no Brasil

A Audi lançou no Brasil o novo Q3 com motor 2.0 TFSI de 231 cv de potência, nas carrocerias SUV e Sportback. O modelo será montado em São José dos Pinhais, PR, a partir do segundo semestre, equipado com tração Quattro e câmbio automático de oito marchas. Até lá o Q3 2.0 será importado da Hungria nas versões Performance Quattro e Performance Black Quattro, com preço inicial de R\$ 316 mil.



Divulgação/Audi



Divulgação/Volkswagen

VOLKSWAGEN: MEGALE E ARAÚJO

A Volkswagen do Brasil anunciou a sucessão de Antonio Megale, há catorze anos seu diretor de assuntos governamentais, que vai se aposentar. Em 1º de julho ele será substituído pelo advogado Henrique Mendes Araújo, que já atua na mesma área há quase vinte anos e trabalha ao lado de Megale na VW desde 2008. Megale, engenheiro mecânico graduado pela UFRJ, trabalha há 39 anos no setor automotivo e presidiu a associação dos fabricantes de veículos, a Anfavea, de 2016 a 2019, período em que foi aprovado o Rota 2030. Presidiu também a Associação de Engenharia Automotiva, AEA, e foi vice-presidente da Fiesp.



Divulgação/Hyundai

HYUNDAI: OLIVEIRA

A Hyundai nomeou Marcos Oliveira seu novo vice-presidente de produção para Américas Central e do Sul, cargo recém-criado com o objetivo de manter a competitividade e de introduzir novas tecnologias na fábrica de Piracicaba, SP, em linha com processos da indústria 4.0. O engenheiro mecânico, graduado pela FEI, soma quase trinta anos de carreira no setor automotivo, passando por posições nas áreas de qualidade e manufatura na Volkswagen e Fiat, incluindo experiências nas matrizes. Ingressou na Hyundai em setembro de 2012 como gerente sênior de controle de qualidade e quatro anos depois assumiu a diretoria executiva de produção.



Divulgação/DAF Caminhões

DAF: RAMOS

Anderson Ramos assumiu a diretoria de materiais e logística da DAF Caminhões. Engenheiro mecânico graduado pela Universidade Federal do Paraná e pela Universidade de Tecnologia de Compiègne, França, acumula mais de vinte anos de experiência nas áreas de gerenciamento de cadeia de suprimentos, logística, manuseio de materiais, manufatura, garantia de qualidade, engenharia e gerenciamento de projetos no Brasil, nos Estados Unidos e na Europa. Já passou por Volkswagen e Nissan.



Divulgação/Motul

MOTUL: PEREZ

A fabricante francesa de óleos para motor e lubrificantes Motul, que este ano completa 30 anos no Brasil, tem novo CEO no País: o argentino Mariano Perez, 40 anos, que acumula duas décadas de experiência no setor automotivo, dezessete deles na Pirelli. Formado em marketing pela Usal, Universidad del Salvador, em Buenos Aires, e especializado em gestão e execução de projetos pela ESPM, Escola Superior de Propaganda e Marketing, o novo CEO desempenhou diversas funções nas áreas de marketing e vendas e trabalhou por dez anos no mercado brasileiro.



Divulgação/Automec

RX AUTOMEC: MARCHETTI

Eduardo Marchetti é o novo gerente de produto da Automec, feira de negócios voltada ao mercado de reposição de autopeças, organizada pela RX, antiga Reed Exhibitions. A próxima edição do evento será realizada de 25 a 29 de abril de 2023 no São Paulo Expo. Marchetti tem mais de vinte anos de experiência na indústria automotiva e já trabalhou na Renault e Volkswagen.

“Sim [a recessão econômica global está vindo], mas isso é bom. Choveu dinheiro sobre tolos por muito tempo. Algumas falências precisam acontecer... Recessões têm a vital função de limpar a economia.”

Elon Musk, CEO da Tesla, em postagens no Twitter em maio, pouco antes de congelar 5 mil processos de contratação em andamento da empresa e insinuar a seus diretores corte de 10% dos empregos, que somam quase 100 mil pessoas no mundo todo.

1%

Foi o crescimento do PIB brasileiro no primeiro trimestre de 2022, na comparação com o quarto trimestre de 2021. Percentual veio acima das expectativas do mercado.

13,25%

É a expectativa do mercado sobre a taxa básica de juros, a Selic, no fim de 2022, após o Banco Central elevar, em maio, o percentual de 11,75% para 12,75% ao ano.

1,1 bi

Número de pneus de veículos leves que foram descartados e recolhidos corretamente no Brasil de 1999 a 2020, segundo a Anip, Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos.

5,2 mi

Toneladas de pneus serviram como fonte de energia para fornos de cimenteiras e siderúrgicas, ou se transformaram em produtos como solas de sapato, asfalto borracha e tapetes para automóveis, de 1999 a 2020, segundo a Anip

“Como acontece com qualquer tendência nascente há deturpação, oportunismo consciente ou inconsciente, ou até mesmo greenwashing flagrante.”

Mallory Rutigliano, especialista de finanças sustentáveis da Bloomberg sobre a afirmação da Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos, SEC, de que o ESG pode estar ligado a um processo de lavagem de dinheiro, ou greenwhasing, em Wall Street.

“Temos convicção que o combustível da próxima década será o etanol. Até 2030 acreditamos que 30% dos carros produzidos no Brasil serão híbridos ou elétricos.”

Wilson Ferreira Jr., CEO da Vibra, antiga BR Distribuidora, em entrevista ao Neofeed.

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

Surprenda-se com os novos extrapesados Volkswagen.

NOVOS GIGANTES VW

Logos: Volkswagen, Volkswagen Truck & Bus, RIM, Volkswagen Commercial Vehicles, Volkswagen Financial Services

NOVO CHEVROLET EQUINOX. CONFIANÇA É O INÍCIO PARA TODA JORNADA.

AMÉRICA LATINA

CHEVROLET

Logos: Chevrolet, Chevrolet Financial Services

UNIDOS NO MOVIMENTO

Eletrificação. Agora.

Logos: BMW, BMW i

MWM MOTORES, MÁQUINAS GERADORAS E PEÇAS DE REPOSIÇÃO. TRADIÇÃO E ALTO DESEMPENHO NAS MAIS VARIADAS APLICAÇÕES.

MWM

FIAT PULSE

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

Logos: Fiat, Pulse

NOVA RENAULT OROCH

Logos: Renault, Oroch

Um futuro onde dirigir bem significa viver bem.

BorgWarner

Nossa estrela ilumina um caminho: o de um novo mundo mais sustentável!

Mercedes-Benz

Desenvolvido pelas suas estradas

SESTANTE

Logos: Sestante, Pirelli

PELO 2º ANO CONSECUTIVO RECEBEMOS O PRÊMIO TOYOTA COMO UM DOS MELHORES FORNECEDORES DO BRASIL.

TOYOTA

Outstanding Performance Award 2022

NEO STEEL

CADA VEZ MAIS PRESENTE NA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

Logos: Neo Steel, Neo Steel

POWERING PROGRESS TOGETHER

MARELLI