

AUTO DATA



From the Top
Alexandre Abage,
Grupo ABG

INVESTIMENTOS BILIONÁRIOS

Stellantis, Hyundai,
Toyota e BYD
anunciam aportes

CAMINHÕES EURO 6

Mercado dá sinais
de recuperação
após tombo forte

MAIS LANÇAMENTOS

BYD traz o Mini
Dolphin e Fiat agora
tem a picape Titano

KARDIAN ABRE NOVA ERA DA RENAULT NO BRASIL

TUDO SOBRE O NOVO SUV

O Plano | O Produto | O Teste | O Mercado | A Fábrica
Os Suprimentos | A Grife Social



Família VW Meteor

Entrega+Valor

para o seu negócio.

O gigante que já chega

extrapesado de tanto benefício.



Acesse nosso QR Code
e confira todas as condições e ofertas
da Nova Família VW Extrapesados.

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vwcaminhoes

Taxa de apenas

0,95%
a.m.*

Emplacamento,
licenciamento e
IPVA 2024 **grátis***

CORRA! ÚLTIMO MÊS!

3

anos de garantia para toda
Família VW Extrapesados.*

Serviço de conectividade
RIO PREMIUM grátis
por 12 meses.

Visite uma concessionária.



Caminhões
Ônibus

*Consulte as condições da oferta no site. Ofertas válidas para março/2024.

**PESQUISA SAE
AGRONEGÓCIO**

18

Estudo inédito mostra as tendências tecnológicas do setor e de suas máquinas agrícolas

**CAMINHÕES
EURO 6 DECOLA**

24

Após um ano de queda acentuada o mercado de caminhões volta a crescer com os novos modelos

**HISTÓRIA 1
RANDON 75 ANOS**

30

A jornada da pequena oficina mecânica que se transformou no grupo internacional Randoncorp

**Work
STUDIO
AutoData**

38

HYUNDAI

74

PPG

6

LENTE

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

10

FROM THE TOP

Alexandre Abage conta os planos de expansão acelerada das empresas do Grupo ABG

104

GENTE & NEGÓCIOS

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

112

FIM DE PAPO

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



**ESPECIAL
RENAULT KARDIAN**

44

O PLANO

48

O PRODUTO

54

O TESTE

58

O MERCADO

62

A FÁBRICA

66

OS SUPRIMENTOS

68

A GRIFE SOCIAL

**HISTÓRIA 2
FRASLE 70 ANOS**

40

A jornada paralela da empresa que se tornou a maior fabricante de peças da Randoncorp

**INVESTIMENTO 1
STELLANTIS**

70

Com R\$ 30 bilhões o grupo faz o maior aporte da história da indústria automotiva no País

**INVESTIMENTO 2
HYUNDAI**

76

Empresa agora controla suas importações e promete investir US\$ 1,1 bi na operação brasileira

**INVESTIMENTO 3
TOYOTA**

80

Fabricante decide aumentar capacidade de produção em Sorocaba com aporte de R\$ 11 bi

**EXPORTAÇÃO
TOYOTA É LÍDER**

84

Em 2023 a empresa exportou quase 40% de sua produção no Brasil para 22 países

**INVESTIMENTO 4
BYD**

88

Montadora chinesa assume complexo de Camaçari e decide erguer nova fábrica

**LANÇAMENTO 1
DOLPHIN MINI**

92

BYD começa a trazer ao mercado brasileiro o seu carro elétrico mais barato e puxa preços para baixo

**INVESTIMENTO 5
PIRELLI**

96

Fabricante de pneus anuncia aporte de mais R\$ 350 milhões na operação brasileira

**LANÇAMENTO 2
TITANO**

98

Fiat ingressa na competição das picapes médias com veículo montado no Uruguai

Parece que agora vai

Por Pedro Kutney, editor

O fôlego das noventa páginas editoriais desta AutoData, ainda em março, mostra que o setor automotivo nacional parece entrar em uma nova corrida do ouro – ainda que o tamanho da fortuna potencial oferecida pelo mercado brasileiro não pareça tão grande.

Há mais de dez anos não se via tantos anúncios bilionários de investimentos de fabricantes de veículos no Brasil. Segundo calcula o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio a coisa já ultrapassa os R\$ 100 bilhões em aportes para desenvolver fábricas e novos veículos até o fim desta década.

O valor é substancial especialmente porque o mercado brasileiro está estacionado em pouco mais de 2 milhões de veículos/ano, pouco mais da metade do que foi há dez anos. Contudo os produtos paridos ou em gestação têm valor agregado muito superior.

Esta AutoData trata de várias destas iniciativas, a começar por uma que já é realidade, o Kardian, carro que trouxe investimentos de R\$ 2 bilhões e abriu caminho para mais R\$ 2,1 bilhões, pois simboliza o começo de uma nova era de maior valor agregado para a Renault e, por que não, para a indústria que o cerca. Por isto o lançamento mereceu um caderno especial que conta tudo sobre o novo SUV nacional, do produto e de sua cadeia de valor.

Somas bilionárias não faltam nas páginas desta edição: a Stellantis anunciou o maior plano de investimento da história da indústria automotiva no País, de R\$ 30 bilhões, e a Toyota anunciou o maior aporte de sua própria história no Brasil, de R\$ 11 bilhões, e a Hyundai em nova fase, agora dona de todos os seus negócios por aqui, promete R\$ 5,5 bilhões até 2032. E a BYD tomou posse definitiva da fábrica de Camaçari, BA, e com aporte ampliado a R\$ 5,5 bilhões afirma que vai erguer uma nova unidade de produção que começa a funcionar até o fim deste ano.

Não menos importante é a empinada do mercado de caminhões Euro 6 neste 2024, depois do tombo de 2023, quando a nova tecnologia de motorização para atender à legislação de emissões deixou os veículos mais caros e derrubou as vendas.

Tudo junto e misturado parece que agora vai – ainda que não se saiba exatamente aonde esta nova corrida do ouro vai levar o setor. Esperamos, claro, que seja para longe da recessão dos últimos anos.



AUTODATA

Diretor de Redação Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Leandro Alves, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Caio Bednarski, Roberto Hunoff, Soraia Abreu Pedrozo

Projeto gráfico/arte Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/divulgação **Capa** Foto divulgação Renault **Comercial e publicidade** tel. PABX

11 3202 2727; André Martins, Luiz Gíadas **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, bloco 5, 4º andar, sala 434, 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



Arquivo

ADEUS A CHICO NÉLSON, PIONEIRO

É triste a notícia do falecimento de Francisco Nélson Satkunas, vice-presidente da Anfavea como representante da HPE e que por pouco mais de quarenta anos trabalhou na General Motors ao lado de André Beer: foram amigos desde o seu primeiro dia de companhia. André confiava plenamente no amigo Chico e só lhe dava missões complicadas, em áreas de circunstâncias confusas, sempre confiante em seu bom senso e em suas virtudes solucionáticas. Chico reclamava muito das pedreiras que enfrentou mas dizia que, de qualquer maneira, pedreiras faziam sentido e não praias no Havaí. Tinha 78 anos e morreu no fim da noite da terça-feira, 12, em São Paulo. É triste não apenas porque lá se vai mais um dos pioneiros do setor de veículos no País mas porque, principalmente, nos fica, agora, apenas a lembrança do bom amigo. Na verdade ele sempre foi um muito bom amigo de AutoData. Sat foi daqueles que consultei a respeito da ideia de uma newsletter de nome AutoData meses antes do lançamento – e ele nunca nos deixou sozinhos.

ADEUS A CHICO NÉLSON, PIONEIRO 2

Conhecemo-nos nos primeiros anos dos 80 quando ele era o responsável pelo Consórcio Chevrolet e eu trabalhava na revista Quatro Rodas. Ficamos logo amigos por termos a mesma opinião sobre a culinária e a mesa cheia de copos e de garrafas dos lituanos e dos italianos e de seus descendentes. Falávamos pouco de política e muito a respeito de suas experiências na indústria de veículos, das pessoas, dos amigos e dos nem tão amigos. Ninguém, como ele, sabia apreciar o motorzinho de uma Monareta. Satkunas integrou o conselho de Plascar por quase dez anos, integrou comissões internas da Anfavea e foi um dos fundadores da SAE Brasil. Era engenheiro mecânico formado pela FEI e pós-graduado pela FGV e também trabalhou na Opel.

NÚMEROS E ÍNDICES

Dados estatísticos refletem as particularidades de um país, principalmente quando não são permeáveis às vontades dos governantes – como aqueles gerados pelo IBGE que, ao que consigo lembrar, nunca foram seriamente acusados de manuseio. Pois o IBGE foi atrás e recenseou: cá nestas terras de pindorama para 49 milhões de brasileiros, que representam 24% do total, o poder público não oferece tratamento de esgotos. Número e índice poderiam refletir os de um jovem país em crescimento mas... vejam o que eles escondem: uma especialíssima distribuição étnica que, como destacou nota do IBGE, "expõe a desigualdade social brasileira": pretos e pardos, ou 55% de nossa população total, são 68,6% dos não beneficiados com tratamento de esgotos. Já no meio dos brancos, 43,5% da população total, 29,5% se juntam àqueles que não dispõem deste serviço de maneira adequada. O IBGE também mensurou aqueles que não têm acesso à água potável: são 72% do total dos pretos e pardos e 24% do total dos brancos.

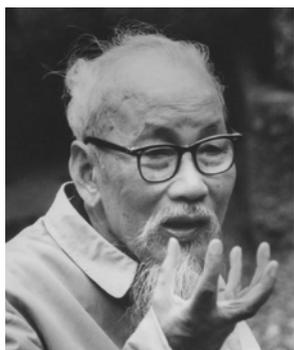
NÚMEROS E ÍNDICES 2

E o que é que a indústria de veículos tem a ver com isto? Se o bem-estar social fosse admitido pela indústria como uma de suas áreas de interesse estratégico – no sentido de Von Clausewitz, é claro, e não do corrente marketing nativo – quantos novos consumidores obteria ao longo dos anos com pequenos expedientes de ordem pública como esgoto e água encanada?



Por Vicente Alessi, filho

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



Arquivo

EXEMPLO

É assinada por José Fucs muito interessante reportagem na edição de 10 de fevereiro, um domingo, d'O Estado de S. Paulo. Contou como é que "após quarenta anos de guerra e do fracasso da economia planificada o Vietnã segue trilha chinesa e reduz em 98% número dos que vivem na miséria". Recomendo a leitura, mesmo que atrasada. Começa lembrando diretriz extrema do líder Ho Chi Minh de 1944 e 1945, período em que 2 milhões de vietnamitas morreram de fome: "A cada dez dias todos os nossos compatriotas devem jejuar por uma refeição, e a cada mês, por três refeições, e dar o arroz poupado aos pobres". Ho liderou os vietnamitas em guerras de libertação contra japoneses, franceses e estadunidenses e venceu a todos os invasores.

EXEMPLO 2

Mas o que interessa contar é que de certa forma e à sua própria custa o Vietnã de hoje – que pode vir a ser a Coreia do Sul de amanhã – conseguiu reduzir em 98% o número de pessoas vivendo com menos de US\$ 2,15 por dia desde 2017. Conseguiu reduzir, em 34 anos, as 52 mortes para cada 1 mil nascimentos para 21 mortes para cada 1 mil nascimentos. Conseguiu inserir 79% da sua população de mulheres de 15 a 64 anos no mercado de trabalho – o maior índice da OCDE logo depois de Islândia, Suécia e Suíça. Mais: o PIB do Vietnã cresceu, em média, 6,7% ao ano de 1990 a 2022, três vezes mais do que o do Brasil e 2,3 vezes mais do que a média mundial.

SERÁ QUE?

Acredito que vale a pena nos debruçarmos sobre pesquisa desenvolvida em conjunto pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e pela alemã Fundação Rosa Luxemburgo: conclui que, no caso da crise climática, carro elétrico e mercado de carbono são falsas soluções. Uma síntese foi publicada pelo JC Notícias, do Jornal da Ciência, mantido pela SBPC, a respeitável Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, na sua edição de quinta-feira, 14 de março (leia em www.jornaldaciencia.org.br). É o seguinte o primeiro parágrafo do texto: "Tal e qual o conceito 'desenvolvimento sustentável' – divulgado pela primeira vez em 1972 durante a Conferência de Estocolmo, da ONU –, a expressão 'transição energética' transformou-se numa panaceia híbrida de sentidos que governos, corporações, grupos ambientalistas e conglomerados de mídia usam para resumir a complexa crise ambiental pela qual passamos e da qual a mudança no clima do planeta é uma das faces mais mencionadas. A solução, assim, também exige um esforço muito mais heterogêneo e profundo do que 'apenas' mudar o perfil energético do planeta, fundamentado na queima de combustíveis fósseis que emitem gases causadores do efeito estufa, transformam tempestades e furacões em fenômenos corriqueiros e fazem os termômetros variarem em velocidades nunca antes observadas".



RENAULT KARDIAN

novο motor turbo de 125 cv com 220 Nm de torque
13 ADAS - sistemas avançados de assistência de direção
painel digital de 7"
interior sofisticado



Paz no trânsito começa por você.

renault.com.br

O neoindustrializador

Há cerca de dez anos o empresário Alexandre Abage, presidente do Grupo ABG, começou a investir no setor de autopeças. Ele cresceu comprando empresas nacionais em apuros financeiros ou com problemas de sucessão, mas desde 2022 o grupo mais do que duplicou de tamanho com a aquisição de multinacionais que decidiram deixar o País.

Hoje o Grupo ABG já fatura cerca de R\$ 2 bilhões por ano com sete unidades de negócios e oito fábricas que fornecem às mon-

tadoras rodas de alumínio com a Neo Rodas, peças estampadas e estruturas metálicas para bancos com a Neo Steel, peças de motor, suspensão e direção com a Neo Parts, partes fundidas e usinadas de alumínio e de latão com a Neo Fundição e a Neo Usinagem, peças plásticas com a Neo Polímeros. E começou a operar controles eletrônicos de motor com a Neo PWT.

Boa parte das aquisições foram indicações dos próprios clientes, as montadoras, que chamaram o parceiro brasileiro para ocupar o lugar do fornecedor multinacio-

nal que quer sair do Brasil. E há muitas oportunidades ainda, conta Abage: "Planejamos aumentar o faturamento para R\$ 5 bilhões e dois terços disto virão de novas aquisições. Já temos dezoito empresas no pipeline".

Com suas sete empresas que carregam o prenome Neo o empresário goza da feliz coincidência de poder ser chamado de neoindustrializador no exato momento em que o governo incentiva a neoindustrialização do País e Abage aposta na renovação de velhos e eternos negócios de autopeças.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

O fornecimento de autopeças para montadoras sempre foi considerado um setor de difícil expansão no Brasil, de baixa rentabilidade, baixo investimento e dominado por multinacionais. Como empresário quando, como e por que o senhor avaliou que seria um bom negócio investir na indústria de autopeças?

Como todos sabem o segmento não é fácil, mas eu acho que os clientes precisam de fornecedores saudáveis. Então nós realmente resolvemos apostar no setor a partir de 2016 [com a compra da fabricante de rodas de alumínio Alujet, que foi renomeada Neo Rodas]. Hoje são várias operações e nós temos

esse relacionamento muito próximo dos clientes, sempre tentando apoiá-los no que eles tenham necessidade. As aquisições que têm sido feitas [pelo Grupo ABG] ao longo desse período não são por acaso, elas surgem da necessidade dos clientes, para que a gente possa oferecer um portfólio completo para atendê-los.

Da Neo Rodas de 2011, passando pela compra da Alujet do Grupo Sifco, em 2016, o Grupo ABG agora em 2024 tem sete unidades de negócios de autopeças e oito fábricas que fornecem para as empresas fabricantes de veículos.





“Temos no nosso planejamento estratégico o objetivo de aumentar para R\$ 5 bilhões o faturamento nos próximos cinco anos, sendo que 70% virão do fornecimento de peças a sistemista e, principalmente, às montadoras.”

Tudo isto aconteceu em pouco mais de uma década. Como tantas aquisições foram financiadas?

O grupo financia as aquisições parte com capital próprio e parte com o sistema bancário, mas sempre tendo muito cuidado com os nossos indicadores financeiros, que estão diretamente atrelados a novos negócios [contratos de fornecimento] que possamos conquistar, ou não, com as montadoras. Ou seja: mesmo com muitas aquisições é determinante para o grupo manter a saúde financeira para continuar a ser uma solução para nossos clientes – e não uma dor de cabeça.

Desde o seu surgimento quanto o Grupo ABG já investiu no setor de autopeças?

Nos últimos sete anos nós investimos aproximadamente R\$ 300 milhões. Só em 2024 já estamos investindo mais R\$ 100 milhões. Os investimentos no grupo são constantes para manter a nossa tecnologia, segurança e o nosso fornecimento aos clientes sempre no melhor nível de qualidade possível.

Qual é a participação das empresas de autopeças no negócio do Grupo ABG?

Nós temos alguns outros negócios da família que têm um faturamento de

aproximadamente R\$ 1 bilhão por ano e o grupo automotivo este ano deve ter um faturamento próximo de R\$ 2 bilhões. Então o setor automotivo, hoje, é o nosso principal segmento de atuação.

Sabemos que o Grupo ABG tem a intenção de mais do que dobrar o faturamento de R\$ 2 bilhões ligado aos negócios de autopeças. O senhor confirma o plano?

Confirmo, o plano é exatamente este. Temos no nosso planejamento estratégico o objetivo de chegar a R\$ 5 bilhões de faturamento nos próximos cinco anos, sendo que 70% virão do fornecimento de peças a empresas sistemistas e, principalmente, às montadoras. Para os outros 20% queremos desenvolver uma linha de aftermarket e 10% serão exportações.

Qual será o caminho para construir esta megaempresa de R\$ 5 bilhões em um espaço tão curto de tempo? Existem ainda muitas oportunidades de aquisições no Brasil que ajudarão a cumprir com este objetivo?

No nosso planejamento para chegar aos R\$ 5 bilhões previmos que um terço virá de crescimento orgânico, das



nossas unidades atuais, e dois terços serão de novas aquisições. Nós temos uma série de empresas nacionais que têm problemas de sucessão: o proprietário já está cansado, quer se aposentar, o filho não tem interesse em dar continuidade ou ele não tem quem possa assumir a empresa. Este tipo de empresa está no nosso radar permanentemente. E há as multinacionais que estão deixando o País, colocando todos os seus esforços de engenharia e capital para o desenvolvimento dos carros elétricos ou volumes maiores nos Estados Unidos, na Europa, na Ásia. Então, realmente, vemos muitas oportunidades. Nós temos, inclusive, uma área interna de M&A [fusões e aquisições], liderada pelo nosso vice-presidente Ricardo Guerini, e pela Rafaela Padilha, que é a nossa head de M&A. Atualmente, para vocês terem uma ideia, nós temos dezoito empresas no pipeline [de interesse para aquisição], mas sempre muito alinhadas com os nossos clientes, com as montadoras.

“Vemos muitas oportunidades de novas aquisições, temos dezoito empresas no pipeline, mas antes de fazermos qualquer aquisição vamos até o cliente para entender se está dentro das suas necessidades e só depois damos prosseguimento ao negócio.”

Antes de fazermos qualquer aquisição vamos até o cliente para entender se está dentro das suas necessidades e só depois damos prosseguimento ao negócio.

Pelo que o senhor diz, na sua visão, o Brasil está vivendo um momento de desglobalização do setor de autopeças. É por aí que se espera crescer?

Eu acho que faz sentido o que você está dizendo porque o que mais escutamos dos nossos clientes é localização, localização, localização. Ao longo desses últimos anos, com todo o problema da cadeia logística, da covid, problemas globais, os clientes têm tentado produzir localmente e vender localmente. É algo que tem crescido bastante.

Nesse sentido, no fim de 2021, o Grupo ABG comprou a fábrica de estruturas para assentos da canadense Magna Seating, que se transformou na Neo Steel de Minas Gerais. Depois, em 2023, comprou a unidade de sistemas eletrônicos de powertrain da alemã Vitesco, que se transformou na Neo PWT. E no fim daquele mesmo ano adquiriu a planta de componentes plásticos injetados da canadense ABC Technologies, que criou a Neo Polímeros. Em comum todas essas operações eram de multinacionais que, nas últimas décadas, dominaram a indústria das autopeças no Brasil. Mas agora o Grupo ABG, uma empresa de capital nacional, está fazendo o caminho inverso, comprando unidades de empresas internacionais. Este é um plano traçado pelo grupo ou foram oportunidades que surgiram ao acaso?



“Mesmo com muitas aquisições é determinante para o grupo manter a saúde financeira, para continuar a ser uma solução para os clientes e não uma dor de cabeça.”

Eu acho que nada é ao acaso. Foram oportunidades que vieram a nós por meio de nossos clientes, das montadoras, que precisaram recolocar um fornecedor local estratégico que, por algum motivo, quer sair do País, seja para fazer investimentos mais pesados na eletrificação seja para colocar seus esforços em regiões que têm maiores volumes ou tecnologias, seja pela complexidade de se operar no Brasil com todas as suas dificuldades tributárias e trabalhistas.

As fábricas de autopeças do Grupo ABG, até 2023, estavam bastante focadas no segmento de metalurgia, produzindo componentes de ferro e alumínio, como rodas, peças de motor, suspensão e direção. Isto mudou no ano passado com as aquisições das unidades de polímeros e eletrônicos. Por que houve esta mudança de foco? Está no horizonte outras diversificações de produtos?

São diversificações mas não é mudança de foco, porque o nosso foco é atender aos clientes, independente do que ele precise. Eu brinco, aqui: se tiver que fazer panelas para nossos clientes eu

vou fazer, se tiver que fazer carrinhos eu farei. Nosso grupo tem esta vocação, tem esta orientação, de atender aos clientes, independentemente da commodity que ele produza.

Qual é a participação das exportações nos negócios? Existem planos de expansão internacional?

Queremos chegar a 10% das receitas com exportações em até cinco anos. Já estamos olhando algumas oportunidades. Hoje temos algumas pequenas exportações para a Argentina e temos lá uma primeira unidade em construção [da Neo Rodas]. Será uma operação com um sócio local, o Grupo Mirgor, que atua no mesmo segmento e é bastante grande e respeitado. Partindo desta primeira experiência temos algumas outras empresas e a possibilidade de parcerias.

Hoje o Grupo ABG é bastante focado no fornecimento original, OEM. É um mercado de escala maior, mas de rentabilidade menor. O aftermarket tem maior rentabilidade. Qual é o interesse do grupo no mercado de reposição de peças?

Os produtos que fabricamos têm reposição muito pequena. No caso de rodas: quando alguém quer trocar por maiores ou diferentes, ou quando alguém mais desastrado dá uma ralada na roda, nós atendemos as concessionárias, que é mercado dos fabricantes de veículos. No caso de bancos é muito difícil haver uma troca no veículo. E assim funciona com os nossos componentes em geral. Mas estamos trabalhando para, em até cinco anos, ter 20% do nosso faturamen-





CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

HIGH-TECH ✦
INDUSTRIAL FASTENERS

 SINCE 1974

- ✦ ASES/RENAULT NISSAN
- ✦ BEST ONE SUPPLIER/STELLANTIS
- ✦ BIQS/GENERAL MOTORS
- ✦ QI/FORD
- ✦ VDA 6.3/VOLKSWAGEN

PRODUCTS

Bolts
Nuts
Washers
C-Parts
Wires



Continental Parafusos S.A. / Headquarters in Brazil
Rua Caramuru, 526 Diadema - São Paulo - Brazil 09911-510
T. +55 (11) 4043-4144 | F. +55 (11) 4043-2780
continental@continentalparafusos.com.br

Continental Parafusos S.A. / Taiwan Branch
No. 36 Ln. 18 Lida Rd., Zuoying District Kaohsiung Taiwan 81356
T. +886-7-343-3500 | F. +886-7-343-3501
youhui@youhui.com.tw



to no mercado de reposição. Hoje este porcentual gira em torno de 2% a 3%.

Quais oportunidades as políticas governamentais, como o recém-anunciado Mover, Mobilidade Verde e Inovação, ou o NIB, Nova Indústria Brasil, podem trazer às empresas do Grupo ABG? O senhor vê oportunidades?

Sem dúvida nenhuma. O governo atual tem a tendência de incentivar a indústria local, fabricação local. Então nós temos um grupo de trabalho interno olhando para essas políticas e vendo como podemos encaixá-las da melhor forma possível dentro da política de investimento da empresa.

Esta nova fase da indústria automotiva brasileira demandará muito esforço de engenharia. O Grupo ABG vai investir para acompanhar esse futuro?

Investimos pesadamente em sistemas e softwares e em pessoas. Estamos em fase de montagem de uma engenharia central para prestar serviços a todas as nossas empresas e também aos clientes, algo que já temos feito. Com as aquisições que foram realizadas nos últimos anos em todas elas assinamos acordos para que, em caso de necessidade, essas multinacionais todas podem nos prestar serviços de engenharia e desenvolvimento. Então, além de todo o conhecimento dos nossos profissionais, temos também essa parceria bastante próxima com as multinacionais para atender aos nossos clientes da melhor forma.

Hoje a indústria vive um certo dilema sobre qual, ou quais, tecnologias serão



“Independentemente da tecnologia de propulsão adotada todos os carros utilizarão rodas, todos terão bancos, todos disporão de ar-condicionado, de peças fundidas e estampadas. Então eu vejo oportunidades. Fornecemos todos os componentes necessários para veículos, tanto para o híbrido, elétrico ou movido a combustão.”



aplicadas para atingir a descarbonização. Esta é uma oportunidade para incrementar o negócio dos autopartistas aqui no Brasil ou é uma fronteira que deixará muita gente fora do mercado?

No caso das nossas empresas costumo brincar que, independentemente da tecnologia de propulsão adotada, todos os carros utilizarão rodas, todos terão bancos, todos disporão de ar-condicionado, peças fundidas e estampadas. Então eu vejo oportunidades. Não vejo nenhuma barreira porque temos todas as tecnologias necessárias para veículos, tanto para o híbrido, quanto para o elétrico, quanto para o movido a combustão.

Muito se fala na neointustrialização do Brasil, especialmente no setor de autopeças, que hoje importa grande parte dos componentes de maior sofisticação tecnológica. Como diz o prenome de todas as suas empresas de autopeças o senhor se considera um neointustrializador?

Quando usamos o nome Neo nas empresas é muito mais para apontar o novo, fazer diferente, fazer melhor. E é o que nós temos tentado fazer em todas elas. Atender bem aos clientes, termos uma empresa gostosa de se trabalhar, gostosa de vir a ela todos os dias, bastante focada nas pessoas, no desenvolvimento de toda a equipe, de todos os nossos negócios. Então, sim, eu considero que nós somos uma neo em todos os aspectos.

E como o senhor avalia a atuação do setor de autopeças no Brasil? As empresas trabalham suas demandas sozinhas?

Ou há uma coordenação do Sindipeças que torna comum este trabalho junto às entidades governamentais?

Eu acho que o trabalho que o Sindipeças faz é muito louvável, de colocar todas as empresas juntas, sejam elas multinacionais sejam elas nacionais, sejam elas grandes sejam elas pequenas. É um trabalho sensacional. Agora, por outro lado, também falta um pouco de união de todos, para que a gente possa ter representatividade maior em um determinado segmento ou junto a um determinado cliente, como nas políticas de importação. Mas o Sindipeças tenta, da melhor forma possível, agregar a todos com um objetivo comum.

Estamos vivendo e relatando o maior ciclo de investimento da história da indústria automotiva no Brasil. Já foram anunciados, segundo os cálculos do MDIC e da Anfavea, perto de R\$ 95 bilhões em investimento só de montadoras. E a Anfavea já fala que vai passar dos R\$ 100 bilhões. O senhor acredita que a indústria de autopeças seguirá este mesmo caminho e acreditará no futuro que as montadoras estão vendo no Brasil?

Eu não tenho dúvidas. Como já disse nossas empresas, somente este ano, estão investindo mais de R\$ 100 milhões em aumentos de capacidade, em novas tecnologias, engenharia, desenvolvimento. O parque de fornecedores instalado é enorme. Eu não tenho dúvidas de que os investimentos virão na mesma proporção para que sustentemos todo este investimento e todas as tecnologias que as montadoras colocarão aqui. ■





Divulgação/CNH Industrial

Agricultura de precisão ganha força com desenvolvimento tecnológico no País

Pesquisa ouviu cadeia produtiva e consumidores de máquinas e equipamentos para o setor agrícola nacional

Por Caio Bednarski

Sessenta questões respondidas por profissionais de diversas áreas ligadas ao agronegócio, como universidades, produtores agrícolas, fabricantes de máquinas, fornecem uma visão sobre o cenário futuro da cadeia produtiva de equipamentos para o setor que responde por 25% do PIB nacional. Foi este o foco da Pesquisa SAE Brasil Caminhos

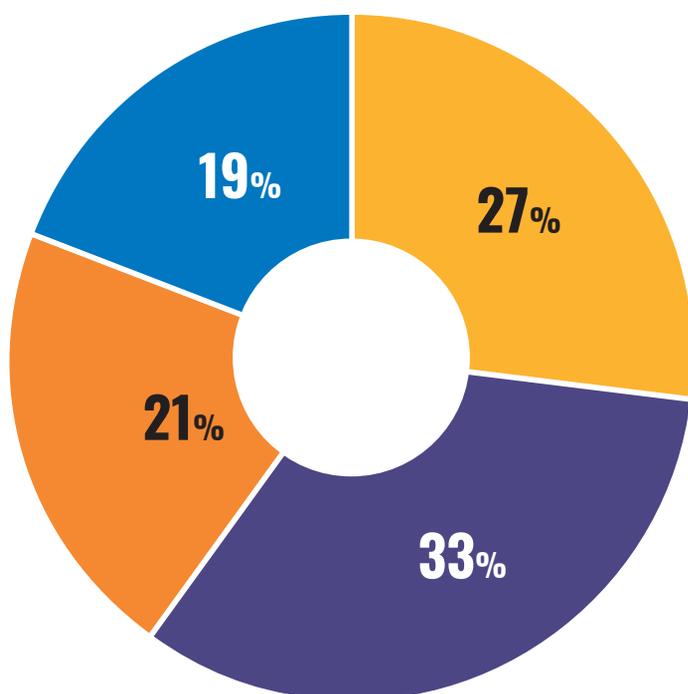
da Tecnologia no Agronegócio, realizada no segundo semestre de 2023, em uma parceria da entidade de engenheiros automotivos com a KPMG, com AutoData e com a Anfavea. Os resultados do estudo foram apresentados em evento realizado na sede da Anfavea no fim de fevereiro.

Questionados sobre qual é a principal oportunidade tecnológica para o desen-

volvimento de seu negócio e respectivo segmento de atuação, 33%, ou um terço dos respondentes, avaliam que existem boas perspectivas para a agricultura de precisão no Brasil, como gestão de operação por geolocalização via satélite e uso de máquinas com piloto automático. Em segundo lugar 27% acreditam que novas tecnologias de propulsão também moverão as máquinas no campo, como eletrificação e o uso de biocombustíveis. Outra tendência, contemplada em 21% das respostas, é o uso de ferramentas digitais na gestão do negócio, e 19% pensam em soluções para agricultura de pequena escala.

Qual a principal oportunidade envolvendo o negócio em que atua?

- Adoção de novas tecnologias como automação, eletrificação, uso de biocombustíveis no âmbito das máquinas agrícolas
- Agricultura de precisão (por exemplo: gestão da operação de campo via geoprocessamento, piloto automático e aplicação por taxa variada)
- Ferramentas de tecnologia digital na gestão do negócio
- Soluções para agricultura de pequena escala (por exemplo: soluções de pequeno porte)



DESAFIOS

Os principais desafios do futuro também foram monitorados pela pesquisa e os entrevistados responderam que a capacitação dos produtores ou disponibilidade de mão-de-obra especializada deverão ser os principais entraves para o futuro, correspondendo a 38% das respostas. Com 31%, em segundo lugar, aparece o custo das novas tecnologias, seguida pela conectividade efetiva e disponibilidade de crédito, com 18% e 13%, respectivamente.

Alguns pontos também surgiram como as principais preocupações, caso da dificuldade de acesso a soluções de conectividade, que aparece em 40% das repostas, seguida pela rapidez da obsolescência das novas tecnologias, com 28%. Os participantes também estão preocupados com a dificuldade de realizar manutenções nos equipamentos, 23%, e 9% estão olhando com atenção para máquinas autônomas e sua segurança.

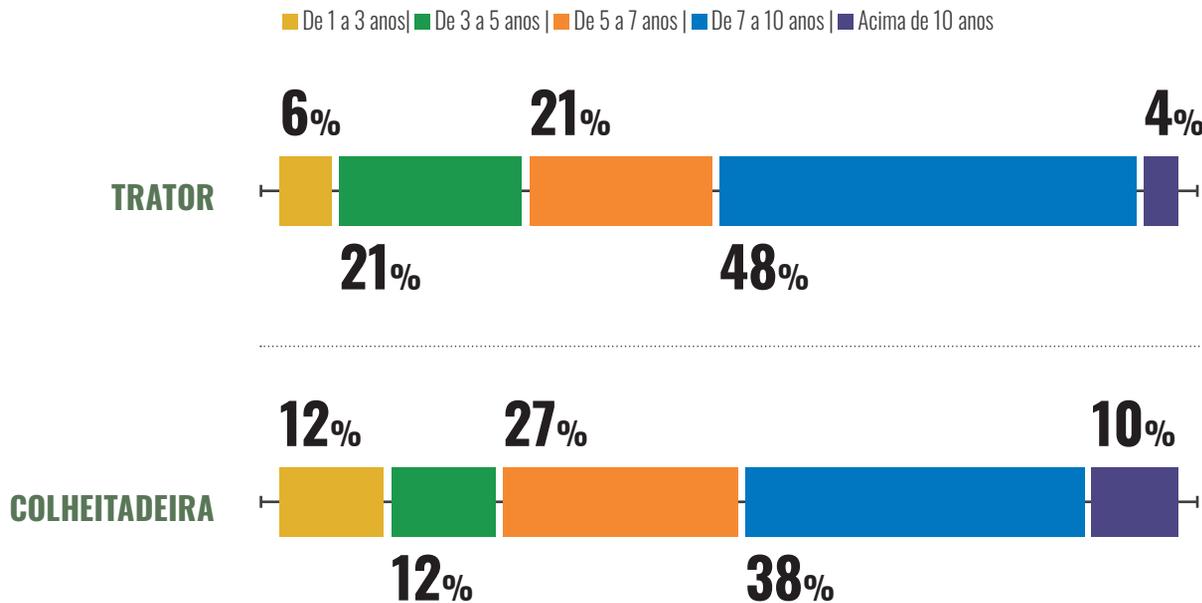
A pesquisa também abordou quais são consideradas certezas absolutas para o desenvolvimento futuro do setor e os entrevistados escolheram duas opções dentre as cinco disponíveis: 44% afirmaram ter certeza que a adoção de novas tecnologias traz melhor desempenho, ganhos de produtividade e redução de custos, e em segundo lugar 34% dizem que estas novas tecnologias precisam dialogar com produtores de diversas faixas etárias e tamanho de operação, além de serem compatíveis em máquinas e equipamentos de fabricantes diferentes.

AQUISIÇÃO DE MÁQUINAS

Uma importante informação para a indústria também foi aferida pela pesquisa: o prazo ideal para troca de máquinas e equipamentos agrícolas. A maioria, quase 70%, respondeu que é de cinco a dez anos, tanto para tratores como para colheitadeiras, enquanto outros 30% ficam divididos em trocas após dez anos de uso, três a cinco anos e apenas um ano.

Dentre os fatores que podem antecipar ou postergar a aquisição de uma nova máquina os entrevistados escolheram três de

Com que frequência a empresa pretende renovar as máquinas autopropelidas:



sete opções disponíveis: 25% das respostas colocaram os juros de financiamentos como principal fator, seguido pela disponibilidade de crédito com 19% e o preço das commodities apareceu como terceiro com 16%. Prazo de pagamento, novas tecnologias, risco climático e aspectos regulatórios também aparecem como pontos que podem antecipar ou adiar a compra.

A forma como o produtor pretende comprar uma máquina também foi abordada e mostrou que 27% dos entrevistados já fazem aquisições com recursos próprios, mostrando a elevada capitalização dos agricultores. Outros relevantes 26% utilizam recursos públicos de financiamento e não pretendem mudar. Os demais 47% se enquadram em cenários diferentes, como a compra com recursos próprios, mas que em breve precisarão recorrer a empréstimos públicos ou privados, compradores que usam recursos públicos e querem migrar para o banco privado, e aqueles que só utilizam instituições financeiras privadas, dentre outras opções, como consórcios.

O local onde os negócios são fechados também varia, mas 67% dos compradores ainda preferem a concessionária física para negociar pessoalmente e tirar dúvidas, até pelo alto custo das máquinas, mas 10% já compram on-line, enquanto 17% preferem fechar negócio em feiras e 4% optam por outras formas de aquisição.

A pesquisa mediu o potencial do mercado digital, que tem muito a avançar no agronegócio, considerando que 48% dos entrevistados responderam que nunca pensaram em comprar uma máquina de forma 100% on-line. Dos que já tiveram algum tipo de experiência digital 9% compraram e gostaram, 15% compraram mas não gostaram, 24% já consideram comprar pela internet e 4% afirmaram que, atualmente, poucas marcas estão presentes nessa modalidade de vendas.

Na hora de escolher qual será a marca da máquina que será comprada alguns fatores pesam bastante na tomada de decisão, como o custo-benefício, assistência técnica e o pós-vendas, a confiabilidade

da marca e o consumo de combustível. Diante dessas respostas, nota-se que os compradores, quase sempre, optam por uma marca tradicional, com produção no Brasil e cobertura nacional da sua rede de concessionários, na comparação com uma importadora que não tem uma rede no País todo, por exemplo.

PERFIL DOS PARTICIPANTES

O público que respondeu às perguntas da pesquisa de forma on-line e espontânea, no segundo semestre de 2023, foi separado pelo tamanho do faturamento da empresa na qual trabalha. O maior grupo foi de funcionários de empresas provedoras e fabricantes de tecnologias que faturaram até R\$ 5 milhões por ano, representando 30% das respostas.

O segundo maior grupo, com 18% de participação nas respostas, foi de colaboradores de companhias que registraram faturamento acima de R\$ 3 bilhões em 2022 e o terceiro maior grupo é de funcionários das empresas que faturaram de R\$ 20 milhões a R\$ 100 milhões, com 16%.

O maior grupo de respondentes foi de gerentes, coordenadores e supervisores, com 37% de participação. Em segundo lugar aparecem acionistas ou proprietários de empresas, com 23%, seguidos por presidente e diretores com 20%. Técnicos, administradores, pessoal comercial e operacional representaram 12% e os de outras áreas 8%.

A pesquisa também foi dirigida a produtores rurais, que são os consumidores finais de toda a cadeia de produtos para o agronegócio, e buscou entender qual o perfil de cada um deles: 55% das respostas vieram de agricultores donos de propriedades de médio porte, 30% de grande porte e 15% de pequeno porte.

Com relação à região de cada participante da pesquisa, apesar de o Centro-Oeste ser o maior produtor de grãos do País, o Sudeste tem o maior número de propriedades rurais e por isto foi a região que teve participação de 47% das respostas. Em segundo lugar ficou o Sul com 38%, Centro-Oeste 8%, Nordeste 5% e Norte 2%. ■



LOCAL: CENTRO DE CONVENÇÕES DA UNIVERSIDADE SENAC
AV. ENG. EUSÉBIO STEVAUX, 823, SANTO AMARO, SÃO PAULO/SP

25
de junho

REVISÃO

PERSPECTIVAS 2024

Em julho, o prestigiado Seminário AutoData Revisão das Perspectivas mais uma vez reunirá as mentes mais influentes do setor automotivo para um encontro crucial que avaliará o ritmo e o panorama da produção das montadoras e dos fabricantes de autopeças ao longo do segundo semestre de 2024.

POR QUE PARTICIPAR?

DIALOGO ESTRATÉGICO: Proporciona uma oportunidade única para a troca de ideias com líderes do setor, visando enfrentar desafios imediatos e capitalizar oportunidades emergentes.

VISÃO DE FUTURO: Oferece insights valiosos sobre as tendências e o ritmo da indústria automotiva para o segundo semestre de 2024 e além, permitindo que os participantes se preparem de forma proativa para as mudanças.

CONEXÕES VALIOSAS: Facilita o networking com os principais players da indústria, criando oportunidades para parcerias estratégicas e colaboração inovadora.



O PONTO DE PARTIDA PARA O FUTURO DO SETOR AUTOMOTIVO

PROGRAMA

PALESTRA ANFAVEA (Márcio de Lima Leite, presidente)

PALESTRA SINDIPEÇAS (Cláudio Sahad, presidente)

PALESTRA RENAULT (Ricardo Gondo, presidente)

PALESTRA MAN (Roberto Cortes, presidente)

PAINEL MOTORES

Cummins (Adriano Rishi, presidente);

FPT Industrial (Marco Rangel, presidente) e

MWM (José Eduardo Luzzi, presidente)

PALESTRA PERSPECTIVAS ECONÔMICAS

economista Banco Itaú,

Santander ou

Trígono

PAINEL SISTEMISTAS E AUTOPEÇAS

Bosch (Gastón Diaz Perez, presidente);

ZF (Carlos Delich, presidente) e Grupo ABG (Alexandre ABAGE, CEO)

PAINEL MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

Volvo CE (Luiz Marcelo Daniel, presidente),

AGCO (Luis Felli, presidente)

(*) ainda sujeito a
confirmação

Informações/inscrições:  (11) 93372 1801 | seminarios@autodata.com.br | www.autodata.com.br

AUTODATA
• SEMINÁRIOS •



Divulgação/Mercedes-Benz

Após tombo Euro 6 começa a vingar

Primeiro ano da tecnologia enfrentou resistência, principalmente por causa dos preços elevados e do crédito caro e escasso, mas, em 2024, cresce a presença de caminhões com a nova motorização nas estradas

Por Soraia Abreu Pedrozo

A transição da motorização dos caminhões no ano passado, para atender à legislação brasileira de emissões para veículos pesados Proconve P8, resultou em aumentos de preços de 15% a 30% em período de economia oscilante, principalmente nos meses iniciais de 2023 com juros e inflação nas alturas e avanço dos calotes, que dificultou o acesso às linhas de crédito, refletiu em forte retração das compras de veículos Euro 6.

Dos 108 mil caminhões zero-quilômetro comercializados ao longo do ano passado, volume 14,7% abaixo ao de 2022, parcela de 45,3%, ou 48,9 mil veículos, estava equipada com motor Euro 5 que foram produzidos até o fim de 2022, segundo dados da Anfavea, entidade que reúne os fabricantes. Embora a venda de modelos Euro 5 pelas montadoras fosse permitida só até março os estoques das concessionárias foram suficientes para atender clientes em busca de preço menor por muitos meses à frente.

E isto acontece até hoje: um ano depois que as montadoras pararam de faturar às concessionárias os caminhões com a motorização antiga, dos 19,7 mil emplacamentos registrados de 1º de janeiro a 11 de março, 5,8%, ou 1,1 mil unidades ainda são modelos Euro 5.

Eduardo Freitas, um dos vice-presidentes da Anfavea e diretor de relações institucionais da Iveco América Latina, observa que o primeiro trimestre do ano passado foi atípico, permeado por antecipações de compras de transportadores buscando se proteger do aumento de preços. Tanto que, em janeiro, ainda havia redução de 21% nas vendas de caminhões na comparação com o mesmo mês de 2023, mas quando se examina os dados do primeiro bimestre, com relação a um ano antes, o recuo acumulado se reduz a 10% – “Mas se for comparado somente o resultado de fevereiro [2024 x 2023] já vemos que a curva está começando a apontar para cima”.

No segundo mês de 2024 foram comercializados 8,4 mil caminhões, registro 1,9% superior às 8,2 mil unidades de janeiro e 3,3% maior do que as 8,1 mil unidades licenciadas em fevereiro de 2023.

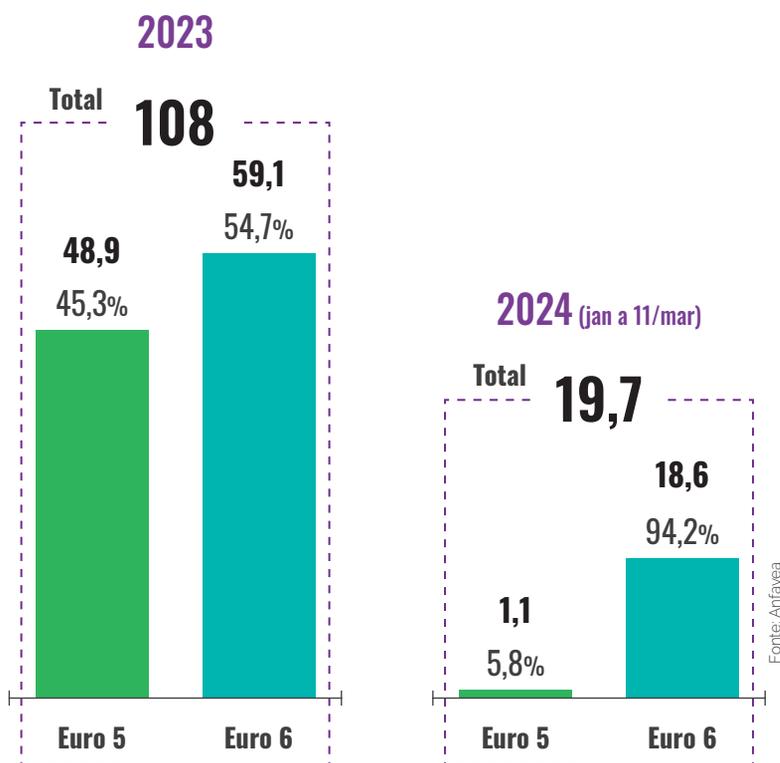
“Nossa expectativa é que a volta à normalidade ocorra no fechamento deste primeiro trimestre: já começamos a sentir a confirmação de que está havendo essa reversão”, assinala Freitas. A Anfavea trabalha com a projeção de que o mercado brasileiro encerre 2024 com 121 mil caminhões vendidos, incremento de 12% ante 2023.

SÓ UM PONTO FORA DA CURVA

Uma única fabricante vendeu apenas modelos Euro 6 no ano passado, e foi a mais nova delas no Brasil, a DAF, que ainda assim conseguiu ampliar as vendas em 22,8% sobre 2022, 8,8 mil caminhões, diante do mercado que encolheu 14,7%. O resultado manteve a marca do Grupo Paccar na sexta colocação do ranking de vendas do País, mas ampliou sua fatia de 5,4% para 8%. No segmento acima de 15 toneladas a DAF alcançou 3% de market share e, acima de 40 toneladas, 13,9%.

Venda de caminhões por motorização

Em milhares de unidades



Fonte: Anfavea



Divulgação/Scania

"Trata-se do melhor desempenho da companhia nos primeiros dez anos da operação brasileira", celebra o diretor comercial Luis Gambim. Segundo ele o plano de lançar no Brasil, já em 2021, a nova geração do caminhão extrapesado XF, em plataforma criada para a tecnologia Euro 6 mas adaptada para rodar com Euro 5 no País até o momento do avanço da legislação, no fim de 2022, foi certo para alcançar o resultado tão fora da curva em 2023.

Gambim conta: "Até janeiro de 2023 realizamos exaustivos testes com os modelos em operação apenas para receber as atualizações do Euro 6 e serem comercializados. Além do plano assertivo da DAF o planejamento de gestão de estoque, que adequou eficientemente o volume de produção à demanda e ao tamanho de consumo da rede, melhorou o desempenho da companhia mesmo em um contexto de retração do mercado".

O primeiro bimestre deste ano refletiu o aquecimento esperado para 2024 com emplacamento de 1,5 mil caminhões DAF, todos Euro 6, incremento de 17,5% ante o mesmo período de 2023. Com isto o market share subiu para 9,5% e a DAF subiu à quinta posição no ranking: "Esperamos que o ano siga neste ritmo, impulsionado pelas perspectivas positivas para o mercado nacional".

POUCOS ACIMA DA MÉDIA

Embora nenhum outro fabricante de caminhões tenha conseguido se livrar tão rápido dos modelos Euro 5, como fez a DAF, alguns conseguiram obter desempenho melhor do que a média do setor. É o caso da Volvo: pouco mais das suas 19,6 mil unidades vendidas no ano passado 28% eram Euro 5, ou seja, 5,5 mil.

Alcides Cavalcanti, diretor executivo da Volvo Caminhões Brasil, atribui a demora em emplacar as vendas de Euro 6 também ao comportamento de embarcadores e frotistas, que no início do ano passado não faziam questão da nova motorização: "Eles diziam que poderiam trabalhar com o Euro 5, que não precisavam do Euro 6. Até porque o frete continuaria o mesmo. Houve dificuldade de aceitação inicial com o aumento de 20% nos preços".

Nem mesmo a importante redução no consumo de combustível de 8% a 12% prometida pelos caminhões Euro 6 foi suficiente para estimular as vendas de modelos equipados com a nova tecnologia. Nem mesmo a tese de que, conforme Cavalcanti, a economia de diesel pague em até dois anos a diferença nos preços mais altos foi suficiente para convencer a maioria dos transportadores a renovar suas frotas.

Com menos estoques de Euro 5 para vender os resultados da Volvo recuaram 18,5% em 2023 e sua participação de mercado caiu de 19,3% para 18,9%. Mas, desde o fim do ano passado, a situação começou a mudar e os frotistas – que segundo Cavalcanti parecem sentir que as consultas dos embarcadores sobre fretes estão aumentando – agora querem sair na frente para garantir renovação de frota.

"Frotista é aquele cara que conhece, que percebe a vibração do mercado, aquele tubarão que sente o cheiro de sangue e morde. Neste sentido já estamos com entregas programadas ao longo do ano: só para frotistas temos 5 mil caminhões encomendados."

Nos dois primeiros meses do ano a Volvo emplacou pouco mais de 3 mil caminhões, nível que, embora esteja 6,6% abaixo do mesmo período de 2023, foi



Divulgação/IVECO



Divulgação/Mercedes-Benz

suficiente para manter sua fatia de mercado e o terceiro lugar no pódio, segundo dados da Fenabrave, entidade que reúne os distribuidores autorizados.

A Scania também conseguiu vender mais caminhões produzidos em 2023 do que a média do mercado. No ano passado foram 12,4 mil caminhões, sendo 9,7 mil modelos Euro 6 e 2,8 mil Euro 5, ou 28,6% do total. Embora os emplacamentos tenham recuado 5,8%, a participação de mercado subiu de 10,6% para 11,9%. Em 2024, das 2,9 mil unidades vendidas em janeiro, fevereiro e nos primeiros dias de março, 99,4% foram de modelos Euro 6.

Alex Nucci, diretor de vendas da Scania Operações Comerciais Brasil, diz estar bastante otimista com o cenário que se apresenta em 2024: "O mercado de caminhões começou o ano aquecido, com tendência de queda na taxa de juros e boa disponibilidade de crédito, ou seja, um cenário bem favorável. Em janeiro e fevereiro tivemos alta de quase 50% nas vendas, enquanto no segmento acima de 16 toneladas os emplacamentos caíram 9,3%".

A reação no comércio de caminhões elevou o market share da empresa para 15,5% neste início de ano, mas a Scania se manteve na quarta posição do ranking geral, embora tenha ficado mais perto da Volvo.



Divulgação/Volvo

"As constantes reduções dos juros da Selic, com a expectativa de mais cortes neste ano até que chegue aos 9%, a inflação sob controle e a taxa de desemprego nos menores índices históricos estão tornando o mercado bem aquecido em 2024, o que torna viável o aumento da procura em diversos segmentos."

Na opinião do diretor da Scania, apesar da esperada quebra da safra de grãos da ordem de 15%, em decorrência de eventos climáticos adversos, o agronegócio seguirá sendo protagonista das vendas de caminhões, seguido dos segmentos de cargas refrigeradas, combustíveis, carga industrializada, mineração, florestal e cana-de-açúcar.

Também o segmento fora-de-estrada vêm recuperando participação no pós-pandemia, especialmente o setor de construção pesada, reaquecido por recentes anúncios do governo federal com o novo PAC, Programa de Aceleração do Crescimento.

SUBIDA MAIS LENTA

A Mercedes-Benz emplacou no ano passado 22,8 mil caminhões, sendo 40% deles Euro 6 e 60% Euro 5. Segundo Jefferson Ferrarez, vice-presidente de vendas e marketing de caminhões da fabricante, a quantidade de veículos com a nova moto-



Divulgação/DAF

rização tornou-se predominante somente a partir do segundo semestre: "Finalizamos o mês de dezembro com cerca de 90% dos emplacamentos de caminhões Euro 6".

Superado o período de maior dificuldade da transição e aceitação da tecnologia Ferrarez externa confiança: "O caminho está aberto para uma nova era no mercado de caminhões. Setores potenciais sinalizam um bom ano para a venda de caminhões, como o agronegócio, a mineração, varejo e a construção civil, com as obras do PAC e do Minha Casa Minha Vida".

O grande desafio da economia, na análise do executivo da Mercedes-Benz, segue sendo a velocidade da queda de juros: "A redução mais acentuada é necessária para recuperar a capacidade de crédito das empresas e das famílias. Enquanto isso temos feito a lição de casa e estamos preparados para gerar novas soluções que os clientes nos pedem".

A Mercedes-Benz diminuiu seus emplacamentos em 23,4% em 2023 sobre 2022 e a participação de mercado caiu de 27,5% para 25,2%. No entanto manteve a segunda posição no ranking dos maiores vendedores de caminhões do País, inclusive no primeiro bimestre deste ano, com 3,8 mil unidades, volume 32,4% abaixo dos dois meses iniciais de 2023.

Diretor de marketing da Iveco América Latina Marcus Souza não revela a participação de caminhões Euro 5 nas vendas de 2023, mas ressaltou que o market share da empresa, de 9%, foi mantido em 2023, com o emplacamento de 9,4 mil veículos. Na realidade, embora as vendas anuais tenham recuado 12,1%, a fatia de mercado da Iveco avançou de 8,6% para 9% e a quinta colocação foi mantida.

No primeiro bimestre a fabricante comercializou 1 mil caminhões e sua participação caiu a 6,1%, o que a levou à sexta posição no ranking. Na avaliação de Souza, no entanto, as perspectivas são positivas, pois passados os primeiros dois meses deste ano é possível notar que o segmento está em processo de retomada da normalidade de mercado:

"Contamos com a previsão de taxa de juros em queda, favorecendo o aumento da disponibilidade de crédito, pois o maior apetite dos bancos na concessão de financiamentos ditará o tamanho do mercado em 2024. Além disso, com o melhor assentamento dos preços dos novos caminhões no mercado, a tendência se mostra mais positiva do que o ano passado".

A expectativa é a de que a produção da Iveco aumente em 35% neste 2024, com dois turnos na linha de caminhões médios e pesados. Quanto às vendas Souza relata que a equipe tem desempenhado papel fundamental ao reforçar o contato com clientes: "Este é o ano de consolidação da nossa linha Euro 6 no mercado. Estamos cada vez mais próximos deles para entender suas necessidades, estamos ampliando também a experimentação dos nossos produtos para que o portfólio se torne mais conhecido".

O diretor de marketing citou como exemplo o programa Eco Driver desenvolvido pela Iveco Academy, área criada para o desenvolvimento dos profissionais da rede de atendimento da marca na América Latina, que realiza treinamento e demonstra a condução econômica para os clientes que, segundo ele, chegam a obter redução do consumo de combustível de até 18% por quilômetro rodado. ■

BECOME **x** next

Um encontro anual para impulsionar a competitividade da indústria no Brasil.

17 de abril de 2024

Presencial | São Paulo

Com profissionais referência no mercado, especialistas sobre temas fiscais, tributários e aduaneiros e representantes da Receita Federal Brasileira, do Governo do Estado, e de associações como a ABEEólica e Anfavea.

E MAIS...



ARTHUR IGREJA
palestrante, autor e TEDx Speaker.



LEANDRO KARNAL
historiador, professor e escritor.

Conectando pessoas, revolucionando negócios!

Patrocinadores:

Deloitte.

Piera
cciani

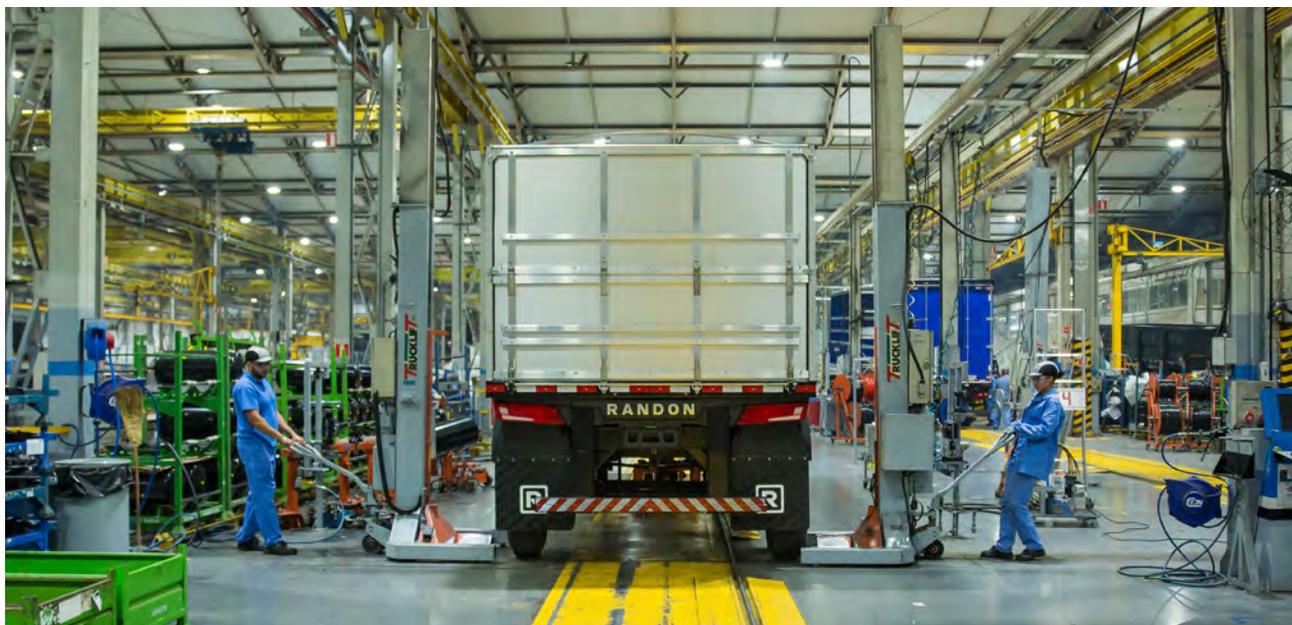
 **AER**

 Welucci.

Procomex

 **ABIMAQ**

De uma oficina ao conglomerado internacional, 75 anos depois



Divulgação/Randoncorp

Em 1949 os irmãos Hercílio e Raul Randon lançaram as sementes da hoje Randoncorp, um dos maiores fabricantes de carretas e autopeças do mundo com presença em 125 países

Por Roberto Hunoff, de Caxias do Sul, RS

Nascidos e criados em Rio Bonito, hoje Tangará, SC, os irmãos Hercílio e Raul Randon retornaram à cidade natal dos pais, Caxias do Sul, RS, onde deram início, em 21 de janeiro de 1949, a uma pequena oficina de reforma de motores industriais. Foi esta a improvável origem daquilo que se transformou, ao longo de 75 anos completados neste início de 2024, em um dos maiores conglomerados do mundo no segmento do trans-

porte de cargas, tanto como fabricante de carretas rodoviárias como de autopeças.

A Randoncorp, denominação adotada recentemente, a partir de abril de 2023, que sucedeu a Empresas Randon, tem sob sua gestão 31 unidades industriais, em torno de 16 mil funcionários, mais de trinta marcas presentes em 125 países e atuação nos segmentos de implementos para o transporte rodoviário e ferroviário, autopeças, serviços financeiros e digitais e

tecnologia avançada. Em 2023 a organização consolidou receita líquida consolidada de R\$ 10,9 bilhões.

Mecânica Randon foi o nome escolhido pelos irmãos para dar início ao negócio. Após fabricar o primeiro eixo para uma carpintaria a pequena oficina evoluiu para produção de freio a ar e terceiro eixo para caminhões. Em 1955 entregou sua primeira carreta. Nas décadas seguintes, em linha com o ritmo mais acelerado da industrialização do Brasil, a Randon desenvolveu modelos de semirreboques e o sistema de suspensão balancim, atendendo às determinações da Lei da Balança e ampliando a capacidade de carga dos veículos. A expansão levou à construção de nova fábrica, hoje conhecido como Complexo Interlagos, que comemora cinco décadas de atividade neste 2024.

AÇÕES E SUCESSÃO

Para reforçar o capital, em 1971, a empresa tornou-se uma companhia aberta com ações listadas na Bolsa de Valores de São Paulo, e assim permanece até hoje.

Após passar por forte crise financeira, em 1980, a empresa iniciou processo de crescimento adotando como táticas a formação de joint-ventures, a aquisição de empresas e a criação de novas, inclusive no Exterior, o que ampliou o mercado e o portfólio de produtos, com ingresso no segmento de autopeças. Surgiram a Mas-



ter, Jost, Suspensys, Castertech, Randon Veículos, Randon Consórcios e Randon Argentina, bom como a incorporação da Fras-le, fabricante de pastilhas e lonas de freios (veja reportagem na sequência desta).

No início dos anos 2000 o fundador Raul Randon, que havia perdido o irmão e sócio em 1989, iniciou a estruturação de uma governança para permitir as esperadas sucessões no comando. Elas se concretizaram em 2009, com a transferência da presidência da diretoria executiva ao primogênito, David Randon, então na função de vice-presidente do conselho de administração. Raul Randon permaneceu na presidência do conselho até seu falecimento, em março de 2018.

"Estudei engenharia mecânica e trabalhei como estagiário na Albarus, atualmente Dana. Após minha formatura, em dezembro de 1982, meu pai, Raul, me convidou para ir a São Paulo. No mês seguinte ingressei na filial, na engenharia de desenvolvimento de produtos, em especial nos implementos canavieiros", conta David Randon. "Na década de 1990 assumi toda operação da Randon SP e acumulei atividades na Randon Nordeste, em Recife. Em 1996 retornei a Caxias do Sul para atuar na gestão da companhia. Em 2009 assumi como CEO das Empresas Randon e dez depois a presidência do conselho de administração da Randon e da Frasle."





Um novo ciclo de expansão ocorre a partir de 2016, com a criação da Randon Implementos, em Araraquara, SP, e a aquisição da Folle Implementos, de Chapecó, SC. Em 2017 a companhia realiza aquisições e associações por meio da Fras-le, hoje uma das marcas da Frasle Mobility, criada para absorver as empresas da divisão Vertical Controle de Movimentos.

O segundo momento de transição de comando ocorreu, em 2019, com a escolha de Daniel Randon, então vice-presidente da diretoria corporativa, para suceder ao irmão na presidência. David Randon foi para a presidência do conselho de administração, que ocupa até hoje, tendo como vice-presidente o irmão Alexandre.



companhia, com foco institucional: "Ingressei na empresa como estagiário, em 1995. Em vinte anos na empresa atuei como analista financeiro, gerente de unidade em São Paulo, diretor financeiro e de relações com investidores, diretor presidente da Frasle e CFO da Randoncorp. Em 2019 sucedi a meu irmão David como presidente e CEO. Em 2022 houve a separação dos cargos, quando Sérgio Carvalho assumiu como CEO e permaneci na posição de presidente".

Sérgio Carvalho, que está no grupo desde 2017, quando foi convidado para assumir como CEO da Fras-le, em 2020 acumulou a função de vice-presidente executivo das Empresas Randon e, em 2022, foi nomeado CEO de toda a companhia, cargo que acumula com o de presidente da Frasle Mobility. No contexto de profissionalização da gestão, em abril de 2023, surge a nova denominação da organização: Randoncorp.

Mas nenhuma das muitas evoluções organizacionais da corporação apaga a cultura corporativa empírica deixada pelo fundador Raul Randon, presente na lembrança dos três irmãos herdeiros David, Alexandre e Daniel, que descreve o principal legado do pai: "A importância da valorização das pessoas. Meus irmãos e eu crescemos ouvindo que as pessoas são o verdadeiro ativo que faz a diferença em uma empresa. Ele sempre falava:

EXPANSÃO E PROFISSIONALIZAÇÃO

Os últimos cinco anos da empresa têm sido intensos com mudanças em todos os sentidos. Dentre elas o direcionamento forte da companhia para reforçar planos de inovação e tecnologia, com a criação de novas divisões, como a Randon Ventures, Conexo e Nione, além das aquisições da Auttom Automação e Robótica e DB.

Para dar velocidade à internacionalização e às agendas socioambientais as empresas Randoncorp avançaram em sua governança, fazendo a separação das posições de diretor presidente e CEO. Daniel Randon hoje responde pela presidência da





'Máquinas e tecnologia a gente compra, trabalhadores comprometidos e qualificados a gente tem de conquistar e cuidar para mantê-los'. Hoje temos milhares de protagonistas, nossos colaboradores, que fazem a Randoncorp ser o que é”.

CADA VEZ MAIOR

Primeiro profissional de mercado não-membro da família Randon a assumir a direção como CEO Sérgio Carvalho vê a evolução da empresa em três ciclos: o primeiro, com os fundadores Hercílio e Raul Randon, marcado pelo empreendedorismo clássico, à base de processos básicos, atendendo demandas locais, mas já apresentando visão inovadora na produção, com os kits de freio a ar, eixo adicional e os semirreboques.

O segundo momento destacado pelo executivo começa no fim dos anos 1970, início da década de 1980, com a busca de parcerias no Exterior, resultando na produção de caminhões fora-de-estrada

com empresa sueca e na primeira joint-venture com a Meritor – empresa na qual, não por coincidência, Carvalho trabalhou por quase 32 anos – da qual se originou a Master, que agregou ao grupo processos e metodologias de tecnologias modernas, profissionalização, expansão de portfólio e início da internacionalização. Seguiram-se outros movimentos na mesma direção para criar a Suspensys e a Jost.

O ciclo mais recente tem início, segundo Carvalho, a partir dos anos 2010, com crescimento acelerado, muitas aquisições de empresas de autopeças por meio da Frasle – às quais ele mesmo executou –, adoção de tecnologias avançadas e globalização intensificada, além da retomada do empreendedorismo: “É um momento de assumir riscos, investir no futuro, buscar mais visibilidade no mercado mundial e o reconhecimento dos seus produtos e serviços junto a grandes marcas globais, sejam clientes ou fornecedores. Esta fase é especial para a empresa”.

Raio-X da Randoncorp

Divisões e suas marcas

MONTADORA

Randon, Randon Triel-HT e Hercules.

AUTOPEÇAS

Castertech Fundação e Tecnologia, Jost Brasil, Master Sistemas Automotivos e Suspensys.

CONTROLE DE MOVIMENTOS - FRASLE

MOBILITY

Fras-le, Controil, Fremax e Nakata (marcas dos principais produtos e de alcance global da companhia), Composs (marca de novos produtos em materiais compósitos), Lonaflex, Jurid e Ferodo (marcas de atuação regional no Brasil), Armetal, Plasbestos, Durbloc, Power Engine e Tensa (marcas de atuação no Mercosul), Juratek, BestBrake e ABTex (marcas de atuação regional na Europa).

SERVIÇOS FINANCEIROS E DIGITAIS - RANDS

Banco Randon, Randon Seguros, Randon Consórcios, RV/Randon Ventures, Conexo, Addiante e DB.

TECNOLOGIA AVANÇADA

Nione, Centro Tecnológico Randon (CTR) e Autom.

Número de empregados

16 mil, cerca de 90% no Brasil e 10% no Exterior.

Fornecedores

Mais de 10,3 mil para todas as empresas Randoncorp.

Investimentos no País

Cerca de R\$ 347,2 milhões em 2023. Para 2024 o previsto é de R\$ 430 milhões a R\$ 490 milhões.

Volumes de produção em 2023

32,8 mil semirreboques Randon (600 mil acumulados em toda a história), 54 vagões, 810 mil sistemas de freios Master, 129 mil sistemas de acoplamento Jost, 161,5 mil eixos e suspensões Suspensys, 81,4 mil componentes fundidos e usinados Castertech. A Frasle Mobility produziu 103,8 milhões de pastilhas e lonas, 9,5 milhões de componentes de freios, 19,4 milhões de peças para suspensão, direção e powertrain.

Principais serviços

Consórcios, crédito, financiamentos, seguros, aluguel de veículos pesados, investimento em startups, coworking de inovação aberta, desenvolvimento de software, automação industrial, desenvolvimento e homologação de produtos para a indústria da mobilidade e nanotecnologia.

Operações no Brasil e no mundo

MONTADORA RANDON

fábricas em Caxias do Sul e Erechim, RS; Chapecó, SC; Araraquara (duas operações) e Paulínia, SP; Messias, AL; Argentina e Estados Unidos. Centro de distribuição em Linhares, ES. Unidades de montagem CKD com parceiros na Argélia, Costa do

Com pequenos ajustes de prioridades a expectativa de Carvalho para os próximos anos é de fazer mais do que o já realizado. O crescimento deve seguir acelerado, principalmente na internacionalização, e haverá intensificação no desenvolvimento e uso de tecnologias disruptivas.

"Este primeiro ciclo de avanço foi mais focado na reposição [aftermarket], segmento resiliente e de margens melhores.

Agora olhamos para mercados internacionais maduros, como Reino Unido e Estados Unidos, onde já temos operações", conta o CEO. "Temos tratativas em andamento para, no futuro, internacionalizar mais, visando à maior resiliência da receita da empresa para evitar depender de políticas governamentais ou sofrer com as catástrofes climáticas. Queremos reduzir os impactos destas situações na receita da companhia."

Marfim, Egito e Quênia, na África. Rede de distribuidores com noventa pontos de atendimento no Brasil e 191 no Exterior, com uma empresa própria, a Randon Venice, e as demais operadas por parceiros independentes.

FRASLE MOBILITY

fábricas em Caxias do Sul e São Leopoldo, RS; Joinville, SC; Sorocaba, SP; Extrema (onde há também um Centro de Distribuição), MG; Argentina, Estados Unidos e China. Escritórios comerciais e centros logísticos no Brasil e no Exterior, na Alemanha, Chile, China, Colômbia, Estados Unidos, Holanda, México e Reino Unido.

AUTOPEÇAS – CASTERTECH

duas unidades de fundição e usinagem em Caxias do Sul; Schroeder, SC; Indaiatuba e Mogi Guaçu, SP. // Suspensys: fábricas em Caxias do Sul; Resende, RJ; em construção em Mogi Guaçu, SP; e no México. // Master: fábricas em Caxias do Sul e Flores da Cunha, RS. // Jost: unidades industriais em Caxias do Sul e Campinas, SP.

RANDON CONSÓRCIOS, BANCO RANDON E RANDON SEGUROS

sedes administrativas compartilhadas em Caxias do Sul, RS, e operação comercial por meio de rede de parceiros e franqueados.

ADDIANTE (LOCAÇÃO DE VEÍCULOS PESADOS) sede em Curitiba, PR.

DB (DESENVOLVIMENTO E OUTSOURCING DE SOFTWARE)

sede em Porto Alegre, RS, e escritórios

em Caxias do Sul e em São Paulo. Conexo (coworking de inovação aberta) e Randon Ventures: sede administrativa em Caxias do Sul e investimento em oito startups atualmente.

TECNOLOGIA AVANÇADA - CENTRO TECNOLÓGICO RANDON (CTR)

um dos maiores centros tecnológicos independentes da América Latina para soluções em engenharia, pistas e laboratórios testes e homologações, em Farroupilha, RS. // Nione: unidade de produção em Içara, SC. // Auttom: unidade produtiva em Caxias do Sul e escritório comercial no Estados Unidos.

Capacidades de engenharia

Três centros de pesquisa, desenvolvimento e inovação de produtos, além do CTR. Companhia é mantenedora do Instituto Hercílio Randon, instituição de ciência e tecnologia independente. Somados, Randoncorp e IHR estão dentre os maiores depositantes de patentes do País.

Principais clientes

Grandes transportadores, operadores de carga e logística, frotistas e autônomos, fabricantes de veículos e equipamentos agrícolas, distribuidores de autopeças no aftermarket, grandes varejistas e empresas de tecnologia da informação, empresas controladas da Randoncorp e indústrias diversas.

O também engenheiro Alexandre Randon, desde 1981 trabalhando na empresa fundada por seu pai e tio, hoje integrante do conselho de administração, alinha o pensamento com o CEO Carvalho sobre o futuro da companhia que sempre saiu de crises maior do que entrou: "Os próximos anos serão de grandes transformações. Os investimentos em novas tecnologias, novos materiais, automação e digitalização

me fazem imaginar a Randoncorp com atividades industriais amplamente automatizadas, mais de cem empresas funcionando no setor de mobilidade, dezenas de empresas de serviços. O controle acionário será mantido na família mas seus membros permanecerão somente nos conselhos e em alguns comitês, a empresa será totalmente profissionalizada, globalizada e menos sensível a crises locais". ■

Randoncorp em 75 anos

1949

Os irmãos Hercílio e Raul iniciam as atividades de uma pequena oficina em Caxias do Sul, RS. O primeiro produto foi um eixo para carpintaria.

1953

A Mecânica Randon Ltda. é constituída juridicamente. Passou a produzir o freio a ar e tornou-se a única no Brasil a oferecer o sistema de freio a ar comprimido.



1955

Desenvolvimento e adaptação do terceiro eixo em caminhões. Os clientes vinham de todos os lugares do País e esperavam quase um mês para ter o freio instalado em seus caminhões. A consolidação da Mecânica Randon veio com um desafio, lançado por um cliente, quando Hercílio e Raul desenvolveram o primeiro semirreboque Randon.

1960

Início da produção do semirreboque de um e dois eixos destinado à carga seca. A primeira unidade levou 45 dias para ser produzida.

1965

Inauguração da primeira filial em São Paulo.



1967

Lançamento do semirreboque de três eixos, criação de Hercílio. O sistema de suspensão é a maior inovação.

1971

Abertura de capital da Randon Implementos e Participações com lançamento de ações em bolsa.

1972

Primeira exportação de semirreboques para o Uruguai.

1974

Inauguração do novo parque industrial da Randon Implementos, em Caxias do Sul, e da constituição da Randon Veículos, para fabricação de caminhões fora-de-estrada (negócio descontinuado em 2020).



1986

Joint-venture Master Sistemas Automotivos, da Randon Implementos com a Meritor.

1987

Fundada a Randon Consórcios.

1994

Inauguração da Randon Argentina.

1995

Joint-venture Jost Brasil, da Randon Implementos com a alemã Jost Werke.



1996

Aquisição do controle da Fras-le.

1997

Fundação da Suspensys.

2003

Novas parcerias ampliam atuação da Master, com a criação da Mastertech, para

soluções de pré-tratamento das peças produzidas.

2004

Randon Implementos ingressa no segmento de vagões ferroviários. A empresa já produziu 12 mil unidades.

2009

Inauguração da Castertech Fundação e Tecnologia, em Caxias do Sul.

2010

Criação do Centro Tecnológico Randon, CTR, e do Banco Randon.

2011

Aquisição da Folle, de Chapecó, SC, que passou a operar como uma nova fábrica da Randon.

2013

Inauguração da Suspensys em Resende, RJ, a partir deste ano uma empresa integralmente parte da Empresas Randon.

2018

Fundada a Randon Araraquara, no Interior de São Paulo.

2019

Inaugurado o Centro de Distribuição da Randon em Linhares, ES, e formação da joint-venture Randon Triel-HT em Erechim, RS. No mesmo ano são iniciadas as operações da Suspensys no México. Na Fenatran é lançado o exclusivo sistema de tração auxiliar elétrico e-Sys e da

linha de semirreboques equipada com a tecnologia, o Hybrid R.

2020

Aquisição de operações que deram origem às unidades Castertech Indaiatuba, SP, e Master Flores da Cunha, RS. Constituição de novas empresas para investimento em startups e inovação aberta, a Randon Ventures e a Conexo.

2021

Aquisições resultam em novas unidades da Castertech em Schroeder, SC, e de usinagem em Caxias do Sul. Início da estratégia de mercado em robotização e automação, com a aquisição da Auttom. No mesmo ano é apresentada ao mercado a inédita nanotecnologia com nióbio e constituição da Nione. Constituição como instituição de ciência e tecnologia do Instituto Hercílio Randon, marcando nova fase para a entidade mantida pela Randoncorp.

2022

Aquisição da fabricante de semirreboques Hercules, nos Estados Unidos. No Brasil, aquisição de operações em Mogi Guaçu, SP, para a Castertech. Joint-venture com a Gerdau para criação da Addiante, que opera na locação de veículos pesados. Inauguração da nova operação da Jost Brasil em Campinas, SP.

2023

Ano que marca a mais recente identidade da Randoncorp e de suas verticais de negócios, como Fraslle Mobility e Rands. Aquisição da DB, empresa especializada no desenvolvimento de softwares. Constituição de nova operação da Suspensys em Mogi Guaçu, SP. Apresentação de nova tecnologia de veículos autônomos para o transporte de cargas em ambiente controlado.





Solução definitiva

Hyundai investe mundialmente em toda a cadeia do hidrogênio – da produção à utilização –, apostando que é a melhor solução de energia limpa para o futuro da mobilidade. E a filial brasileira está nos planos para adotá-la

Em janeiro deste ano, durante a realização da CES (Consumer Electronics Show) 2024, em Las Vegas, Estados Unidos, Jaehoon Chang, Presidente e CEO da Hyundai Motor Company, profetizou em seu discurso de abertura do evento uma daquelas frases de teor indiscutível. “O hidrogênio limpo deve ser para todos, impulsionando tudo, e disponível em todos os lugares”. Mais do que conceder pistas de qual será a aposta da gigante sul-coreana para o futuro da mobilidade, o executivo simbolizou um movimento que nasceu na matriz da empresa, em Seul, e logo foi disseminado por todas as filiais da montadora no mundo: a Hyundai quer criar um ambiente de vida melhor para as pessoas, comprometendo-se a atingir a neutralidade de carbono até 2045.

Para atingir tal meta, a Hyundai vai promover o uso focado em 100% de energia renovável em suas fábricas ao redor do mundo até 2045, estendendo esse compromisso às subsidiárias até 2050. A energia a partir do hidrogênio desempenhará um papel proeminente no cumprimento desses objetivos.

Durante quase metade da existência da empresa, a Hyundai esteve na vanguarda do desenvolvimento do uso do hidrogênio, proporcionando muitas conquistas pioneiras, incluindo os primeiros veículos elétricos com célula de combustível (FCEVs) produzidos em massa no mundo – o iX35 Fuel Cell estreou em 2013 no mercado mundial.

Atualmente, o modelo que possui protagonismo mundial é o Hyundai Nexu. Trata-se de um SUV de porte médio, com 4,67 metros de comprimento (37 cm maior que o Creta), que desenvolve

183 cv de potência combinada entre a propulsão fuel cell e o motor elétrico. O modelo garante autonomia de 666 km (ciclo WLTP). Foi concebido para ser extremamente econômico, com notáveis nuances de preocupações aerodinâmicas e uma arquitetura que proporciona uma ótima relação peso/potência.

O veículo traz atributos que mais parecem ter saído de filmes de ficção científica: ele filtra e purifica o ar durante a rodagem. Isso ocorre graças ao filtro de ar de alto desempenho que pode absorver micropartículas de tamanho irrisório, inclusive aquelas que causam danos respiratórios aos seres humanos quando os níveis são muito altos.

Outro exemplo digno de nota é o caminhão Xcient com célula de combustível. Na versão Cargo, conta com versões 4x2 e 6x2, e PBT de até 42 ton. Roda mais de 400 km com uma única carga. Conta também com versão Tractor 6x4 (foto abaixo), com autonomia de mais de 700 km. É eficiente, totalmente limpo e proporciona um baixíssimo custo por km, pois também utiliza um sistema de pilha de combustível combinada a um motor elétrico. O modelo possui vários features tecnológicos, como terceiro eixo com rodas esterçantes, tanques de hidrogênio acondicionados entre a cabine e o complemento e suspensões dianteira e traseira a ar.

O hidrogênio desempenha um papel crucial no roteiro de sustentabilidade da Hyundai, pois é uma fonte de energia limpa, com a água sendo seu único subproduto quando usado como combustível. Também permite a maximização da utilização de energia renovável em todo o mundo devido às suas vantagens em armazenamento e distribuição. As soluções de hidrogênio da Hyundai fomentam sua adoção além de carros de passeio, caminhões e ônibus. Incluem bondes, equipamentos especiais, embarcações, geradores de energia e mobilidade aérea avançada.

Tradicionalmente, as montadoras têm se concentrado na utilização de veículos, enquanto outras indústrias cobrem a produção, armazenamento e transporte de energia. Essa abordagem levou a um lento e desafiador processo de transição energética. A Hyundai pretende superar essas limitações, combinando e integrando suas competências de hidrogênio em todo o Grupo Hyundai Motor para revolucionar a transição energética e acelerar o estabelecimento de uma sociedade baseada no hidrogênio.

De olho nos movimentos da matriz, a filial brasileira tem grandes chances de adotar boa parte das novas tecnologias, não só nos futuros veículos a serem produzidos, bem como na adoção de novas tecnologias para a produção do hidrogênio. ■■■



Jornada paralela de crescimento com a Randon

Com 70 anos completados em fevereiro a Frasle tornou-se a maior das empresas de autopeças do Grupo Randoncorp e intensifica sua capacidade de inovação tecnológica, crescimento acelerado, aquisições e globalização de mercados

Por Roberto Hunoff, de Caxias do Sul, RS



No período após a Segunda Guerra Mundial, quando havia escassez generalizada de produtos, o empreendedor Francisco Stedile constituiu, em 1954, a Fran-le, uma livre abreviação de seu próprio nome, modificado para Fras-le no início dos anos

1960. A empresa, com sede em Caxias do Sul, RS, nasceu com o objetivo de fornecer materiais de fricção de freios para a então incipiente indústria automotiva brasileira. Em setenta anos de história, especialmente depois de 1996, quando o grupo Empresas Randon, hoje Randon-

corp, adquiriu o controle da companhia, os negócios cresceram vertiginosamente e se diversificaram para muito além das pastilhas e lonas de freios, com a compra de mais de uma dúzia de fabricantes de autopeças no Brasil e no Exterior dedicados à produção de componentes para suspensão, direção e freios.

Para espelhar melhor a rápida e diversificada expansão de seu portfólio, em abril de 2023, a companhia alterou o nome para Frasle Mobility, encaixada no rol de divisões da Randoncorp como Vertical Controle de Movimentos.

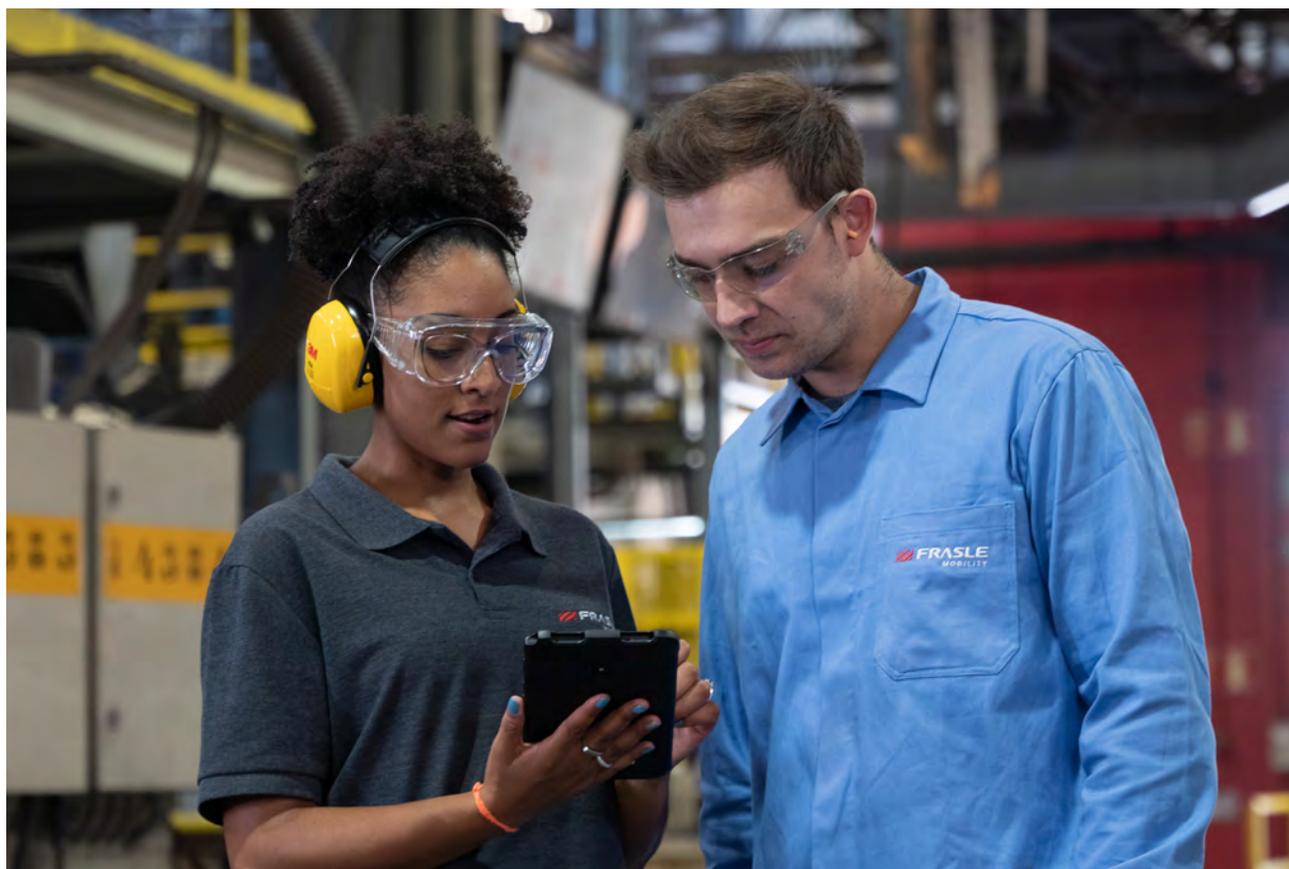
O nome original Fras-le, criado em 1961, foi mantido como marca de pastilhas e lonas de freios e hoje convive com nada menos do que outras quinze marcas de componentes fornecidos a fabricantes de veículos e ao mercado de reposição. São elas Controil, Fremax, Nakata, Composs, Lonaflex, Jurid, Ferodo, Armetal, Plasbestos, Durbloc, Power Engine, Tensa, Juratek, BestBrake e ABTex.



Com receita líquida que em 2023 somou valor recorde de R\$ 3,4 bilhões e desenvolvimento de compósitos com nanotecnologia da Composs, o mais novo empreendimento da empresa, os anos de início da Fras-le parecem uma miragem distante. Como a tecnologia de materiais de fricção, naqueles anos 1950, era pouco conhecida no Brasil, foram firmados acordos no Exterior para adquirir os conhecimentos físicos e químicos necessários à produção, como lembra o COO da hoje Frasle Mobility, **Anderson Pontalti**: "A fricção era algo diferente daquilo que a indústria metalmeccânica costumava trabalhar. E tudo que era lançado na indústria automotiva era bem-vindo".

EXPANSÃO COM A RANDONCORP

Foi assim, produzindo o que o mercado precisava, que a Fras-le desenhou sua rota de crescimento, que tornou-se paralela à da família Randon a partir de 1996, quando a família Stedile vendeu o



controle para a então Empresas Randon, hoje Randoncorp. Após a aquisição a Fras-le avançou na governança, sinergia de produtos e em novos desenvolvimentos. Com os acordos que já tinha no Exterior o novo controlador iniciou uma forte expansão, destravando o ingresso em novos mercados globais e adquirindo empresas para fortalecer a presença em materiais de fricção, mas principalmente habilitando-se a atender outros segmentos.

De acordo com Pontalti a Frasle Mobility é o ponto de chegada de um ecossistema com o qual a empresa pretende fornecer tudo o que estiver embaixo do veículo, do sistema de direção à roda:

"Queremos ser o principal player do mercado brasileiro e, no futuro, em outras geografias, latitudes e longitudes".

Na configuração organizacional de suas diferentes marcas Pontalti conta que a Frasle Mobility é um nome institucional, de relacionamento, enquanto "as demais marcas seguem intocáveis, não deixaremos de tê-las, pois são conhecidas no mercado".

No resultado financeiro de 2023 a Fras-le respondeu por 48% da receita da Frasle Mobility. Como a empresa tem composição acionária diferente das demais empresas da Randoncorp, segue divulgando seu balanço em separado. ■

Setenta anos de Frasle



1954
Fundação da Fran-le por Francisco Stedile.



1969
Primeiras exportações de lonas de freio para o Paraguai.

1971 – Abertura do capital em bolsa.

1974 – Inauguração do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento.

1980 – Aquisição da Lonaflex.

1989 – Inauguração do parque fabril, onde se localiza a matriz, em Caxias do Sul, RS.

1990 – Abertura de unidades na Argentina e nos Estados Unidos.

1996 – Empresas Randon assumem controle da Fras-le.

1999 – Início das operações comerciais no Chile.

2000 – Abertura de escritórios de vendas na Alemanha, México e Dubai.

2005 – Início das operações comerciais no México.

2008 – Aquisição da Haldex, nos Estados Unidos.

2009 – Fábrica na China.

2012 – Aquisição da Controlil.

2017 – Aquisições da Armental e Farloc, na Argentina, e da Fanacif, no Uruguai, e constituição da Fras-le Panamericana, em Bogotá, Colômbia.

2018 – Joint-venture ASK Fras-le Friction, na Índia. No Brasil, aquisição das operações da Jurid e da Fremax.

2020 – Aquisição da Nakata.

2023 – Aquisição da Juratek, no Reino Unido.



Sua Paixão,

Nossas cores.



Cor Automotiva global de
2024 da Axalta

STARRY NIGHT ✨





Carro novo, vida nova

Lançamento do primeiro modelo do plano para mercados internacionais da Renault abre nova era da empresa no Brasil

Por Pedro Kutney, de São José dos Pinhais, PR, e Gramado, RS

O lançamento do Kardian significa bem mais do que, apenas, um novo produto no portfólio nacional da Renault. Ele é o primeiro carro de um ambicioso plano do grupo para mercados internacionais, o International Game Plan, que prevê o lançamento de oito modelos até 2027, com investimento de € 3 bilhões, com certidão de nascimento oficial no Brasil, que a depender do ano varia como segundo ou terceiro maior mercado mundial da empresa.

Com capacidade local de engenharia e design e uma fábrica que pode produzir até 320 mil automóveis por ano – mas opera hoje com cerca da metade da ca-

pacidade –, o País ganhou parte relevante dos aportes, a começar pela primazia da subsidiária brasileira do Grupo Renault em projetar, desenvolver e produzir o SUV compacto Kardian além de outros novos veículos que já estão nessa fila, como o já confirmado SUV médio a ser lançado ano que vem e a provável nova picape para substituir a Oroch, apresentada em setembro passado como o conceito Niagara, ainda sem data divulgada para ser lançada.

Em comum todos estes modelos são ou serão construídos sobre a nova plataforma RGMP, Renault Global Modular Platform, que chega ao País junto com o

Kardian e abre uma nova era de possibilidades e prosperidade. Por isto o carro novo é o início de uma vida nova para as operações da Renault no Brasil e na América Latina.

Só este primeiro carro do plano internacional trouxe investimento de R\$ 2 bilhões aplicado no desenvolvimento do Kardian e de sua produção no Complexo Ayrton Senna, em São José dos Pinhais, PR, o que envolveu também a introdução na fábrica brasileira da moderna plataforma RGMP e do novo motor flex TCe 1.0 turbo.

E o Kardian já abriu as portas para a filial brasileira abocanhar mais uma parte do investimento global, trazendo outros R\$ 2 bilhões para produzir aqui, também pela primeira vez no mundo, o segundo modelo do plano internacional, um SUV médio que já está em adiantado desenvolvimento e será lançado, possivelmente, no começo de 2025.

O novo SUV usará o motor turbo 1.3 TCe que também será nacionalizado no Paraná, o que motiva aporte adicional de R\$ 100 milhões da Horse – divisão de powertrain

a combustão do grupo, criada no ano passado, que passou a administrar fábrica de motores do Complexo Ayrton Senna.

TUDO NOVO

Assim o Kardian confirma ser o início da "mudança que muda tudo", como vem repetindo o presidente da Renault do Brasil, Ricardo Gondo: "O carro é o começo de uma nova era para a empresa. É tudo novo: o produto, a plataforma, o motor, a transmissão. Para além de tudo isto o Kardian traz para o Brasil um novo conceito com o DNA da Renault, não só com novo design exterior e interior mas também com as tecnologias que estamos introduzindo".

Por todas as ambições e simbologia que o Kardian carrega consigo ele já pode ser considerado, conceitualmente falando, o mais importante lançamento da empresa no Brasil, pois representa o ponto de inflexão no qual a antiga plataforma B0 – que, desde 2007, domina a linha de produtos Renault no País com os modelos rústicos da romena Dacia produzidos no Paraná com o emblema Renault, como

Gondo ao lado do Kardian na Serra Gaúcha: protagonismo no investimento do plano internacional.



Logan, Sandero e Duster – de agora em diante cederá espaço para veículos de origem Renault, sensivelmente superiores em qualidade, tecnologia, segurança, desempenho e aparência.

E tudo feito com raro protagonismo dos departamentos de engenharia e design instalados na subsidiária brasileira, que desenvolveu 90% do carro no País com tecnologias que estavam na prateleira da matriz, na França.

"É o melhor produto que já fizemos na América Latina", resume Antônio Fleischmann, vice-presidente da Renault Technology Americas. "Desenvolvemos aqui desde o projeto até a industrialização. O Kardian é uma grande conquista, um produto global desenvolvido sobre a plataforma RGMP, produzido primeiro no Brasil e depois também na Europa."

Segundo endossa Gondo só foi possível produzir o carro no Paraná com todas as mais modernas tecnologias globais embarcadas por causa da nova plataforma: "Com a antiga plataforma não conseguimos fazer nada disso, nem instalar um sistema híbrido ou os treze ADAS [sigla em inglês para sistemas avançados de

assistência ao motorista] que estamos colocando Kardian".

A plataforma RGMP é uma base multienergética que pode abrigar só motor a combustão ou powertrain híbrido e até mesmo 100% elétrico. No caso brasileiro a opção será pela oferta de carros com motor térmico flex com ou sem tração auxiliar elétrica. Mas o Kardian não será o primeiro Renault híbrido flex porque a tecnologia está em desenvolvimento para equipar, primeiro, o SUV médio que será lançado ano que vem, para acomodar melhor em nível superior do mercado o preço mais elevado que o uso da tecnologia híbrida impõe.

MAIS RENTABILIDADE

Em 2021, quando o recém-chegado CEO do Grupo Renault, Luca de Meo, lançou o plano Renaulution, sua primeira fase não por acaso foi denominada Resurrection, com o objetivo de estancar os prejuízos bilionários que a companhia vinha acumulando nos últimos anos. E o meio adotado para tanto foi trocar volumes por rentabilidade, com foco na venda de carros mais caros. Depois de voltar ao lu-

A plataforma RGMP: flexibilidade para aumentar a diversidade e a rentabilidade da Renault no Brasil.



cro, no ano passado, foi lançada a segunda etapa do plano, *Renovation*, para renovar a linha de produtos com novos modelos mais rentáveis.

O plano foi estendido aos mercados internacionais, fora da Europa, com o lançamento, em setembro, do *International Game Plan* justamente no Brasil, que lidera os negócios extraeuropeus da Renault. Na ocasião o CEO global da Renault, Fabrice Cambolive, disse que o objetivo é dobrar o lucro por carro vendido nesses países, que consomem algo como 40% dos volumes da fabricante no mundo.

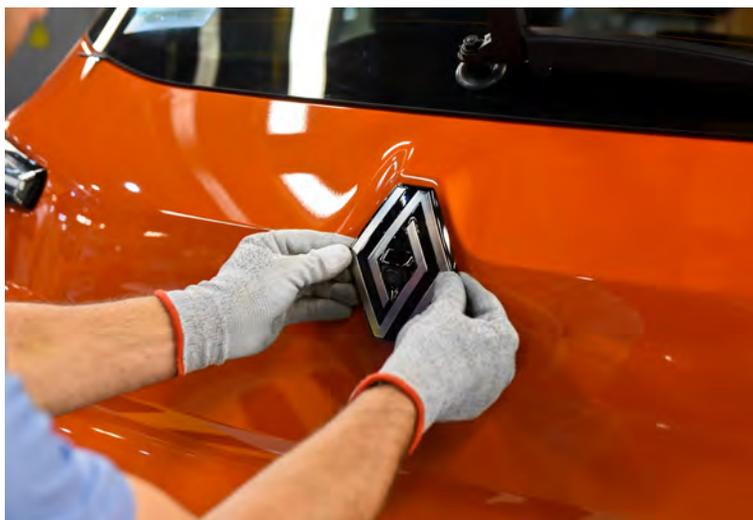
O Kardian vem a ser, portanto, o primeiro a buscar esta meta um tanto ousada, bem mais complicada de ser cumprida no Brasil, país majoritariamente de baixa renda onde a Renault sempre atuou com seus produtos mais baratos, desde 2007 baseados na romena Dacia e, desde 2017, no Kwid que nasceu primeiro na Índia em plataforma exclusiva para mercados emergentes.

Gondo explica a equação: "Sem dúvida a busca por maior rentabilidade faz parte de nossos planos aqui também, mas é uma visão de médio e longo prazo, porque não é só com o Kardian que os alcançaremos, pois precisamos da entrada dos novos projetos como o SUV médio já anunciado e outros que aumentarão gradualmente nosso tiquete médio".

MAIS PRODUTOS

O ponto é que a plataforma RGMP traz muita flexibilidade de produtos e preços para o portfólio da Renault no Brasil, pois pode ter quatro distâncias entre-eixos, de 2m60 a quase 3 metros, e até três configurações de comprimento da terça parte traseira dos carros que podem ser construídos sobre ela: "Com isto dá para fazer muita coisa nos próximos anos", destaca Gondo.

É com este aumento de diversidade no portfólio que o presidente da Renault do Brasil espera subir a gama de produtos para, nos próximos anos, participar de segmentos mais rentáveis, hoje não explorados pela empresa.



Mas o executivo acrescenta que a transição para os produtos mais modernos, sofisticados e caros da plataforma RGMP deve ser longa. A intenção, enquanto houver demanda, é continuar a produzir no Paraná todos os carros da linha atual: Stepway (antigo Sanderol), Duster, Oroch e o popular Kwid, que hoje representa mais da metade das suas vendas no País. O sedã Logan também segue em produção, mas destinado exclusivamente a vendas diretas para frotas: "São clientes diferentes, o Kardian e o novo SUV médio não competem com os nossos outros produtos, não canibalizam ninguém, só devem acrescentar vendas".

MAIS EXPORTAÇÕES

Não é só o mercado doméstico brasileiro que deverá reduzir a ociosidade da produção da Renault no Paraná. A chegada do Kardian dá à empresa um novo impulso internacional, pois está prevista a exportação do carro para onze países da América Latina, o que deve tornar o modelo o Renault mais exportado e aumentar significativamente os números de suas vendas externas, que nos últimos anos têm sido apenas marginais.

Assim que o Brasil estiver abastecido as vendas externas do Kardian devem começar por Argentina, Uruguai, Colômbia e México, para depois seguir aos demais mercados da região, segundo Gondo. ■



Divulgação/ Renault

O melhor Renault já feito no Brasil

Kardian traz nova plataforma com salto de tecnologia, design, construção e desempenho

Por Pedro Kutney, de São José dos Pinhais, PR, e Gramado, RS

Esqueça tudo o que já viu produzido pela Renault no Brasil: o Kardian é outra conversa. O SUV compacto foi projetado na subsidiária brasileira e construído sobre a nova plataforma global do grupo, a RGMP, que permite um salto no volume de tecnologias embarcadas, design, projeto construtivo e desempenho.

Dos cinco centros de design da Renault no mundo o departamento localizado no Brasil, que sedia as operações na América

Latina, foi escolhido para dar formas ao Kardian sob o conceito Emotech, fusão de emoção com tecnologia – algo transmitido pelas linhas do SUV compacto que combinam robustez e fluidez com tecnologias modernas valorizadas pelos consumidores mas pouco vistas em carros desta categoria, como faróis e lanternas de LED e o console central elevado que abriga a alavanca eletrônica e-shifter com câmbio automático de dupla embreagem.



O DESIGN

"Pegamos o projeto desde a fase embrionária sob uma nova era do design da marca, ao mesmo tempo em que a Renault estava mudando sua identidade visual (o Nouveau R). Então fomos desenhando o Kardian e fazendo adaptações ao padrão global que estava sendo desenvolvido na França", recorda **Daniel Nozaki**, diretor do Design Center Americas, que chegou ao grupo em março de 2020, vindo da concorrente francesa PSA.

"Com a pandemia tivemos mais tempo para refinar e modernizar o carro com algumas inovações que criamos aqui e que serão adotadas em mais modelos", revela Nozaki. Uma destas inovações é a grade frontal do Kardian, cuja trama em preto brilhante foi desenhada com pequenos diamantes inspirados no logotipo da Renault, no formato diamond effect.

O diretor trabalhou com cerca de vinte pessoas no projeto do Kardian, incluindo brasileiros, argentinos e franceses, que propuseram traços ao gosto do consumidor brasileiro: "Para projetar um carro

compacto com o visual robusto de um SUV, que tanto agrada aos brasileiros, focamos no aumento do volume na dianteira, para garantir imponência com uma grade vertical e capô mais elevado. E para evitar o formato caixote rebaixamos o teto, para imprimir fluidez e melhorar a aerodinâmica, com uma linha que termina no vidro inclinado da traseira, acima do ombro que adotamos na tampa do porta-malas".

Outra bem-bolada funcionalidade do Kardian está em seu teto, nas barras do bagageiro, que podem ser ajustadas em paralelo no sentido transversal ou longitudinal, para se adaptar melhor à carga.

A PLATAFORMA

Se as linhas bem desenhadas do Kardian já denotam a superioridade do projeto – principalmente em comparação com a sisudez e rusticidade dos Renault produzidos no Brasil até agora sobre a base da romena Dacia – a nova plataforma RGMP, que faz sua estreia no Brasil, não só confirma a enorme evolução tecnológica do modelo mas, também, a torna viável com



o embarque de todas as tecnologias mais avançadas que o novo SUV oferece.

Antonio Fleischmann, vice-presidente da Renault Technology Americas, conta que a equipe de desenvolvimento de produtos da região – que conta com 1 mil engenheiros, 80% deles no Brasil – começou a tocar o projeto do Kardian no fim de 2019: “Recebemos da França a nova plataforma e fizemos todas as validações de rodagem, segurança e emissões. Depois que o design foi congelado construímos a carroceria com arquitetura que possibilita a adoção das mais modernas tecnologias de segurança, os ADAS [sistemas avançados de assistência ao motorista], que estão na prateleira dos fornecedores do grupo no mundo. Assim desenvolvemos o melhor produto que já fizemos na América Latina”.

De fato o pacote de sistemas de segurança ativa do Kardian é dos mais amplos da categoria, com o total de treze ADAS embarcados na versão topo de linha (veja quadro), incluindo controle de velocidade adaptativo ACC e frenagem automática de emergência AEB controlados por um radar na dianteira do carro. Também são de série em todas as versões o controle eletrônico de estabilidade ESP de última geração e seis airbags: dois frontais, dois laterais e dois laterais superiores tipo cortina.

O projeto estrutural do Kardian também garante mais segurança e silêncios aos ocupantes na cabine, segundo a Renault. O pavimento central do carro e as longarinas são estampados com aços de alta resistência, para manter a integridade da cabine em caso de colisão. As longarinas e berço da suspensão têm deformação programada e a coluna de direção é colapsável: tudo para absorver energia de impactos a até 64 km/h e proteger os ocupantes na eventualidade de um acidente.

Segundo Fleischmann, com sua nova plataforma, o Kardian já foi projetado para atender a todas as normas brasileiras de controle de emissões, eficiência energética e segurança – incluindo as novas metas esperadas do Mover, o Programa Mobilidade Verde e Inovação.



Com quatro configurações de distância entre-eixos, de 2m60 a 2m95, e três versões de traseira, média, longa e extralonga, esta mesma plataforma será utilizada para construir vários outros modelos Renault, inclusive para o próximo SUV médio a ser lançado no começo de 2025, que deverá abrigar o primeiro sistema de tração híbrido flex da Renault. Esta é outra vantagem: a RGMP é multienergética, pode receber powertrain a combustão ou híbrido.

O POWERTRAIN

O Kardian faz a estreia do primeiro motor turboflex com injeção direta de combustível produzido no Brasil pela Horse, divisão da Renault criada no ano passado focada no desenvolvimento de motores a combustão e sistemas híbridos: “É um motor três-cilindros cheio de vitalidade, um objeto



tecnológico que conjuga potência, resistência e economia", afirma Jean-François Garcia, diretor de desempenho de produto.

Com três cilindros o novo 1.0 TCe tem bem dispostos 125 cavalos e 220 Nm de torque máximo. O motor começou a ser produzido no complexo de São José dos Pinhais, PR, é baseado no 1.3 TCe, desenvolvido em conjunto com a Mercedes-Benz, que a Renault já utiliza aqui, desde 2022, importado da Espanha, para equipar Duster, Oroch e o finado Captur. Já está decidido que este propulsor também será nacionalizado pela Horse na fábrica do Paraná, até o ano que vem, para equipar outros veículos da marca, como o já prometido SUV médio a ser lançado em 2025.

Segundo representantes da Horse o Brasil abriga um dos três centros de desenvolvimento da empresa – ou outros dois são na Espanha e na Romênia – e aqui foram consumidas 170 mil horas para desenvolver o novo motor 1.0 TCe turboflex, além de outras 10 mil horas de ensaios de validação e homologação.

O powertrain é completado por um moderno câmbio EDC, automático de seis marchas e dupla embreagem úmida, mais eficiente e durável do que a seca, garantem os engenheiros da Horse. Para favorecer a economia em uso urbano o conjunto também é equipado com sistema start-stop, que desliga automaticamente o motor nas paradas do trânsito e religa automaticamente quando se tira o pé do freio.

Graças ao start-stop, conforme medições já feitas pelo Inmetro, o Kardian tem o melhor consumo urbano dentre os SUVs compactos de sua categoria: 13,1 km/l com gasolina e 9 km/l com etanol. Já na estrada o desempenho é minimamente pior: 13,9 km/l com gasolina e 9,7 km/l com etanol. Mas na média o carro tem a melhor eficiência energética, com gasto energético de 1,59 MJ/km, menos do que os dois principais concorrentes também equipados com motores 1.0 turboflex, Fiat Pulse que gasta 1,64 MJ/km e o Volkswagen Nivus com 1,68 MJ/km.

A Renault garante que, no Brasil, o Kardian será vendido exclusivamente com o

Os treze ADAS do Kardian

- 1 Controle de velocidade adaptativo (ACC) com aceleração e frenagem automáticas controladas por radar de 30 km/h a 160 km/h
- 2 Alerta de colisão frontal (FCW) com aviso sonoro e visual
- 3 Frenagem automática de emergência (AEB) em caso de não reação ao alerta de colisão
- 4 Alerta de distância segura (DW) funciona quando o ACC está desligado
- 5 Alerta de ponto cego (BSW) com luz de LED piscando nos retrovisores quando um veículo se encontra fora do campo de visão
- 6 Câmera multiview 360 graus com imagens na tela da central multimídia mostrando todo o entorno do carro
- 7 Câmara de estacionamento traseira
- 8 Sensor de estacionamento traseiro com alerta sonoro
- 9 Sensor de estacionamento frontal com alerta sonoro
- 10 Sensor crepuscular para acender automaticamente os faróis
- 11 Controlador de velocidade para manter o carro na velocidade programada pelo motorista
- 12 Limitador de velocidade para limitar a velocidade escolhida pelo condutor
- 13 Assistente de partida em rampa (HSA) mantém freios acionados por 2 segundos com desnível superior a 3%

motor 1.0 TCe turbo e a transmissão automática de seis marchas e dupla embreamento. Versões com o motor aspirado 1.6 e câmbio manual serão destinadas somente às exportações.

O INTERIOR

Com 4m12 de comprimento, 1m75 de largura, 1m54 de altura e entre-eixo de 2m60 – o maior dentre os SUVs compactos do mercado nacional – o Kardian oferece espaço interno acima da média para quatro ocupantes, ou cinco com o assento de trás mais apertado para três adultos. Mas há espaço razoável para pernas e cabeças. Destaque para os bancos dianteiros, 75% mais espessos que os do SUV compacto concorrente mais próximo. No porta-malas a capacidade é de adequados 358 litros.

O acabamento interno é bem mais caprichado do que os demais Renault produzidos no País, com luzes ambientes e apliques em couro sintético no painel, volante e portas. O quadro de instrumentos em tela de 7 polegadas é 100% digital e configurável em todas as versões, mas sem grandes sofisticações.

No centro do painel fica a tela flutuante de 8 polegadas da central multimídia, com

conexão com e sem fio para o smartphone via Android Auto ou Apple CarPlay, para rodar aplicativos de condução e entretenimento. Os toques diretamente na tela também controlam as regulagens do sistema Multi-Sense – disponível somente na versão mais cara Première Edition – com os três modos de condução: Eco, Sport e My Sense, que ajustam aceleração, transmissão e direção ao gosto do motorista. Esta versão de topo também tem luzes ambientes com oito opções de cores para o fundo do quadro de instrumentos e os fios de LED nas portas dianteiras.

Um ar maior de sofisticação a bordo, incomum em carros desta categoria, é oferecido pelo largo console central elevado, que abriga elementos tecnológicos da alavanca do câmbio e-shifter, como um joystick, e o freio de estacionamento eletrônico. Esta configuração, no entanto, só está disponível nas duas versões mais caras do SUV, Techno e Première Edition. A opção de entrada Evolution não tem o mesmo console pois seu lugar é ocupado pela alavanca do freio de estacionamento manual. Ainda assim o Kardian segue sendo o melhor e mais sofisticado produto já produzido pela Renault no Brasil. ■



Descarbonização. Como você deseja?

Quer uma solução agora?

+20.000 veículos comerciais com motores Dana TM4 na estrada.

Quer inovação?

+900 patentes pendentes e concedidas, relacionadas à eletrificação.

Quer desenvolvimento local?

Time de engenharia no Brasil, para desenvolvimento, adaptação e integração.



Soluções completas, seja qual for a fonte de força.

Estamos prontos para apoiar você na jornada da descarbonização. Seja num sistema de e-Propulsão integrado ou numa atualização completa do veículo, temos experiência de integração de sistemas para atender a todas as suas necessidades de transmissão e propulsão, independentemente da fonte de energia. Podemos fornecer todos os elementos de um sistema eletrificado completo e totalmente integrado ou desenvolver com eficiência componentes e módulos para integração perfeita. Quer descarbonizar já? Fale com a gente.



e-Cradles, e-Motors, e-Axles, e-Transmissions, VCU, e-HPS e muito mais.
Acesse e saiba mais.



Passeio agradável na Serra Gaúcha

Kardian é confortável, entrega prazer ao dirigir, tem bom desempenho dinâmico e design que chama a atenção

Por Pedro Kutney, de Gramado, RS

Um dos objetivos da equipe que projetou o Kardian era que o carro entregasse o desempenho dinâmico que seu design sugere. Dirigindo o novo Renault por sinuosas estradinhas da Serra Gaúcha, nos belos e bucólicos cenários da região de Gramado e Canela,

RS, foi possível conectar a teoria na prática. Sim, o SUV compacto garante conforto e diversão a quem o conduz – e chama a atenção de quem o vê passar.

O Kardian agarra-se bem ao asfalto nas curvas, sua direção elétrica responde com precisão aos comandos e o novo mo-





tor 1.0 TCe de 125 cv e avantajado torque máximo de 270 Nm responde com vigor às acelerações. Deu para comprovar que trata-se de “um três-cilindros cheio de vitalidade”, como diz o engenheiro Jean-François Garcia, chefe de projeto e performance de produto.

A transmissão automática de dupla embreagem e seis marchas – um apetrecho tecnológico incomum de ser aplicado a esta categoria de veículo compacto – cumpre o desempenho prometido pelos engenheiros da Horse, divisão de powertrain a combustão e híbrido da Renault. As trocas são suaves e, ao mesmo tempo, rápidas, garantindo boa diversão nas curvas com reduções nas borboletas atrás do volante.

Os freios também são bem dispostos e respondem com a força necessária ao compromisso de reduzir rapidamente a velocidade do veículo. As modernas assistências eletrônicas de condução, como controle de estabilidade e tração, também ajudam bastante a corrigir as imperfeições do motorista, que fica mais tranquilo em

saber que o carro tem frenagem automática de emergência – cuja eficácia, felizmente, não foi necessário testar.

O ACC, controle adaptativo de velocidade até o limite estipulado pelo condutor, que acelera e freia o carro automaticamente pelas informações do radar que monitora o veículo que vai à frente, é outra novidade exclusiva para a categoria do Kardian, mas só está disponível na versão topo de linha Première Editon, que custa R\$ 132,8 mil. O dispositivo funciona bem mas no trajeto, cheio de curvas, foram poucos os momentos em que foi possível usufruir do conforto do ACC, acionado e controlado por botões no volante.

Embora seja classificado como SUV o Kardian foi pensado para uso urbano, mas o conjunto motor/câmbio não faz feio na estrada, com acelerações sempre bem dispostas. E no ambiente rural, onde um SUV deve se dar melhor, desde que o piso de terra não seja muito demandante, os 20 graus de ângulo de ataque e os 36 graus de saída, aliados a 21 cm de altura do solo,



são medidas que garantem ao Kardian uma passagem sem muitos problemas por pisos irregulares.

VIDA A BORDO

O projeto do Kardian, com 2m60 m de entre-eixos, o maior da categoria dos SUVs compactos no País, garante espaço confortável para até quatro ocupantes adultos na cabine – um quinto passageiro no banco de trás é possível mas pode atrapalhar a amizade em percursos muito longos.

Na frente conforto extra é garantido ao motorista e carona por bancos envolventes que normalmente são encontrados somente em carros de categoria superior. Segundo a Renault os assentos dianteiros do Kardian são 30 mm ou 75% mais espessos que os dos concorrentes como Fiat Pulse e Volkswagen Nivus. Na prática isto torna a posição de dirigir mais confortável.

O ambiente interno é silencioso, a Renault fez um bom trabalho de isolamento acústica, mas o motor de três cilindros é sempre mais ruidoso e, em baixas velocidades no perímetro urbano, transmite alguma vibração para dentro da cabine.

A tela central de 8 polegadas não é das maiores mas agrega todas as funções es-

peradas de um sistema multimídia: ajustes do veículo, sistema de som e espelhamento via Android Auto e Apple Car Play de aplicativos de navegação e entretenimento do smartphone em conexão com e sem fio. Mas o sistema não é dos mais intuitivos, é exigido algum tempo de aprendizagem para aprender a mexer em tudo.

Outra novidade, para todas as versões do Kardian, é o quadro de instrumentos 100% digital em tela de 7 polegadas fixada atrás do volante. O dispositivo é configurável e muda de cor de acordo com o modo de condução escolhido [Eco, Sport e My Sense], mas são poucas as opções de configuração – ainda que não façam falta.

O acabamento interno com apliques de revestimento em couro sintético no painel, portas e volante, que a Renault chama de "sofisticado", na verdade é simples e adequado, mas de fato está acima do plástico espartano utilizado em muitos veículos populares com preços nem tão populares. O tecido dos bancos com degradê laranja é interessante, deixa o ambiente interno do Kardian mais alegre.

Na média a avaliação do Kardian deixou impressão bastante positiva. Foi um agradável passeio pela Serra Gaúcha. ■

MARCOPOLO 75 ANOS

PROTAGONISTA

EM MOBILIDADE



A HISTÓRIA NÃO ACONTECE SOZINHA.
 ELA PRECISA DE **PROPULSÃO**.
 DE UM **OBJETIVO**.
 DE UM **PROTAGONISTA**.
 A HISTÓRIA PRECISA DE **AÇÃO**.

A Marcopolo expande as fronteiras da mobilidade, abrindo caminho para o novo, sem abdicar do conforto, da segurança e da inovação.



Imagem meramente ilustrativa. Consulte o representante da sua região para saber mais sobre os modelos e suas configurações.



marcopolo.com.br

[in @marcopolo-sa](https://www.linkedin.com/company/marcopolo-sa)

Começo da subida do portfólio



Divulgação/Renault

Com preços de R\$ 112,8 mil a R\$ 132,8 mil o Kardian aumenta o tíquete médio da Renault e tem a missão de mudar a imagem da marca

Por Pedro Kutney, de Gramado, RS

A Renault não revela suas ambições numéricas de vendas do Kardian, que há cerca de um mês começou a ser produzido na fábrica de São José dos Pinhais, PR, abriu sua lista de reservas no fim de fevereiro e chega às suas 270 concessionárias no País a partir do fim deste março até o meio de abril. Mas a empresa não esconde sua ambição maior: fazer do Kardian o início de mudança de sua imagem e rentabilidade no Brasil, com o aumento do tíquete médio por carro vendido, alinhando a subsidiária brasileira com o plano global

de focar na lucratividade dos produtos em vez de volume.

Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil, conta o plano de negócios de marketing: "Esperamos muito do Kardian por causa da mudança que ele traz. O que a gente quer é que, no fim, por meio do novo produto, os clientes brasileiros entendam que é um carro que começa essa grande mudança na Renault do Brasil".

"E isso continuará: como já anunciamos no ano passado o próximo projeto é o SUV médio, também fabricado no Paraná, que é um segmento no qual nunca tivemos uma

oferta, e assim atrairemos novos clientes”, acrescenta Gondo. “O Kardiam tem um papel importante nisto tudo porque é a ponte para chegar neste cliente do segmento C daqui a alguns meses.”

A ideia, reforça o executivo, é que com o Kardian o mercado brasileiro comece a perceber a mudança de posicionamento da marca, que desde o início de sua produção nacional no Paraná, há 25 anos, sempre esteve focada em produtos populares de maior volume, especialmente a partir de 2007, com o lançamento de modelos da romena Dacia com o emblema Renault.

Com design marcante e nível de acabamento e tecnologia bastante superiores aos dos modelos Renault produzidos no

Brasil até agora o Kardian teve os preços cuidadosamente calibrados para ficar ligeiramente abaixo dos dois principais concorrentes no mercado brasileiro: Fiat Pulse e Volkswagen Nivus. Ao menos nos próximos meses o Kardian seguirá sendo vendido pelos preços anunciados na pré-venda, em três versões bastante completas, praticamente sem opcionais, por R\$ 112,8 mil, R\$ 123 mil e R\$ 132,8 mil (veja tabela de versões, preços e equipamentos).

NOVO CLIENTE

O diretor de marketing **Aldo Costa** endossa a mudança de perfil de cliente que o Kardian traz à Renault: “É um produto que entrega mais valor e que busca clientes



Versões e preços do Kardian

EVOLUTION TURBO TCE CÂMBIO EDC – R\$ 112 MIL 790

Principais equipamentos de série: • 6 airbags (frontal, lateral e de cortina) • Controlador de velocidade e limitador de velocidade (CC + SL) • Assistente de partida em rampa (HSA) • Sensores de estacionamento traseiro e câmara de ré • Controles eletrônicos de estabilidade e tração (ESP+ASR) • Sistema de monitoramento de pressão dos pneus (TPMS) • Cluster digital 7” • Câmbio e-shifter • Paddle-Shift no volante para trocas manuais de marchas • Multimídia com tela de 8” com Android Auto e Apple CarPlay com espelhamento sem fio • Ar-condicionado digital com função auto • Retrovisores externos com ajuste elétrico • Faróis e assinatura luminosa 100% de LED • Barras de teto funcionais e modulares em preto • Roda flexwheel biton 16” • Start&Stop • Modo de condução ECO com EcoScoring • Volante com ajustes de altura e profundidade • Acionamento elétrico dos vidros e com função one-touch e antiesmagamento para o motorista.

TECHNO TURBO TCE CÂMBIO EDC – R\$ 122 MIL 990

Todos os equipamentos da versão Evolution mais: • Frenagem automática de emergência (AEBS) • Alerta de colisão frontal (FCW) • Freio de estacionamento eletrônico • Console central elevado com apoio de braço • Painéis e volante com revestimento • Roda de liga leve 17” diamantadas biton • Chave presencial tipo cartão e acesso remoto • Partida remota do motor • Saídas USB-C para o banco traseiro • Seis alto-falantes • Vidros elétricos dos passageiros com função one-touch e antiesmagamento. | Opcional: • Teto biton em preto.

PREMIÈRE EDITION TURBO TCE CÂMBIO EDC – R\$ 132 MIL 790

Todos os equipamentos da versão Techno mais: • Controle de velocidade adaptativo (ACC) • Câmera Multiview (MVC) • Alerta de ponto cego (BSW) • Alerta de distância segura (DW) • Sensores frontais de estacionamento • Faróis de neblina em LED • Sensor crepuscular de acendimento automático de lanternas e faróis • Modos de condução Eco, Sport e Perso (personalizável) • Ambient lighting (iluminação dinâmica e personalizável no interior) • Carregador de smartphone por indução • Rodas de liga leve 17” diamantadas e escurecidas • Antena shark (barbatana de tubarão) • Teto biton preto • Badge lateral Première Edition • Grade frontal em preto brilhante.

com orientações mais aspiracionais do que aquele cliente mais racional que atendemos hoje com a nossa linha atual de produtos. Por isso adotamos um foco muito grande na modernidade, na tecnologia, nos aspectos de qualidade percebida. Esse é o grande drive do Kardian e que vai se estender a todo o novo ciclo de produto dos próximos anos".

Com os atributos do Kardian, segundo Costa, a Renault deve atrair clientes que antes passavam longe da marca. O foco está em clientes mais jovens, na faixa de 35 a 45 anos, possivelmente recém-casados com um ou nenhum filho, e bem estabelecidos nas classes A e B, com renda mensal média



de R\$ 15 mil – suficientes para aprovar o financiamento ou assinar o Kardian, em planos já oferecidos Renault On Demand de dezoito a 48 meses por parcelas que começam em R\$ 1,6 mil, com entrada de R\$ 14,9 mil, ou sem antecipação por R\$ 2,3 mil a R\$ 2,4 mil por mês.

Costa diz que a rede já está sendo treinada para receber e tratar estes novos clientes nas concessionárias. De tão diferente que o Kardian é de tudo que a Renault já fez no Brasil os concessionários estão tão animados com a novidade quanto ansiosos: "Tivemos muitos diretores e donos de distribuidores que se inscreveram para o treinamento só para poder conhecer o carro antes".

Evitando revelar números o executivo afirma que a linha produtos atual formada por Kwid, Stepway, Logan, Duster e Oroch ainda tem lenha para queimar, pois seguirá representando de 60% a 70% das vendas da Renault no País, mesmo após a chegada do Kardian e de outros modelos mais modernos e rentáveis.

O Kardian deverá, sim, aumentar as vendas, mas Costa pondera que não é esta a prioridade número um: "Não estamos orientados a jogar para fazer volume e buscar posições em ranking de marcas. A Renault está interessada em fazer valor, entregar um bom produto, com boa rentabilidade, com satisfação do cliente". ■



Volare, na direção do futuro.



No Brasil e no mundo, lideramos para garantir que segurança, conforto e qualidade estejam presentes em todos os trajetos, seja de um bairro a outro, da casa à escola ou da cidade ao campo. De qualquer ponto de partida, **na direção do futuro.**

Volare 

NA DIREÇÃO DO FUTURO

www.volare.com.br     /ONIBUSVOLARE

Fábrica ganha mais vida

Nova plataforma traz investimentos, tecnologias e produtividade às linhas de produção da Renault no Paraná

Por Pedro Kutney, de São José dos Pinhais, PR



Divulgação/ Renault

Fator essencial para ter sido escolhido como primeiro país no mundo a produzir veículos sobre a nova plataforma global do Grupo Renault, a começar pelo Kardian, foi a fábrica brasileira que opera há 25 anos em São José dos Pinhais, PR, que tem duas capacidades amplamente disponíveis: tanto a de produção como a de qualificação.

Pois no Brasil sobram para a Renault ambas as capacidades: a fábrica de veículos de passeio do Complexo Ayrton Senna pode produzir sessenta carros por hora e

320 mil por ano – mas mal usa a metade deste potencial atualmente – e também tem capacitação para fabricar com qualidade produtos sofisticados e tecnológicos.

“Para produzir o novo carro e os outros produtos que virão da nova plataforma temos aqui uma das fábricas mais modernas e produtivas do grupo, que é reconhecida pelo Fórum Econômico Mundial como referência da indústria 4.0, com setecentos robôs conectados”, destaca Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil. “A fábrica brasileira está em constante evolução

e com a chegada do Kardian e da nova plataforma se tornou ainda mais eficiente. O que fizemos foi aproveitar o ciclo de investimento de R\$ 5,1 bilhões, de 2021 a 2025, para investir também na produção, para automatizar linhas e digitalizar mais processos."

EVOLUÇÃO

O engenheiro químico **Vagner Mansan** acompanhou todas as muitas evoluções da fábrica da Renault no Paraná: ele ingressou na empresa antes mesmo da construção dos prédios de produção, para trabalhar na instalação do que foi a primeira linha de pintura a base de água do Grupo Renault no mundo. Mansan evoluiu junto e hoje é o diretor das fábricas de veículos do Complexo Ayrton Senna.



Apontando com orgulho a limpeza do chão de todas as linhas de produção e a produtividade das novas robôs que chegaram Mansan afirma que a evolução da fábrica que dirige é constante: "Já produzimos aqui na unidade de veículos de passeio 25 modelos e mais de 3,4 milhões de carros. Cada novo produto traz evoluções e assim a fábrica está sempre se modernizando. O Kardian dá um novo salto nesta direção".

"Com a chegada da nova plataforma instalamos na fábrica um novo sistema informatizado que nos permite simular virtualmente várias operações, algo que antes do Kardian só tínhamos na Europa e em alguns fornecedores", destaca o diretor de engenharia de processos **Giuliano Eichmann**. "Agora podemos prever como tudo funciona antes mesmo da instalação de maquinários e ferramentas, ganhamos tempo e evitamos erros."

O treinamento para utilizar o sistema levou cerca de um ano, mas valeu a pena: "Tivemos uma redução significativa de tempo para instalar o novo maquinário para produzir o Kardian e quando começamos praticamente não houve problemas a resolver", conta Eichmann. E Mansan exemplifica: "Na estampa tivemos



nosso melhor startup de produção da história da fábrica, sem erros”.

LINHAS PRODUTIVAS

A chegada da nova plataforma RGMP imprimiu sinais visíveis de evolução em quase todas as etapas produtivas da fábrica de automóveis, chamada internamente de CVP, Curitiba Veículos de Passeio, que hoje opera com 2,7 mil empregados em dois turnos, produzindo 45 unidades por hora – ainda abaixo da capacidade de 60/hora – de três plataformas que dão origem a cinco modelos: Kwid, Duster, Stepway, Logan (os dois últimos quase não são mais vistos na linha) e, agora, também o Kardian. Todos dividem duas linhas de funilaria, na soldagem das carrocerias, e uma só linha de pintura e montagem final.

O Kardian acelerou a digitalização da fábrica. No conceito de indústria 4.0 as linhas operam em paralelo no metaverso, em gêmeo virtual, assim é possível acompanhar cada processo em tempo real pelos

computadores dos diretores de manufatura. Os líderes e chefes de produção abastecem o sistema com informações inseridas em 250 tablets, que eliminaram 2 milhões de folhas de papel e reduziram em cerca de uma hora e meio o tempo gasto no preenchimento de relatórios. A fábrica virtual gera cerca de 1 bilhão de dados por dia para o Google, que são utilizados para aumentar a eficiência dos processos fabris.

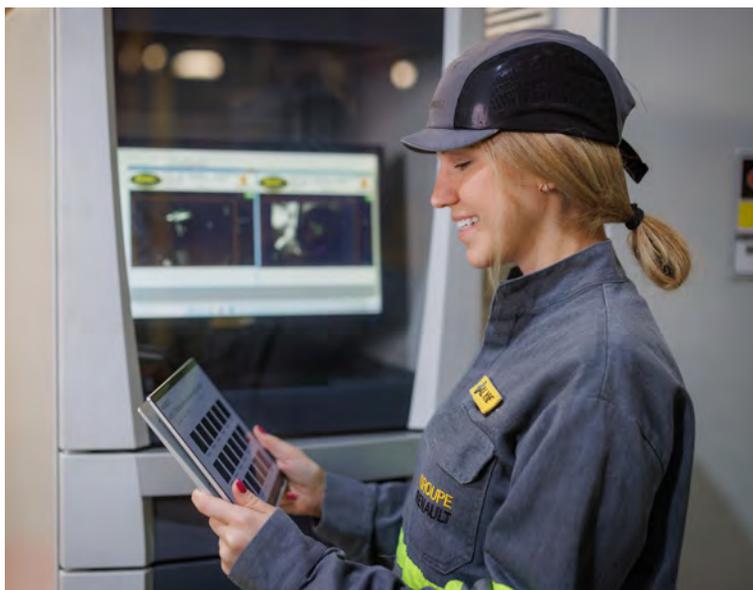
Na estamparia – único setor que opera em três turnos para abastecer quatro fábricas da Renault na América do Sul, incluindo a CVP, CVC (Curitiba Veículos Comerciais), Argentina e Colômbia – trabalham 167 pessoas que operam uma linha de corte de chapas de aço e quatro prensas, três automáticas e uma manual. Ao todo o setor administra cerca de setecentas ferramentas para estampar as partes de sete veículos produzidos na América Latina e foram adicionados ao longo do último ano 53 novos estampos para fabricar o Kardian – todos importados da China e Coreia.



Na armação de carrocerias, onde trabalham 754 empregados e 381 robôs de solda, o Kardian trouxe consigo mais 42 robôs. Eichmann conta que, após um ano de preparativos as máquinas foram instaladas em apenas três semanas, um recorde. Atualmente o body shop opera com 54% de automação, mas já está prevista a subida deste percentual para 62%, em 2025, e para 64%, em 2026, em evolução que acompanha a chegada dos novos produtos que serão produzidos sobre a plataforma RGMP, incluindo o novo SUV médio que começa a ser produzido no Paraná no ano que vem.



Na pintura, onde hoje trabalham 271 pessoas, o Kardian também aumentou para 35% a automação dos processos, incluindo um sistema de detecção de defeitos por câmaras de alta resolução, que dedura até os riscos minúsculos. Graças ao sistema simulação virtual o setor ganhou quatro semanas na instalação da nova cabine de pintura.



Na linha de montagem final oitocentos trabalhadores se dividem em dois turnos que ficaram um pouco mais apertados com a chegada do quinto modelo, o Kardian. Cerca de 75% das peças são carregadas aos montadores em kits puxados por carrinhos autônomos, que acompanham cada carro que entra em montagem, evitando assim a formação de estoques de componentes ao lado da linha. Uma novidade introduzida pelo Kardian no setor é um novo e compacto dispositivo que calibra em poucos minutos todos os sistemas eletroeletrônicos do carro. O conjunto de motor e câmbio é inspecionado por câmaras robôs, que detectam qualquer irregularidade antes do acoplamento do powertrain aos carros.



No fim da linha atualmente é encontrado menos de um defeito, 0,8, a cada cem carros montados. Graças a todos os controles virtuais e inspeções eletrônicas o Kardian apresenta oito vezes menos problemas detectados no fim da linha de produção.

"É o melhor carro que já produzimos aqui", resume o engenheiro de processos Giuliano Eichmann. ■



Divulgação/ Renault

Salto na relação com fornecedores

Kardian nasce com 68% de nacionalização e traz novos negócios à cadeia produtiva

Por Pedro Kutney, de São José dos Pinhais, PR

Foi rápido, crítico e transformador o processo de desenvolvimento de fornecedores para o Kardian, que a Renault começou a produzir comercialmente, este ano, em São José dos Pinhais, PR, com 68% de nacionalização e um novo salto na relação com os parceiros da cadeia de suprimentos no País.

A vice-presidente de compras da Renault América Latina, Marluce Borges, chegou à Renault para consolidar este processo em 2022, após trabalhar por 24 anos em cargos de compras na Fiat/FCA/Stellantis: "O Kardian nos trouxe uma visão mais crítica de nossos processos. Até então cada país fazia suas compras com duplicidade de funções mas agora criamos uma organização regional América Latina, com um gerente para cada tecnologia. Com isto conseguimos nos organizar melhor e reduzir os prazos de compras".

O salto tecnológico trazido pelo Kardian e sua nova plataforma RGMP tem grande impacto no aumento de componentes

eletrônicos a serem comprados. O novo SUV agrega quantidade de semicondutores – microchips que controlam seus sistemas – que equivale a volume 70% superior ao empregado no Duster, modelo também produzido no Paraná, mas sobre plataforma projetada há cerca de vinte anos.

Marluce Borges aponta que o aumento de eletrônica embarcada se reflete na importação de 1 mil, ou dois terços, de todas as 1,5 mil referências de componentes que compõem o Kardian. Ou seja: embora 68% dos itens do Kardian sejam nacionalizados existe vasto número de pequenas peças eletrônicas importadas: "Felizmente não estamos mais enfrentando dificuldades no fornecimento de semicondutores, não há gargalos para produzir o Kardian no momento".

Do quadro atual de trezentos fornecedores produtivos da Renault no Brasil sessenta fornecem para o Kardian. Segundo a executiva quase todos os parceiros já tinham relação comercial com a empresa, "só dois são novos que vieram para fornecer ao Kardian".

DESEJO DE NACIONALIZAÇÃO

"Mais do que oportunidades temos o desejo constante de aumentar a nacionalização de todos os produtos que fabricamos", enfatiza Borges, mas pondera sobre as dificuldades de ir além com o Kardian: "Temos um painel de fornecedores muito robusto no Brasil mas poucos produzem aqui as novas tecnologias que estamos adotando."

A vice-presidente de compras afirma que o trabalho para buscar oportunidades de nacionalização é constante e obedece a dois preceitos: "Precisa ter condições de produzir determinadas tecnologias aqui e precisa ser competitivo com relação aos preços do Exterior".



Borges ressalta que novos projetos sempre melhoram a relação com a cadeia de suprimentos porque aumentam naturalmente o volume de compras. Mais do que isso um carro completamente novo, como é o Kardian, também propicia a venda à montadora de componentes mais sofisticados e rentáveis para os fornecedores. Todos ficam mais felizes.

MOTOR É OPORTUNIDADE

Com a chegada do Kardian na linha de produção brasileira a oportunidade mais visível de nacionalização de componentes aparece no novo motor 1.0 TCe turboflex, que já está sendo montado no Paraná na fábrica da Horse, divisão do Grupo Renault criada para integrar a produção motores a combustão e sistemas de propulsão híbridos.

Embora o 1.0 TCe seja um projeto nacional – derivado do 1.3 TCe turbo projetado em conjunto com a Mercedes-Benz, hoje fabricado na Espanha e que também será nacionalizado no Paraná a partir de 2025 – o motor utilizado pelo Kardian tem apenas 20% de componentes nacionais. Há, portanto, 60% de oportunidades de nacionalização.

A começar pelo cabeçote e bloco de alumínio, hoje importados da fábrica de Valladolid, Espanha, mas que podem ser produzidos bem ao lado da linha de montagem, na CIS, Curitiba Injeção de Alumínio, fundição inaugurada em 2018 dentro do Complexo Ayrton Senna.

Também existem conversas para nacionalizar o turbocompressor fornecido na Europa pela BorgWarner, que a empresa poderá produzir na fábrica que mantém em Itatiaia, SP, e que já fornece turbos para Volkswagen e Stellantis.

Já a transmissão EDC, automática de dupla embreagem úmida, vem da China e não há nenhum fornecedor de equipamento semelhante no Brasil. ■





Divulgação/ Renault

Carro cria ativo para projeto social

Equipe de design criou a Kardan Collection que gera renda extra à Associação Borda Viva com a venda de produtos feitos com materiais reaproveitados do veículo

Por Pedro Kutney, de São José dos Pinhais, PR

O Kardan nasceu com um nada desprezível ativo social de economia circular, que desde o fim do ano passado já rendeu quase R\$ 240 mil em encomendas dos produtos da Kardan Collection, conjunto de bolsas e mochilas confeccionadas pelas costureiras da Associação Borda Viva, que utilizam materiais reaproveitados do tecido dos bancos e dos cintos de segurança do novo carro da Renault.

Durante cinco meses, de maio a setembro do ano passado, a equipe de design da Renault usou a mesma criatividade empregada para conceber o carro na criação da grife social e de seus produtos, sete até agora: mochila, bolsa de ombro, necessaire, bolsa raqueteira, caixa para transporte

de pets, sacola ecobag e organizador para o console do carro, por preços de R\$ 95 a R\$ 183, já à venda em 85 concessionárias Renault e no site da associação (www.associacaobordaviva.com).

A Kardan Collection foi lançada oficialmente em outubro de 2023 e desde então seus produtos começaram a ser comprados pela própria Renault e por concessionários para distribuição a funcionários e clientes, o que ocupou até agora 80% do tempo de trabalho das costureiras da Associação Borda Viva, que já utilizaram 806 kg de sobras de tecidos de bancos fornecidos pela Sage. Somente a Renault Academy, divisão de treinamento da rede de concessionárias, encomendou R\$ 85 mil em itens da coleção.



A entidade, localizada na comunidade vizinha à fábrica de São José dos Pinhais, PR, foi fundada em 2002 e desde 2005 recebe o apoio do Instituto Renault, que conduziu a ligação da empresa com a organização com o objetivo de gerar renda por meio da prestação de serviços de alimentação e de costura de produtos confeccionados com materiais reaproveitados da produção de veículos, que são doados ou vendidos a preço de custo diretamente pelos fornecedores à associação.

Além de usar o logotipo Renault e uma etiqueta exclusiva de identificação cada produto da Kardian Collection tem a assinatura da costureira que o confeccionou, dentre as 25 mulheres que hoje trabalham no ateliê de costura e na cozinha da Associação Borda Viva.

Desta vez o departamento de design teve maior envolvimento na criação dos

itens da Kardian Collection, a primeira pensada exclusivamente para o lançamento de um carro da marca no Brasil, como conta Daniel Nozaki, diretor do Design Center Renault Americas: "Já existia a ideia de promover impacto social quando começamos a trabalhar no projeto do Kardian. Assim que conheci a Borda Viva fizemos a parceria para criar produtos com os elementos do Kardian, como a cor energy orange empregada em degradê no tecido dos bancos, que são os mesmos usados para confeccionar a coleção. Assim desenhamos todos os itens 100% com base em economia circular, reaproveitando materiais descartados pelos fornecedores".

Além da Sage a Forvia [antiga Faurecia] também fornece sobras de tecidos de bancos para a infinidade de outros produtos feitos na associação, e as sobras de cintos de segurança vêm da Autoliv. ■





Tavares (esq.) e Cappellano: maior investimento da indústria automotiva no Brasil.

Quem dá mais? Stellantis garante com lance de R\$ 30 bilhões.

Empresa investirá, de 2025 a 2030, em quarenta novos produtos de suas marcas no País e direciona recursos para o desenvolvimento de quatro plataformas globais eletrificadas com tecnologia híbrida flex

Por Leandro Alves, de Brasília, DF

Após quase dois anos de especulações a Stellantis anunciou seu próximo ciclo de investimentos no Brasil, o maior em valores nominais da história da indústria automotiva local: serão R\$ 30 bilhões de 2025 a 2030 para o lançamento de quarenta produtos das

marcas Fiat, Jeep, Ram, Peugeot e Citroën. Com o maior lance em mãos o CEO global Carlos Tavares juntou-se à procissão de altos executivos de fabricantes de veículos que, nos últimos meses, vêm a Brasília, DF, anunciar valores bilionários para somar às contas e às comemorações do presidente

da República, Luiz Inácio Lula da Silva.

Tavares sublinhou as vantagens que vê para autorizar o aporte bilionário no País: "O Brasil tem os biocombustíveis que se equiparam ao resultado de emissões dos elétricos. Isto não acontece em outros lugares. Investiremos nestas tecnologias para tornar nossos produtos acessíveis a todos os níveis de clientes".

Para Tavares também é importante a estabilidade econômica e política alcançada nos últimos anos pela região, que aos poucos vai se alinhando aos objetivos globais de países desenvolvidos: "A América Latina é, hoje, uma região estável. O Brasil faz muitos esforços para alinhar suas políticas com os desafios globais, a exemplo do Mover. É de nosso interesse estar aqui e estamos comprometidos em desenvolver nossos negócios na região".

O executivo elogiou a política setorial Mover, Mobilidade Verde e Inovação, adotada a partir deste ano, como um fator relevante para promover a transição

energética rumo à descarbonização sem onerar demais o consumidor e reduzir mercado: "Apoiamos esta política industrial pois há um alinhamento dos interesses com a sociedade, o governo e a indústria. Marcamos um encontro para estarmos todos juntos atingindo as metas lá em 2030".

O presidente da Stellantis América do Sul, Emanuele Cappellano, confirmou que este novo ciclo não está combinado com o investimento de R\$ 16,5 bilhões – já inflados com relação aos R\$ 14 bilhões anunciados em 2018 – que se encerra no fim deste ano.

Os R\$ 30 bilhões de agora, segundo pontua Cappellano, estão reservados à operação brasileira, em tese não serão aplicados em outros países da região: "Trabalhamos para concluir os lançamentos do ciclo anterior até dezembro e, ao mesmo tempo, já estamos trabalhando nos planos de negócios para os próximos cinco anos, com foco total na operação de produtiva nacional".



Tavares com Lula em Brasília: mais R\$ 30 bilhões para a bilionária conta dos investimentos da indústria automotiva no Brasil.

Divulgação/Presidência da República



ELETRIFICAÇÃO

As plataformas Bio Hybrid, desenvolvidas no Brasil e já apresentadas como protótipos no fim do ano passado, serão a base para gerar os quarenta novos produtos. As novas tecnologias incluem sistemas de tração híbridos flex, combinando motorização bicompostível etanol-gasolina com motores elétricos e baterias de vários tamanhos, desde modelos Bio-Hybrid leves, Bio-Hybrid e-DCT, híbrido fechado integral com transmissões eletrificadas de dupla embreagem, Bio-Hybrid Plug-In com maior autonomia elétrica, até o BEV 100% elétrico.

As novas tecnologias híbridas começarão a ser oferecidas ao mercado a partir do fim de 2024. Segundo a companhia haverá o desenvolvimento de oito powertrains eletrificados e até uma motorização 100% a etanol, um dos pontos destacados por Capellano: "Teremos várias fases da eletrificação e nossa engenharia está trabalhando na melhor eficiência de um motor térmico a etanol".

Até o fim deste ciclo, que é o maior programa de investimento de uma empresa produtora de veículos no País, a espec-

tativa de Cappellano é de que "30% das nossas vendas aqui sejam de produtos 100% elétricos".

Para Tavares a vantagem brasileira de já ter uma solução pronta para descarbonização das emissões, com o uso do etanol, deve ser melhor aproveitada: "Penso que obviamente os países da região poderiam se beneficiar imediatamente dos biocombustíveis utilizados no Brasil, com algum nível de hibridização no powertrain. Temos tudo pronto ou em desenvolvimento avançado por aqui. Mas também acredito que esta possa ser uma solução para o continente africano, desde que não tenha impacto na produção de alimentos, porque a prioridade é acabar com a fome produzindo alimentos, não combustíveis".

Além de uma nova safra de veículos e propulsores mais eficientes o programa também gerará novos negócios para a Stellantis, a exemplo da aquisição da DPaschoal, para atuar no segmento de reposição, segundo Capellano: "Os portadores deste plano, com novos veículos, tecnologias e outros negócios relacionados ao setor automotivo, vocês conhecerão ao longo dos próximos anos".

Plataformas Bio Hybrid: combinação de eletrificação com etanol está no foco do desenvolvimento de novos veículos da Stellantis no Brasil.

SEM CLASSE MÉDIA NADA FEITO

Carlos Tavares se referiu várias vezes, durante o anúncio do investimento para a imprensa em Brasília, à importância de os planos de produtos atenderem à classe média ou, no caso dos países em desenvolvimento, à maioria dos clientes interessados em adquirir um veículo: "Nós pensamos primeiramente na classe média. Temos de desenvolver tecnologias para um grande volume, ou não haverá impacto [na descarbonização]. Por isto nossa prioridade é a classe média, queremos dar acesso a estas tecnologias para gerar volume e contribuir para a grave questão das emissões".

O interesse é oferecer produtos acessíveis, pois só assim haverá redução significativa das emissões, como pontua Tavares: "O mais importante é o alinhamento do valor com a expectativa de gerar eficiência em nossos produtos. Teremos veículos eficientes do ponto de vista da emissão e do consumo e, também, acessíveis à maioria dos consumidores".

O executivo chefe da quarta maior fabricante global de veículos conclui que vender muitos carros mais eficientes será o caminho da Stellantis porque "o único número que interessa é o resultado da empresa, capaz de gerar lucro para continuarmos investindo na operação".

Sobre os elétricos puros Tavares apontou o comportamento dos consumidores



em alguns mercados na Europa: "Quando os incentivos para a compra acabaram o cliente disse: elétrico, tudo bem, mas precisa ter o preço de um carro com motor térmico". Segundo o CEO da Stellantis por isto as vendas estagnaram na Europa e nos Estados Unidos: o consumidor ainda não está convencido, preferindo pagar o preço do produto tradicional aos elétricos, que ficam bem mais caros sem os descontos dos programas de incentivos dos governos.

Ele calcula que a aproximação dos preços dos veículos tradicionais aos dos elétricos puros comece a partir de 2026, 2027. Mesmo assim ainda é uma incógnita porque os insumos necessários, como os metais utilizados na bateria, podem limitar a redução dos preços, "pois seria importante substituir os materiais raros das baterias porque sua escassez não permitirá que os preços dos veículos caiam".

Em uma agenda corrida de dois dias e meio Tavares visitou fábricas, participou de ações com os funcionários, dirigiu alguns carros que ainda não foram lançados, esteve em reunião com o presidente Lula e anunciou um programa histórico de investimento no País. Na tarde de 7 de março encerrou sua terceira passagem pelo Brasil como CEO da Stellantis levando na bagagem planos, tecnologias e a esperança de que possam fazer a diferença — não só por aqui mas em muitos outros lugares. ■





Prontos para o futuro da mobilidade!

Gigante mundial no fornecimento de tintas e revestimentos, PPG reforça portfólio global com novas tecnologias para produção de carros híbridos e elétricos

Muito se tem falado a respeito da futura produção de modelos eletrificados pela indústria automobilística brasileira. A julgar pelos aportes anunciados nos últimos meses que ultrapassam os R\$ 100 bilhões, muitos desses recursos deverão ser direcionados à produção de novos modelos híbridos e elétricos. Nessa nova era, uma das preocupações mais legítimas das montadoras está na expertise para essa produção local. Nosso atual parque industrial estará pronto para alimentar as futuras demandas da produção de veículos eletrificados?

No que depender da PPG, a resposta é sim. E pronta, inclusive, desde já.

“Temos em nosso portfólio global duas tecnologias especialmente desenvolvidas para os EV’s, que podem ser introduzidas nas linhas de montagem locais imediatamente”, anuncia o diretor de Revestimentos Automotivos OEM para a América do Sul e Região Andina, Marcelo Zanete. Não é para menos.



Sede da PPG no Brasil, em Sumaré (SP): desenvolvimento e produção de inovações para o mercado automotivo





“A PPG está preparada para a nova era de veículos eletrificados no Brasil”

Marcelo Zanete, Diretor de Revestimentos Automotivos OEM para a América do Sul e Região Andina da PPG

Essa gigante norte-americana (faturamento de US\$ 18,2 bilhões em 2023), fundada em 1883, em Pittsburgh, espalha-se atualmente por 75 países, inclusive o Brasil, onde desembarcou há pouco mais de meio século. Produz tintas, revestimentos e materiais especiais para diversos segmentos da indústria, como automotivo OEM, repintura automotiva, industrial, arquitetônico, embalagens, óleo e gás, energia, mineração, aeroespacial e pavimentos. “Somos a única empresa capaz de oferecer um portfólio completo de tintas, vernizes e adesivos & selantes, além de soluções personalizadas para os clientes”, destaca Zanete.

Com quatro plantas industriais instaladas no Brasil, duas delas produzem revestimentos para todas as montadoras de veículos. Essa fatia também é significativa no mercado de autopeças, em crescimento exponencial no cenário nacional. “Temos orgulho das inúmeras parcerias construídas ao longo destes 50 anos de PPG no Brasil. Nesse sentido, parabenizamos a Renault que comemorou 25 anos de produção no país, onde estamos presentes desde

o início da operação, bem como pelo lançamento do Renault Kardian”, comenta o executivo.

Vanguarda tecnológica

Na busca incessante por introduzir processos compactos e tecnologias sustentáveis, onde se destacam a economia de água e a redução de energia nos processos de pintura, a PPG adiantou-se às demandas do segmento de produção de veículos eletrificados e se preparou desde já.

Um desses produtos inovadores é o PPG CO-RACHAR™ SE 4000, que consiste em revestimentos funcionais para baterias de carros eletrificados, com objetivo de melhorar a segurança e o gerenciamento térmico desses equipamentos. Sem solventes em sua composição, funcionam como escudo térmico para o substrato da bateria. Trata-se de um material intumescente, que se expande em caso de extremo calor, fornecendo uma camada isolante e protetora. “O processo é feito por spray, criando um filme de 0,6 mm de espessura, o que já é suficiente para suportar 1.200°C por mais de 30 minutos, mantendo a temperatura interna da bateria abaixo de 400°C”, garante o diretor da PPG.

Já o PPG EnviroPrime® EPIC300 deriva de uma liderança global em tecnologia de eletrodeposição na pintura, com mais de 750 milhões de veículos produzidos nos últimos 60 anos. A inovação atende as novas necessidades das plataformas dos carros eletrificados ou mesmo na produção atual de veículos. Vale destacar que o PPG EnviroPrime® EPIC300 pode ser utilizado nos processos atuais de eletrodeposição, sem alterações significativas nas instalações. Outros destaques são a possibilidade de redução de espessura da camada devido ao poder de penetração, incremento da velocidade de linha e ou redução de temperatura da estufa, permitindo redução da emissão de CO2.

“Inovação e sustentabilidade sempre andam juntas no mercado automotivo e este também é o foco da PPG”, conclui Zanete pois o futuro já começou.

Hyundai acena com US\$ 1,1 bi para Lula e fecha acordo com Grupo Caoa

Em uma reunião com o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, em 22 de janeiro, o CEO global da Hyundai, Euisun Chung, anunciou planos de investir US\$ 1,1 bilhão no Brasil até 2032. E mais ninguém ficou sabendo pelos canais de comunicação da empresa, que naquele momento simplesmente negou qualquer informação a respeito da visita de seu principal executivo ao País – em movimento estranho ao que vêm fazendo empresas que estão anunciando investimentos aqui.

Aporte até 2032 envolve renovação de produtos, produção de novos carros com parceiro brasileiro em Anápolis, importações e pesquisa e desenvolvimento com hidrogênio

Por André Barros | Colaborou Pedro Kutney

Chung, CEO da Hyundai, no Palácio do Planalto ao lado do presidente Lula e do vice Alckmin: aceno de US\$ 1,1 bilhão até 2032.



Divulgação/residência da República

O aporte da Hyundai, segundo informou em nota o Palácio do Planalto, será concentrado no desenvolvimento de carros híbridos, elétricos e movidos a hidrogênio verde. Ainda conforme divulgou a assessoria da Presidência da República Chung disse que os planos da companhia coreana convergem com o programa Mover, Mobilidade Verde e Inovação, anunciado pelo governo no fim do ano passado.

Mesmo sem saber exatamente no que os recursos serão aplicados Lula comemorou: "O País estável e com futuro recebe mais investimentos. É mais uma grande empresa crescendo em nosso País".

A Hyundai emprega cerca de 6,5 mil pessoas no Brasil e já investiu mais de US\$ 2,5 bilhões na fábrica de Piracicaba, SP, inaugurada em 2012, que hoje produz no topo de sua capacidade de 200 mil unidades/ano apenas três modelos: o hatch HB20, o sedã HB20S e o SUV Creta.

NOVO ACORDO COM A CAO A

Somente nas duas semanas seguintes a Hyundai começou a informar suas intenções, a começar pela celebração de um novo acordo com o Grupo Caoa, que desde 1999 detinha contrato de exclusividade de importações de carros da marca e também monta sob licença, desde 2007, veículos da coreana em sua fábrica de Anápolis, GO.

Pelo novo acordo a Hyundai assume suas importações e pagará uma comissão à Caoa por carro vendido. Assim a rede de concessionárias, que desde 2012 era dividida em produtos importados ou montados em Anápolis e os nacionais produzidos em Piracicaba, será unificada em 250 revendas que terão todo o portfólio da marca à disposição. O Grupo Caoa segue sendo o principal distribuidor, com 46 pontos que respondem pelo maior volume de vendas da Hyundai no País.

Na prática a Hyundai assumiu toda a operação de sua marca no mercado brasileiro, incluindo o pós-vendas, e também ganhou a possibilidade de produzir novos modelos. Pelo acordo o parceiro brasileiro fabricará novos modelos da coreana em Anápolis.



Cosseau (esq.) e Andrade Filho celebram novo acordo da Hyundai com a Caoa

A nova parceria deve colocar fim aos desentendimentos das duas empresas. Recentemente Hyundai e Caoa disputaram em uma corte arbitral da Alemanha a representação da marca no País, com a empresa de Carlos Alberto de Oliveira Andrade sendo a vitoriosa, com contrato de exclusividade de importações mantido até 2032.

Ao assumir suas próprias importações a Hyundai já montou planos para trazer mais modelos ao País. Até o fim do ano serão lançados dois SUVs, o Palisade e o elétrico Ioniq 5. Mais dois SUVs, o novo Kona em versões híbrida e elétrica, e o novo Santa Fe, também estão na mira, mas ainda sem data confirmada de chegada.

NOVOS MODELOS NACIONAIS

Dois novos modelos Hyundai já estão programados para entrar nas linhas de montagem da Caoa em Anápolis, a partir de 2025, juntando-se ao minicaminhão HR e ao SUV Tucson. Mas desta vez os dois carros foram escolhidos pela própria Hyundai, que agora assume toda a operação brasileira.

Contratar a produção da Caoa foi a alternativa encontrada pela Hyundai para



Divulgação/Hyundai



umentar a oferta de produtos nacionais sem precisar investir em uma nova fábrica, pois desde os primeiros anos o complexo de Piracicaba produz em capacidade máxima de 200 mil unidades/ano, sem espaço para crescer, como conta o presidente Airton Cousseau: "O gargalo está na pintura. É um investimento tão elevado que faria mais sentido construir outra fábrica. A indústria automotiva nacional ainda tem bastante ociosidade e o cenário de Piracicaba é único no Brasil. Então encontramos a oportunidade de preencher a capacidade de Anápolis, em parceria com a Caoa".

O plano, informa Cousseau, faz parte do ciclo de investimento de US\$ 1,1 bilhão, ou R\$ 5,5 bilhões, anunciado ao presidente Lula em janeiro. O executivo fez mistério quanto aos dois novos modelos para Goiás, mas admite que fazem parte do portfólio global da Hyundai: "A partir de agora seremos cada vez mais globais". O presidente também deixou claro que a intenção é competir em segmentos onde hoje a Hyundai não tem opções no Brasil.

SINERGIA

Cousseau afirmou que a unificação das operações abre espaço para diversas sinergias. Com a Caoa o cálculo é de R\$ 1 bilhão em importação, logística, vendas etc. Oportunidades também existem na cadeia de fornecedores. Hoje os modelos produzidos em Piracicaba têm índice de nacionalização de 55%, em média, mas o

executivo afirmou que a ideia é expandir para, no mínimo, 80%.

"Investiremos em engenharia para nacionalização de componentes, tarefa que não pode ser feita somente pela área de compras. E temos oportunidades de sinergias dos nossos fornecedores instalados em Piracicaba [boa parte deles do próprio Grupo Hyundai] com os da Caoa em Anápolis e vice-versa."

A Hyundai definirá quais modelos, versões e volume serão produzidos em Anápolis, mas a produção será feita pela Caoa, que será remunerada por cada unidade que sair das linhas de montagem. Há possibilidade de exportação a partir da unidade, embora nada esteja definido.

"Exportar é importante porque conseguimos nos proteger das oscilações do câmbio. Hoje, em Piracicaba, 10% do que produzimos vai para México, Colômbia, Argentina, Paraguai e Uruguai. Não conseguimos fazer mais porque temos toda a capacidade tomada."

HIDROGÊNIO

O desenvolvimento de novas tecnologias alternativas de propulsão e a expansão da força de pesquisa e de desenvolvimento deverão consumir a maior parte dos R\$ 5,5 bilhões que a Hyundai promete aplicar aqui até 2032. Um projeto, em especial, faz brilhar os olhos da direção e deixou o CEO global Euisun Chung entusiasmado: a produção de hidrogênio a partir do etanol para abastecer

Palisade, Ionic 5, Santa Fe e Kona (da esq. à dir.): os primeiros modelos importados pela Hyundai após o fim da exclusividade da Caoa.



carros elétricos equipados com células de combustível.

Não à toa Chung presenteou Lula com uma miniatura do N Vision 74, modelo elétrico alimentado por hidrogênio de alto desempenho da Hyundai, com 680 cv e design inspirado no Pony Coupe, o primeiro carro produzido pela fabricante coreana, em 1974.

Com quase vinte anos acumulados de pesquisa e aplicação do hidrogênio em veículos na Coreia do Sul a Hyundai enxerga no Brasil oportunidade de ouro para dar passos à frente na descarbonização com o biocombustível aliado à eletrificação:

"Um dos grandes problemas do hidrogênio é o armazenamento e o transporte", pondera Airton Cousseau. "Com o etanol podemos fazer a transformação no posto de combustível, eliminando boa parte desses entraves".

Para dar sequência às pesquisas a Hyundai brasileira criou uma divisão focada no hidrogênio e nomeou Anderson Suzuki para liderá-la. Na visita de Chung a companhia assinou acordo com a USP, Universidade de São Paulo, para integrar projeto do qual a Toyota também faz parte. Nas próximas semanas um Nexo, veículo elétrico movido a hidrogênio, chegará ao País para integrar os testes do projeto.

Na Coreia do Sul, sede da Hyundai, o uso de hidrogênio em veículos vem crescendo, especialmente no segmento de transporte de cargas e passageiros. A com-

panhia mantém uma fábrica de células de combustível já pensada para exportação.

HÍBRIDO FLEX E MAIS 100 ENGENHEIROS

Mais para o curto prazo a Hyundai introduzirá em sua linha motores híbridos flex. Dentro do ciclo de investimento, segundo Cousseau, está planejada a expansão da produção de motores em Piracicaba, SP. Hoje a fábrica produz 70 mil motores 1.0 aspirados por ano e a ideia é montar conjuntos híbridos flex na unidade, que podem equipar a linha atual de veículos produzidos na fábrica ao lado.

"Nossa prioridade, hoje, é a tecnologia híbrida flex. Por isto o grosso do investimento será aplicado em tecnologia, pois queremos dar passos à frente na descarbonização em linha com o que o Programa Mover propõe."

Ainda dentro da proposta do Mover a Hyundai pretende contratar ao menos cem engenheiros para reforçar sua área de pesquisa e desenvolvimento, hoje formada por 39 profissionais. A ideia de Cousseau é ter áreas de desenvolvimento focadas em localização de peças, para trabalhar junto com a área de compras, de chassis, de conectividade, de homologação e emissões e de novos motores.

"A engenharia brasileira é muito boa e, comparada com a europeia ou a dos Estados Unidos, relativamente barata. Vamos inserir a nossa área de P&D na Hyundai global e ter mais gente aqui é fundamental por causa das oportunidades com o etanol." ■

Vista aérea da fábrica da Toyota em Sorocaba: espaço para dobrar de tamanho.



Divulgação/Toyota

Toyota separa R\$ 11 bi para o Brasil mas rifa fábrica de Indaiatuba

Recursos serão investidos, até 2030, para dobrar capacidade da planta de Sorocaba, lançar novos produtos e nacionalizar sistema híbrido

Por Soraia Abreu Pedrozo

A Toyota ampliou para R\$ 11 bilhões o investimento na operação brasileira, contemplando duas de suas três unidades produtivas, em Sorocaba e Porto Feliz, ambas no Interior paulista. O maior aporte já investido pela empresa em sua história de quase sete décadas no Brasil será aplicado no período 2024-2030.

Mas não sem perdas: a produção do sedã Corolla será toda transferida para Sorocaba de forma gradual de 2025 a 2026, o que implica na desativação da fábrica de Indaiatuba, SP, a sua mais antiga em atividade no País, inaugurada em 1998. Esta, portanto, será a segunda unidade produtiva fechada pela Toyota aqui após o encerramento das atividades, no fim de 2023, da antiga planta de São Bernardo do Campo, berço da indústria automotiva no ABC paulista, onde a companhia iniciou sua jornada internacional com a primeira fábrica fora do Japão, em 1962.

O novo investimento foi anunciado em 5 de março, em evento fechado para autoridades, sem a presença da imprensa. Dos R\$ 11 bilhões divulgados R\$ 9,3 bilhões são novos. Segundo a empresa R\$ 5 bilhões serão injetados na fabricação de dois novos veículos híbridos flex no País, sendo um deles o SUV compacto – referente ao aporte de R\$ 1,7 bilhão já divulgado há

quase um ano, para financiar a produção local do Yaris Cross, que começará no fim deste ano com chegada ao mercado prevista para o início de 2025.

O outro modelo, embora a montadora diga que o modelo desenvolvido especialmente para o País "será revelado oportunamente", é uma picape média-compacta com produção prevista para 2027, para fazer frente a concorrentes como Fiat Toro, Chevrolet Montana e Renault Oroch, conforme o Sindicato dos Metalúrgicos de Sorocaba e Região informou em primeira mão à Agência AutoData.

FOCO NA ELETRIFICAÇÃO

O plano da Toyota é focar em veículos eletrificados. Por isto o investimento inclui o aumento do processo de localização do sistema de tração híbrido flex, hoje importado da matriz no Japão para equipar as versões híbridas do Corolla e do Corolla Cross, lançados no Brasil em 2019 e 2021.

A partir de 2025 a intenção é montar o sistema na fábrica de motores de Porto Feliz e, a partir de 2026, existe a previsão da montagem de baterias em Sorocaba, para equipar os veículos híbridos fabricados no Brasil, o que pode incluir uma versão plug-in, já em testes – este tipo de eletrificação permite a recarga da bateria pelo motor e pela rede elétrica, o que garante maior autonomia com tração 100% elétrica.

FIM EM INDAIATUBA

Como parte significativa do investimento será aplicada na ampliação da fábrica de Sorocaba, para concentrar lá toda a produção de veículos da empresa no Brasil, a unidade de Indaiatuba fechará as portas, conforme confirmou a empresa em comunicado, no início de março: "Para efetivar essa significativa expansão será necessário construir novas instalações no local, para as quais serão transferidas as operações produtivas de Indaiatuba. Isto ocorrerá de forma gradual, a partir de meados de 2025, com conclusão prevista para o fim de 2026".

A intenção, garante a Toyota, é que 100% dos trabalhadores sejam transferi-

dos para Sorocaba, distante de Indaiatuba cerca de uma hora e meia: "Ao fim deste processo teremos um saldo positivo de quinhentos empregos gerados até 2026, e de 2 mil postos de trabalho até 2030, além de 8 mil postos indiretos de trabalho gerados a partir do investimento".

Hoje, em Indaiatuba, trabalham em torno de 2 mil pessoas. Ou seja: considerando a possibilidade de todos serem transferidos haverá, na realidade, uma realocação dos empregados sem a geração de novos postos de trabalho.

Mesmo assim o presidente do sindicato de Sorocaba, Leandro Soares, apoiou o efeito em cadeia, uma vez que a cada emprego em montadora são gerados até sete indiretos, com potencial de 10 mil a 14 mil empregos na cadeia produtiva, sendo que somente nas sistêmicas instaladas ao lado da planta são 6 mil profissionais.

De acordo com Soares a Toyota já está discutindo a questão com os empregados: "Está em processo de negociação a possibilidade de eles virem para Sorocaba". O sindicalista disse que caberá ao sindicato local assegurar que esses trabalhadores sejam beneficiados com essa transferência, "acima de tudo mantendo seus postos, seus direitos e seus benefícios, assim como aconteceu quando foi comunicada a transferência das atividades de São Bernardo do Campo para Sorocaba".

Alckmin foi a Sorocaba para anúncio oficial do investimento: mais R\$ 11 bilhões para a conta do MDIC.



Divulgação/Valdênio Vieira/SEAUD

A Toyota também já iniciou conversas com a Prefeitura de Indaiatuba para, segundo a empresa, dar nova destinação ao complexo industrial e seu terreno após o encerramento da produção de veículos. A fábrica não está desatualizada, pois recebeu importantes modernizações ao longo de seus 25 anos de operação.

A planta é completa: tem estamparia, solda, pintura e montagem final. Em 2018 foi aprovado o mais recente investimento na unidade, de R\$ 1 bilhão, para introdução da plataforma global TNGA, Toyota New Global Architecture, sobre a qual foi montada a mais nova geração do sedã Corolla, lançado em 2019, incluindo uma versão híbrida flex, o primeiro carro eletrificado produzido no Brasil. O que falta à Toyota em Indaiatuba é mais espaço para crescer, pois as linhas estão tomadas, o que deve ter motivado a mudança das atividades para Sorocaba.

O DOBRO EM SOROCABA

Soares estima que o reflexo direto do investimento em Sorocaba será dobrar de 200 mil para 400 mil veículos/ano a capacidade de produção da fábrica. Na verdade, quando a Toyota comprou

o terreno e iniciou as obras, em 2010, o projeto já previa espaço para dobrar a área construída.

Segundo comunicou a Toyota, o governo federal teve grande importância para aprovar o investimento com programas como o NIB, Nova Indústria Brasil, o Mover, Mobilidade Verde e Inovação, e o compromisso com a reforma tributária, considerados fundamentais para garantir os novos aportes.

Presente ao evento que confirmou o investimento o vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, avaliou que o investimento demonstra confiança no Brasil: "A Toyota é a maior montadora do mundo e é a campeã na eletrificação e nos híbridos flex. Acho que esse é o grande diferencial brasileiro, ter o carro eletrificado, mas também ter o flex".

Alckmin lembrou que esteve na cerimônia que deu início às obras da fábrica de Sorocaba: "Quinze anos atrás era um terreno às margens da Castello Branco. Ver hoje este complexo industrial, na ponta da tecnologia, trabalhando em três turnos, com mais de 3 mil funcionários, é um avanço extraordinário". ■





EXPERIMENTE A INOVAÇÃO

**Novo Renault Kardian
dirigido pela tecnologia Marelli**



ILUMINAÇÃO, AMORTECEDORES, EXAUSTÃO

Comprometidos com o futuro da mobilidade



MARELLI.COM



Toyota sobe ao posto de maior exportadora

Em 2023 a empresa exportou quase 40% de sua produção brasileira para 22 países da América Latina e do Caribe

Por André Barros | Colaborou Pedro Kutney

Ao assumir a presidência da divisão da América Latina e Caribe da Toyota, em meados de 2013, Steve St Angelo se surpreendeu: apesar de produzido em Indaiatuba, SP, desde 1998, o sedã Corolla que era vendido na maior parte dos quarenta países da região sob sua supervisão vinha importado de uma fábrica da empresa no Mississippi, Estados Unidos. A unidade paulista abastecia apenas os mercados do Brasil e da Argentina.

Assim, naquele ano, as exportações da Toyota do Brasil somaram 19,6 mil unidades e representaram apenas 15% de sua produção nacional – e meros 3,5% do total de veículos exportados pelas fabricantes instaladas aqui.

Dez anos depois – e cinco após a aposentadoria de St Angelo, que deixou o Brasil em 2018 –, a subsidiária brasileira da Toyota enviou para 22 países 82,4 mil unidades de Corolla, Corolla Cross, Etios e Yaris, ou quase 40% de tudo que produziu em 2023 nas duas fábricas paulistas de Indaiatuba e Sorocaba. Nenhuma outra montadora superou este volume no ano passado, quando pela primeira vez na história a Toyota superou a Volkswagen e tomou desta o posto de maior exportadora de veículos, respondendo por expressivos 20% das exportações do setor, ou uma a cada cinco unidades embarcadas.



Divulgação/Toyota

Apesar do marco histórico alcançado as exportações da Toyota do Brasil recuaram 13,6% em 2023 sobre 2022, quando a fabricante somou seu maior volume anual exportado do País, 95,4 mil unidades, equivalente a 42,6% da produção anual. Ainda assim o tombo foi menor do que a queda média de 16% das exportações brasileiras de veículos no ano passado, que somaram 403,9 mil.

POLO EXPORTADOR

Foi necessário muito foco para superar a situação encontrada por St Angelo há dez anos e dar o longo salto que levou a Toyota do Brasil da irrelevância para

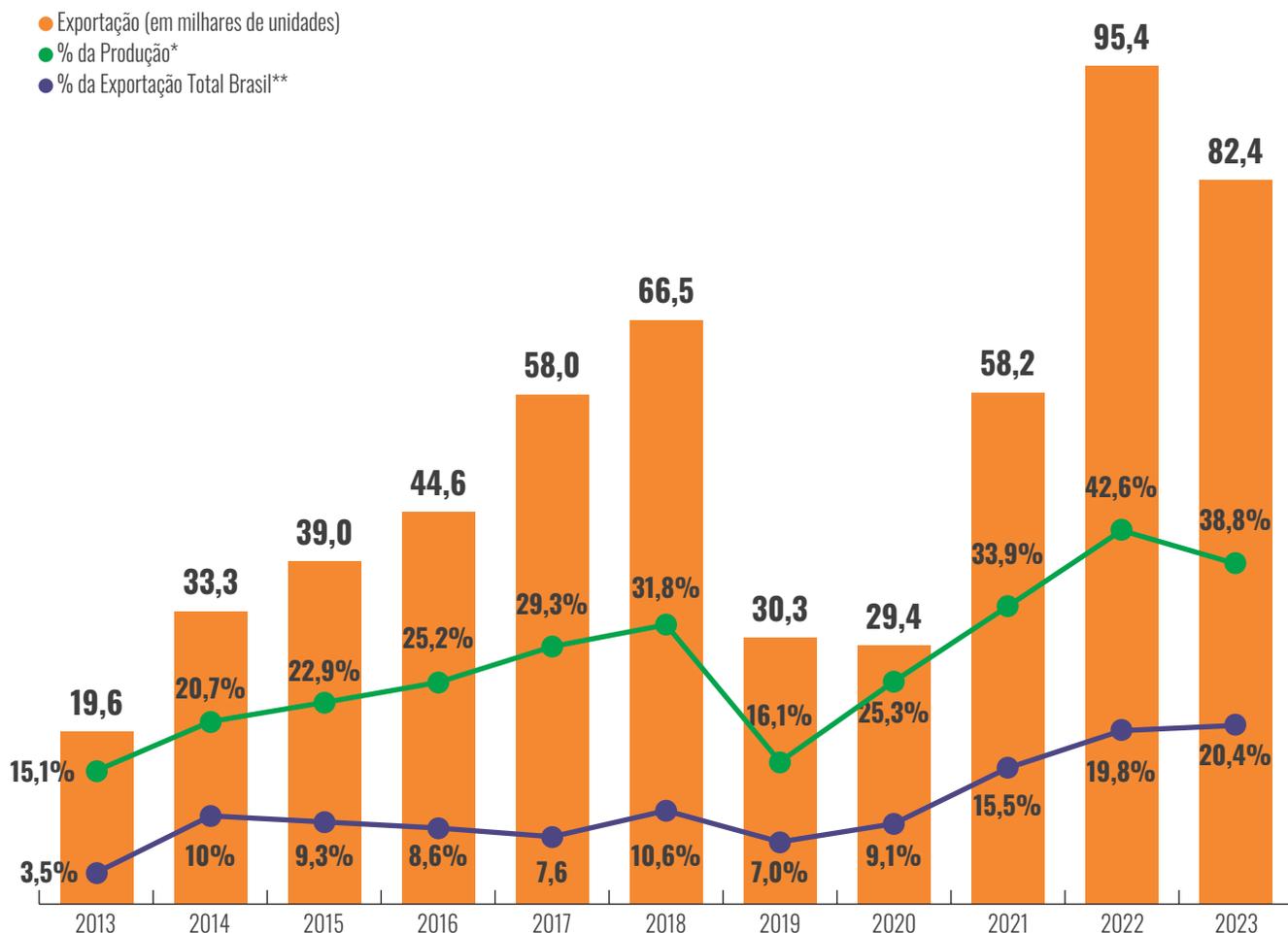
a liderança de exportações. Em 2013, apesar de parecer irracional deixar de exportar a produção brasileira para países vizinhos, o próprio executivo chefe pôde comprovar que, mesmo geograficamente mais próximo desses mercados, os custos brasileiros de produção e logística eram superiores aos de trazer o Corolla pronto dos Estados Unidos, adicionando as despesas de frete.

Apesar de ter sido a primeira operação industrial da Toyota fora do Japão a subsidiária brasileira sempre teve pouca ou nenhuma relevância internacional para a empresa, que só começou a produzir no Brasil o seu Corolla, o carro mais vendido

do mundo, a partir de 1998 – e, mesmo assim, com vistas a abastecer somente os crescentes mercados do Mercosul.

St Angelo não se deu por vencido. Ele definiu que uma das missões de sua equipe, quase uma obsessão a partir daquele momento, era tornar a Toyota do Brasil um polo exportador para os mercados de sua região. Desde então as exportações da subsidiária brasileira não pararam de crescer e em 2018, no seu último ano de Brasil, a empresa já tinha dado um salto importante: exportou 66,5 mil veículos, ou quase 32% de sua produção anual, e 10% das exportações brasileiras de veículos daquele ano.

O salto das exportações da Toyota em uma década



* Percentual do total produzido pela Toyota no Brasil / ** Percentual do total de veículos exportados do Brasil

A perseguição perseverante do objetivo estratégico de exportar tornou a Toyota do Brasil mais eficiente e muito menos ociosa ao longo da última década, ganhando certa imunidade às quedas do mercado brasileiro. A exportação de quase 40% da produção, em 2023, não deixou espaços vazios nas fábricas brasileiras, especialmente em Sorocaba, que voltou a operar em três turnos – algo raro no mundo Toyota.

O percentual em si de 40% da produção exportados é algo digno de nota, pois a média histórica do setor, no Brasil, é de 15%, destaca Roberto Matarazzo Braun, diretor de comunicação corporativa e ESG da companhia.

Além de ocupar melhor as fábricas a exportação tem como objetivo criar um hedge natural para as flutuações cambiais e proteger a Toyota local de eventuais subidas do dólar, o que eleva o custo das peças importadas. Mesmo que de 60% a 70% dos componentes usados nos veículos produzidos pela Toyota brasileira sejam locais ainda existe a necessidade de importar alguns sistemas – como por exemplo o conjunto híbrido que equipa o Corolla e o Corolla Cross.

VIRADA REGIONAL

A grande virada do volume de exportação da Toyota começou em 2021, com o lançamento do Corolla Cross. Foi o primeiro veículo produzido no Brasil já com planos de ser exportado para mais de duas dezenas de mercados. Desde o seu lançamento partiu para Argentina, Aruba, Bahamas, Belize, Bolívia, Chile, Colômbia, Costa Rica, Curaçao, República Dominicana, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, St Maarten, Uruguai e Venezuela.

Em 2022 foram exportados 37,3 mil Corolla Cross, o maior volume para um Toyota made in Brazil na história. No ano passado 31,7 mil unidades do SUV cruzaram as fronteiras brasileiras. Em paralelo cresceram também os volumes de outros modelos, como Corolla, Yaris e Etios – este último produzido só até agosto de 2023 exclusivamente para exportação.

“Passamos a desenvolver produtos com as configurações pensadas para atender a região como um todo”, diz Braun. “Estamos exportando automóveis equipados, com elevado índice de segurança e tecnologia. Aos poucos fomos crescendo e conquistando espaço.”

A Toyota também foi a primeira a produzir e exportar carros híbridos na região: “Fomos pioneiros na exportação de modelos eletrificados. Hoje abastecemos a América Latina com Corolla e Corolla Cross híbridos. A única diferença destes modelos para os vendidos no Brasil é que eles não possuem a tecnologia flex [rodam só com gasolina].”

Foi desenvolvido também, dentro deste conceito, o próximo lançamento da Toyota aqui, um SUV compacto que, segundo fontes não oficiais, será o Yaris Cross. A expectativa é que sejam exportadas também versões a combustão e híbridas para os demais mercados latino-americanos – o que ajudará a recompor volume de exportação perdido desde que o Etios parou definitivamente de ser produzido. O compacto inaugurou a produção da fábrica de Sorocaba, em 2012, e foi mantido em linha mesmo depois de deixar de ser vendido no Brasil, em 2021, justamente para atender a demandas do Exterior. No ano passado foram exportadas 22 mil unidades do Etios para Argentina, Paraguai, Uruguai e Peru.

Braun antecipou para AutoData que, em algum momento do primeiro trimestre, a Toyota Brasil superará a marca de 700 mil veículos exportados em sua história. Além dos automóveis a companhia envia para os Estados Unidos motores produzidos em Porto Feliz, SP.

Hoje aposentado na Florida, St Angelo deve olhar para os resultados de exportações da Toyota em 2023 e sorrir. Mas ainda não está completamente satisfeito: em 2014 ele disse que seu sonho era exportar veículos para os Estados Unidos. Hoje para lá só vão motores produzidos em Porto Feliz, SP. Quem sabe, em mais alguns anos, os carros nacionais também seguirão para lá? ■

Tecfil®

**O FILTRO
ORIGINAL
DO
BRASILEIRO**

- ✓ *A maior fabricante de Filtros da América Latina*
- ✓ *Fornecedora das Principais Montadoras no Brasil*
- ✓ *Brasileira como você!*



 Indústria Brasileira

Máquinas foram enfileiradas no local onde serão construídos os novos prédios de produção da BYD no complexo de Camaçari: produção em SKD prometida para iniciar até dezembro.



BYD vai construir fábrica do zero e amplia investimento

Empresa iniciou obras de novos prédios no mesmo terreno da antiga planta da Ford em Camaçari e promete iniciar produção até o fim do ano. E duas semanas depois anunciou aumento do aporte no País de R\$ 3 bilhões para R\$ 5,5 bilhões.

Por André Barros, de Camaçari, BA, e Leandro Alves

Após alguns momentos de tensão quando se soube que, em fevereiro, o complexo industrial de Camaçari, BA, repassado pela Ford ao governo da Bahia em dezembro, ainda não pertencia oficialmente à BYD, que anunciara sua instalação naquele Estado e naquela planta em setembro de 2023, a fabricante chinesa fez manobra rápida para garantir a produção de seus carros eletrificados em solo baiano.

Em 5 de março a montadora finalmente assinou com o governo baiano o contrato de transferência do terreno e, para surpresa geral, chamou autoridades e a imprensa

para mostrar o começo das obras civis da futura fábrica da companhia, que será erguida do zero.

Apenas duas semanas depois, nova surpresa: a BYD anunciou substancial elevação de seu investimento, que dos originais R\$ 3 bilhões passaram a R\$ 5,5 bilhões. A empresa justifica informando que os recursos serão utilizados para acelerar a construção de suas instalações industriais e nacionalizar um powertrain híbrido flex, com a contratação de mais engenheiros no País.

O acordo para a BYD ficar com o complexo que foi da Ford existia desde o ano passado mas o antigo proprietário, que



Divulgação/BYD

encerrou atividades industriais no Brasil em 2021, não quis revender o terreno diretamente à companhia chinesa e fechou transação com o Estado da Bahia apenas no início de dezembro, o que obrigou o governo estadual a abrir licitação para repassar o ativo. Isto abriu a brecha para a Lecar, fabricante brasileira de veículos elétricos que ainda não produz nada, que cerca de uma semana antes de a BYD concluir o negócio manifestou interesse na planta.

O movimento da Lecar levantou dúvidas sobre as reais intenções da BYD, que já tratava do complexo como se fosse seu. O governo baiano, por obrigação legal, até orientou o novo pretendente em como participar da licitação e o dono da Lecar,

Flávio Figueiredo Assis, chegou a visitar as instalações e inspecionou o maquinário. Mas no fim foi honrado o acordo com a BYD, que pagou R\$ 287,8 milhões pela compra do terreno de 4,6 milhões de m².

FÁBRICA NOVA

Todos esperavam que os antigos prédios da Ford, inaugurados no complexo em 2001, fossem reaproveitados à medida que a planta foi toda pensada para produzir veículos. No entanto a empresa decidiu construir novas instalações, do zero.

Segundo a BYD a ampliação do investimento para R\$ 5,5 bilhões inclui a construção de novos prédios de produção em área de 1 milhão de m² ainda não ocupada do terreno em Camaçari. A capacidade inicial será 150 mil unidades/ano, inicialmente com muitas peças importadas da China, para montagem dos modelos elétricos Dolphin, Dolphin Mini e Yuan Plus, além do híbrido plug-in Song Plus. Mas a fabricante diz que já está no plano dobrar a capacidade para até 300 mil/ano.

Assim as edificações que foram construídas pela Ford, segundo o conselheiro Alexandre Baldy, serão usadas por fornecedores de componentes: "Nosso plano é atrair fornecedores nacionais e internacionais para termos ao menos 70% de conteúdo local em até cinco anos", afirmou na cerimônia realizada no complexo em 5 de março, com a presença do governador baiano, Jerônimo Rodrigues, e do presidente da BYD Brasil, Tyler Li.

Baldy voltou a confirmar um objetivo que, com a demora normal para se construir fábricas do zero, parece bastante difícil de ser cumprido: "Até o fim do ano pretendemos produzir o primeiro veículo em Camaçari". O cronograma é apertado, mas o chairman garantiu já ter em mãos licenças ambientais provisórias e espera, em breve, conseguir as definitivas.

De acordo com o executivo a decisão de construir do zero ocorreu pelo fato de a Ford ter prazo até outubro para retirar equipamentos da área e a BYD tem pressa. Baldy confirmou que ainda existem máquinas da montadora nos prédios.



Tyler Li, presidente da BYD Brasil, assina o contrato de compra do complexo de Camaçari: R\$ 287,8 milhões.



Vista aérea do complexo de Camaçari: edificações da Ford serão utilizadas por fornecedores da BYD em Camaçari. No mapa do complexo, em laranja claro e escuro, os novos prédios que serão construídos.

O governador Rodrigues prometeu empenho da administração pública para ajudar a BYD na construção e demonstrou confiança no curto prazo informado pela empresa para colocar a linha de montagem funcionando: "Fui a Shenzhen, na China, onde uma fábrica produziu seu primeiro veículo nove meses após a pedra fundamental".

A direção da BYD também anunciou que dentro do investimento cinco prédios residenciais serão construídos para alojamento dos funcionários das fábricas. Eles ficarão a 3,5 km de distância do complexo, em uma área de aproximadamente 81 mil m² e poderão abrigar 4 mil 230 pessoas.

ETAPAS

A primeira etapa da fábrica brasileira da BYD prevê a produção dos veículos em regime SKD, com partes importadas parcialmente montadas e pintadas, e gradativamente as operações e componentes serão nacionalizados. Baldy disse que a ideia é alcançar 70% de nacionalização, com fornecedores próximos: "Queremos ter o maior número possível de parceiros próximos à fábrica, gerando 10 mil empregos".

Empresa e governo estadual assinaram contrato prevendo o avanço destas etapas, segundo Rodrigues, o que credenciou a BYD a receber incentivos estaduais: "O contrato de transferência, assinado hoje [5 de março], foi publicado no Diário Oficial. Prestaremos contas à população a cada etapa".

Existem ainda alguns nós a serem desatados como, por exemplo, o uso do porto para importação de peças e exportação de veículos. Em Aratu existe um terminal privado da Ford, e a intenção era repassá-lo à BYD, mas alternativas estão sendo estudadas.

Em uma próxima etapa, que demandará mais investimentos, a ideia é instalar uma unidade no complexo para processar lítio e fosfato de ferro, matérias-primas de baterias, que hoje a BYD monta em Manaus, AM, para seus chassis de ônibus elétricos produzidos em Campinas, SP. ■

VOCKAN

**ERP QAD está presente
em 70% dos 100 maiores
fornecedores
automotivos globais**

QAD BR⁺

**Melhora a visibilidade
da supply chain**

**Processos Globais
Consistentes**

**Adaptado a
demanda volátil**

**Compliance regulatório
no setor automotivo**

Conheça mais a **VOCKAN**
acessando ao QR code abaixo



VOCKAN distribuidor
exclusivo QAD

Dolphin Mini chega com ambições máximas



Divulgação/BYD

Carro elétrico de entrada da fabricante chinesa por R\$ 115,8 mil será produzido na Bahia e tem a pretensão de participar com 25 mil dos 120 mil veículos que a BYD projeta vender este ano no Brasil

Por André Barros

Por decepcionantes R\$ 115,8 mil – o mercado esperava por preço abaixo de R\$ 100 mil – a BYD começou a vender no Brasil, no fim de fevereiro, o Dolphin Mini, que apesar da identidade diminutiva tem a máxima ambição de se tornar o primeiro carro elétrico de muitos brasileiros – e por certo o seu primeiro ou segundo produto mais vendido. O modelo, que nasceu na China como Seagull, aqui herdou o nome do irmão maior Dolphin, do qual também espera herdar o mesmo

sucesso como veículo a bateria mais vendido do mercado brasileiro.

Lançado no Brasil em meados de 2023, por R\$ 150 mil, o Dolphin causou rebuliço no mercado ao puxar para baixo os preços de concorrentes e tornando-se rapidamente o carro elétrico mais vendido do País, com 6,8 mil emplacamentos no ano. Em apenas seis meses no mercado e com muita propaganda na TV o modelo vendeu quase o triplo do segundo colocado da categoria, o Volvo XC40. Agora, com o Dol-

phin Mini mais barato e o mesmo barulho publicitário, espera-se que a demanda seja ainda maior.

“O Dolphin revolucionou o mercado de carros elétricos do Brasil em um curto espaço de tempo. Agora chega o Dolphin Mini, que antes mesmo de ser lançado já causou um grande alvoroço e enorme expectativa no mercado brasileiro”, avalia Tyler Li, presidente da BYD Brasil. “O carro traz uma nova proposta urbana, com soluções inovadoras, tecnologia, alta eficiência energética e excelente relação custo/benefício.”

Antes mesmo de o carro chegar às concessionárias a procura foi forte, ao se levar em conta as cerca de 7 mil reservas que o Dolphin Mini recebeu nos quatro últimos dias de fevereiro, quando a BYD abriu a venda com desconto de R\$ 10 mil na plataforma digital do Mercado Livre e, no dia 29, sustentou a oferta também nas suas 59 concessionárias no País. Ou seja: muitos compradores fecharam negócio antes mesmo de ter contato físico com o carro, mas sabe-se que é comum neste caso muitos concessionários adiantarem as compras para aumentar seus ganhos.

Com este preço o Dolphin Mini não será o elétrico mais barato do mercado brasileiro, como era esperado, mas as especulações produziram efeitos: a Renault abaixou para R\$ 99,9 mil o valor pedido pelo Kwid E-Tech, também importado da



China, que assim tornou-se o elétrico mais em conta do País. Outros importadores estão reduzindo preços a cada novo movimento da BYD.

ALTA EXPECTATIVA

A BYD aposta alto no Dolphin Mini e projeta a entrega de até 10 mil unidades do compacto elétrico já nos primeiros sessenta dias de vendas. É certo que os volumes poderão crescer mais se a empresa trazer a versão com bateria e autonomia pouco menores, já vista por concessionários, esta sim por preço na casa dos R\$ 100 mil.

Segundo o diretor de vendas Henrique Antunes a expectativa inicial era vender 25 mil unidades do Dolphin Mini este ano: “Será o nosso carro de maior volume. Mas já estamos revendo [para cima] este número com o desempenho dos primeiros dias. Temos condições de atender ao mercado caso haja demanda maior”.

Um dos públicos que a BYD pretende atingir é o de motoristas de aplicativos. Para isto fechou parceria com a 99, que por seis meses cobrará taxa menor, de 9,99% por corrida, dos motoristas que comprarem um Dolphin Mini. Quem adesivar o carro terá taxa zero. O Banco Santander e a Porto Seguro também aderiram à ideia e oferecem condições especiais para financiamentos e seguro.

Também espera-se por redução de preços após a nacionalização do carro, que segundo o chairman Alexandre Baldy será produzido em Camaçari, BA. Ainda que pareça inatingível o objetivo é dar início à produção nacional no último trimestre deste ano.



PEQUENO NOTÁVEL

Apesar do nome o Dolphin Mini tem porte superior ao dos demais compactos do mercado, como Fiat Mobi e Renault Kwid. Seu entre-eixo tem 2m50, 8 cm acima do Kwid E-Tech, o que garante pouco mais espaço para as pernas de quem vai atrás. Com 1m71 de largura e 3m78 de comprimento é apenas 34,5 cm menor do que o Dolphin. O porta-malas é pequeno, de 230 litros, mas ainda assim maior que o do Mobi.

No banco de trás – forçando a amizade como é comum em carros deste tamanho no Brasil – até cabem cinco pessoas, mas como só há dois cintos de segurança e dois encostos de cabeça o carro foi homologado para quatro ocupantes.

“Estamos estudando uma versão com cinco lugares. Depende de homologação e de conseguir manter o conforto para os passageiros traseiros”, diz o diretor Antunes. “Na China só existem opções de quatro lugares. Seria uma configuração inédita.”

Internamente o Dolphin Mini oferece bom pacote tecnológico. Como já é marca registrada dos carros da BYD o compacto também tem fixado no centro do painel uma grande tela flutuante de 10 polegadas da central multimídia, com rotação elétrica de 90 graus, para ser posicionada na vertical ou horizontal. O carro tem conexão 4G e armazenamento de dados em nuvem. O quadro de instrumentos está concentrado em uma tela LCD de

7 polegadas bem atrás do volante. Há ainda carregador do smartphone sem fio, por indução, e ajuste elétrico do banco do motorista.

Montado sobre a mesma plataforma do Dolphin o compacto também tem bom pacote de segurança, com seis airbags e sistemas de auxílio à condução como assistente de partida em rampa, controle de velocidade de cruzeiro, além de câmara de ré automática. O Dolphin Mini também vem equipado com freios ABS regenerativos a disco nas quatro rodas e controle eletrônico de estabilidade e tração.

O motor elétrico do Dolphin Mini tem potência de 75 cv e torque máximo de 135 Nm. Segundo a BYD o modelo acelera de 0 a 100 km/h em 14,9 segundos e chega à velocidade máxima de 130 km/h.

A autonomia da bateria de 38 kWh, segundo medição do Inmetro, é de 280 quilômetros. O carro pode ser recarregado em qualquer tomada comum, garante a empresa, que também promete a maior eficiência energética do País, superando o Dolphin: segundo a BYD o Dolphin Mini tem consumo energético de apenas 0,41 MJ/km, o equivalente ao consumo 70 km/litro de um veículo movido a gasolina.

META OUSADA DE VENDAS

Com o híbrido plug-in Song Plus e agora oito modelos 100% elétricos já à venda no País – somando Dolphin Mini, Dolphin, Dolphin Plus, Seal, Yuan Plus, Han e Tan, além do D1 exclusivo para motoristas de aplicativo – a BYD planeja diversificar ainda mais seu portfólio e lançar mais modelos.

Neste que deverá ser seu último ano atuando no Brasil apenas como importadora a BYD projeta vender 120 mil unidades, segundo o diretor de vendas Henrique Antunes: “Nossa meta é alcançar 5% de participação ainda em 2024”.

Para se ter ideia de grandeza o nível de 120 mil unidades foi o volume comercializado por Jeep e Renault no ano passado. E o número pode crescer ainda mais com a nacionalização já prometida de Song Plus, Dolphin, Dolphin Mini e Yuan Plus. ■



**PORQUE TODA MUDANÇA,
PEDE UMA GRANDE PARCERIA.**



Obrigado Renault por escolher
a Itaesbra para esse projeto incrível.

LinkedIn



ITAESBRA

Parte do seu futuro



Pirelli investe mais R\$ 350 milhões na operação brasileira

Recursos serão utilizados em centro de pesquisa e novo armazém em Campinas

Por André Barros, de Campinas, SP

A Pirelli anunciou investimento de R\$ 350 milhões em sua operação brasileira. Segundo o CEO para a América Latina, Cesar Alarcon, R\$ 200 milhões serão aplicados em novo laboratório de pesquisa e de desenvolvimento e em um novo armazém, outros R\$ 150 milhões são para a compra da Hevea-Tec, fornecedor de borracha natural adquirido em julho do

ano passado e cuja negociação foi aprovada pelo CADE, Conselho Administrativo de Defesa Econômica, no início deste ano.

O anúncio foi feito em 13 de março, na fábrica de Campinas, SP, classificada por Alarcon como "centro nevrálgico" da operação latino-americana da Pirelli. A produção de pneus da unidade é direcionada a automóveis, comerciais leves, motocicletas

e carros de competições esportivas. Com o investimento foi agregado ao complexo no Interior paulista um centro de pesquisa e um laboratório de testes, que trabalham em paralelo com o central em Milão, Itália.

Agora já é possível desenvolver um pneu do zero em Campinas, mas sempre com apoio da matriz: "Não produzimos apenas pneus aqui, pois mantemos um polo de tecnologia e de inovação. Somos capazes de exportar tecnologia além de pneus. Hoje um terço da nossa produção vai para diferentes mercados, como o dos Estados Unidos".

O laboratório já está em operação desde o início deste ano. Trabalha em conjunto com o Circuito Pan-Americano, de Elias Fausto, SP, um dos maiores campos de provas automotivas da América Latina, onde são feitos diversos testes em campo da Pirelli e de outras empresas, inclusive fabricantes de veículos. Assim a Pirelli avança em desenvolvimento de tecnologia na América do Sul.

CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Em terreno anexo à fábrica está sendo erguido a outra parte do investimento, o novo centro de distribuição, que ocupará área de 56 mil m². Em cerimônia no dia 13 de março, com a presença do prefeito de Campinas, Dário Saadi, foi assentada a pedra fundamental do empreendimento, construído em parceria com Galápagos, TZI e Monto Engenharia.

As obras já começaram – estão na fase da terraplenagem. A intenção é que em catorze meses o armazém seja inaugurado, com capacidade para 800 mil pneus. "Em Campinas teremos tudo: a produção de

pneus, laboratórios de desenvolvimento e o armazém", observa o CEO da Pirelli América Latina.

MAIS INVESTIMENTOS

Alarcon disse que o investimento anunciado independe do Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação. Ele elogiou a iniciativa e deu a entender que abre oportunidades para a atração de mais investimentos no futuro: "Nos últimos seis anos investimos mais de R\$ 2 bilhões no Brasil. Já acreditávamos no potencial antes do programa, que foi também uma excelente notícia".

O executivo ressaltou, porém, a dificuldade que a indústria brasileira de pneus vem passando com o avanço das importações, especialmente de produtos chineses. Ele acusou a prática de dumping de alguns fabricantes asiáticos: "É uma prática prejudicial para a indústria, que pode afastar investimentos e tirar empregos. Prejudica a Receita Federal, com perda de arrecadação, e o meio-ambiente, porque estes importadores não têm a obrigação de retirar estes pneus de circulação e destiná-los de forma correta. Hoje nenhum pneu produzido no Brasil vai para aterros sanitários: é transformado em matéria-prima para outras atividades".

Alarcon disse que o governo está atento à questão e as negociações ocorrem no âmbito da Anip, a associação que reúne os fabricantes de pneus no País. Ele reforçou, porém, que a análise de novos investimentos passam por essa questão: "O Brasil é competitivo para produzir pneus mas temos a concorrência forte do México, por exemplo". ■





Um titã na briga das picapes médias

O nome Titano foi escolhido justamente para transmitir a imagem de robustez e desempenho para a primeira picape deste porte da Fiat no Brasil

Por Leandro Alves, da Chapada dos Guimarães, MT

Com apenas três anos de existência a Stellantis ainda é considerada um bebê pelo seu CEO Carlos Tavares. Em sua recente passagem pelo Brasil, em março, ele disse que ainda há muito a ser feito em sinergias, desenvolvimento e crescimento das operações. Pois uma semana após a declaração de Tavares um dos maiores exemplos deste trabalho, utilizar o potencial de todas as marcas, foi apresentado no País: a Fiat lançou a inédita picape Titano, a primeira média da marca.

Desenvolvida a partir da plataforma KP1 a Titano representa, talvez, a principal sinergia do grupo na região até agora: originalmente o chassi foi projetado pelos chineses da Changan em uma parceria

com a PSA, que antes da fusão com a FCA que criou a Stellantis escalou o veículo para o portfólio da Peugeot como Landtrek – o modelo chegou a ser lançado com este nome em alguns mercados latino-americanos –, mas após a fusão o grupo achou por bem transferir a picape para a linha da Fiat.

Alguém pode lembrar como um bom exemplo de sinergia no grupo o ótimo resultado obtido com a utilização do motor 1.0 de três cilindros turbo feito pela Fiat em Betim, MG, no Peugeot 208 produzido na Argentina. Ou ainda a produção da também inédita Rampage em Goiana, PE, que utiliza muitos itens dos produtos Fiat e Jeep feitos lá.



Divulgação/Fiat

Mas a utilização da plataforma KP1 supera até agora todas essas outras sinergias porque foi selecionada a partir de critérios bem específicos para a marca italiana adentrar em um segmento no qual nunca participou na América Latina, como relata Alexandre Aquino, vice-presidente da Stellantis responsável pela Fiat no País:

"Concluimos que era necessário buscar uma opção que tornasse viável este projeto no tempo mais curto possível, porque a sua chegada no mercado influenciaria o potencial de crescimento e a amortização dos investimentos. O que a gente fez? Fomos verificar todas as opções e, aí, esta é a parte bonita da Stellantis, porque temos um leque de produtos muito grande em vários mercados com algumas plantas industriais disponíveis na região. Então encontramos uma planta que pudesse processar os volumes para o nosso mercado e que tivesse um custo que nos permitisse lançar este veículo, para este segmento, de maneira competitiva".

CONCEPÇÃO

A Titano é montada na fábrica da Nordex, no Uruguai, na qual a Stellantis tem participação acionária. A picape tem 50% de peças localizadas no Mercosul e quase todo o resto é importado da Ásia. Este percentual credencia a picape média a ser

exportada sem pagar imposto de importação nos países do Mercosul.

O motor turbodiesel é o mesmo utilizado na van Fiat Ducato, só que recalibrado para gerar mais potência, e vem importado da França. Inclusive há processos de solda de algumas partes no Uruguai, à guisa da junção completa de itens como o painel, chicotes, acabamento geral numa "operação eficiente de CKD", como enfatiza Aquino.

A picape apresenta o design marcante dos produtos Fiat, com uma grade dianteira inédita, o conjunto ótico misturando elementos como os faróis e as luzes diurnas de LED, o cromado na tampa do capô, os vincos em partes da carroceria e o emblema Titano na traseira, tudo elaborado levando em conta as preferências de tendências do mercado brasileiro. Mas o consumidor mais atento reconhecerá algumas similaridades com outros produtos da Stellantis, sobretudo no interior. Os botões do console central, por exemplo, remetem aos utilizados nos veículos da linha Peugeot.

Por causa de toda essa complexidade de se utilizar itens feitos na Ásia, powertrain da Europa, uma linha de produção CKD no Uruguai e elementos com identidade em outras marcas, a Titano representa a maior sinergia da Stellantis até agora por aqui. No entanto houve um intenso trabalho de engenharia para criar uma picape média com características para atender às necessidades de um mercado tão exigente quanto o brasileiro.

ENGENHARIA GENÉTICA

Foram mais de 2 milhões de quilômetros em testes de rodagem para desenvolver e calibrar sobretudo a suspensão e o interior da picape, conforme explicou Paulo Bruno, do Tech Center da Stellantis no Brasil: "Desde o contato da picape com o solo, passando pelos braços e todos os conjuntos da suspensão, a ancoragem dos bancos e o conforto que eles precisam oferecer, tudo foi minuciosamente desenvolvido, calibrado e testado aqui para oferecer o que chamamos de DNA da Fiat nesse novo produto".





Todo esse processo, além da recalibração do motor e das transmissões manual e automática, com parâmetros específicos para a utilização com foco não só no desempenho mas na durabilidade para o mercado brasileiro, teve de ser aprovado por um comitê de engenharia. E por causa deste trabalho o Tech Center brasileiro passará, a partir de agora, liderar os próximos projetos para a plataforma KP1 no mundo.

Ou seja: todo novo produto da Stellantis que utilize como base a KP1 terá seu desenvolvimento feito pela equipe de 4 mil engenheiros do Tech Center brasileiro. Especula-se que na Argentina a Titano possa surgir em breve com o emblema Peugeot. Seria, então, a Landtrek, tão especulada nos últimos anos. Há também uma versão chinesa da Changhan, mas não está claro se a partir de agora o Brasil liderará os próximos desenvolvimentos desse produto naquele país.

POSICIONAMENTO

A primeira picape média da Fiat, além de expandir o portfólio da marca tem a missão de colocar algumas dúvidas na cabeça do consumidor que leva em conta quais os principais motivos para escolher uma picape: a tradição da marca, sua capacidade para o trabalho, o preço.

A Titano começa a ser faturada até o fim de março oferecendo uma condição interessante para a terceira questão, o preço. São três versões: Endurance a R\$ 220 mil, Volcano a R\$ 240 mil e Ranch a R\$ 260 mil. Trata-se do portfólio com os valores mais em conta do segmento, o que pode atrair neste primeiro momento os interessados numa relação em que o custo de aquisição é o mais importante.

Vale ressaltar que no mesmo dia em que a Titano foi apresentada para a imprensa nacional a Fiat reduziu os preços da Toro em até R\$ 10 mil porque, segundo Herlander Zola, vice-presidente sênior de operações comerciais da Stellantis no Brasil e de Veículos Comerciais Leves na América do Sul, "foi retirado do preço sugerido os descontos que já praticávamos desde sempre".



Assim especula-se que em breve a Titano também seja oferecida com algum desconto. A concorrência também reagiu rápido: no momento do lançamento algumas marcas reduziram preços para não deixar a impressão de que a picape média da Fiat é a mais barata. Mas comparando os preços de tabela deste segmento a Titano oferece os preços mais baratos.

Com a Titano a Fiat pretende atender desde os usuários que precisam de uma caçamba grande e pouca sofisticação numa picape voltada para o trabalho com a versão Endurance, dotada de transmissão manual e interior bem simples, mas a ambição vai até o empresário que não abre mão do câmbio automático e de recursos como uma central de infotretenimento com tela sensível ao toque, rodas de liga leve e sensores e câmaras para auxílio no estacionamento, itens presentes nas versões Volcano e Ranch.

A PICAPE

Todas as versões têm acionamento para tração 4X4 com reduzida e utilizam o mesmo motor 2.2 turbodiesel de 180 cv, com torque de 400 Nm. Rodando cerca de 80 km por estradas asfaltadas e alguns pedaços de terra batida pela Chapada dos Guimarães, no Mato Grosso, foi possível notar que o compromisso da engenharia foi em calibrar mais torque em baixa rotação e não em desenvolver grande velocidade. A suspensão se mostrou um tanto rígida, causando certo desconforto em alguns trechos mais esburacados. Resta saber se a durabilidade na utilização para o trabalho do dia-a-dia será um diferencial.

As três opções também têm de série alguns itens de segurança ativa como controle de estabilidade e tração, assistente de partida em rampa e assistente de descida.

A Fiat destaca que a Titano tem a maior caçamba da categoria, com capacidade de 1 mil 314 litros. A capacidade de carga é de 1 mil e 20 kg. E sua capacidade de reboque é de 3,5 toneladas, também a maior da categoria, o que daria para puxar uma outra Titano ou até uma lancha daquelas enormes e luxuosas.

Quanto à segunda questão, a sua capacidade para o trabalho, as configurações acima respondem parte da dúvida que certamente consumidores terão ao adentrar em uma concessionária Fiat para conhecer a Titano.

O maior desafio, no entanto, será responder à questão sobre a tradição da marca no segmento. Mesmo a Fiat tendo a picape compacta mais vendida do País, a Strada, e uma intermediária que se tornou o fenômeno de vendas que é a Toro, dentre as picapes médias a marca italiana se posiciona como novata.

OBJETIVO

Para Zola o objetivo da Titano é complementar o portfólio da marca mais vendida no País e "consolidar a liderança em picapes, conquistando um novo território, a das médias".



A Fiat diz que tem 43% de participação no mercado brasileiro de picapes.

O objetivo inicial das concessionárias com a Titano é de negociar de oitocentas a 1 mil unidades ao mês com o "mix de produtos flutuando em 20% na Endurance, 30% na Volcano e 50% na Ranch, topo de linha", na avaliação de Zola.

O desafio é grande pelo ineditismo da marca neste segmento bastante concorrido, por isto a expectativa inicial é de que metade das vendas seja da versão mais equipada e luxuosa, a Ranch. Mas, considerando o preço e, também, a vocação para o trabalho característicos dos produtos da Fiat, além da capilaridade no território nacional com 520 concessionárias, Zola está confiante de que "os

objetivos iniciais serão atingidos, porque a equação de preços e do produto atendem muito mais às necessidades de quem utiliza picape como uma ferramenta de trabalho".

Há, porém, uma dificuldade logo na partida da primeira picape média da Fiat. Neste momento a rede não está abastecida porque os primeiros lotes estão parados na alfândega esperando a liberação do Ibama. O órgão precisa emitir a autorização de liberação de todos os veículos que emitem CO2, mas seus funcionários estão em greve. A expectativa é que assim que houver a liberação as primeiras unidades sejam faturadas. A Fiat acredita que até o fim de março esta operação ganhe tração. ■





CITROËN



Paz no trânsito começa por você.

NOVO SUV AIRCROSS

Agora ninguém fica de fora



» CENTRAL MULTIMÍDIA DE 10" COM ESPELHAMENTO SEM FIO



» MOTOR TURBO 200 COM 130 CV



» AMPLO ESPAÇO INTERNO COM ATÉ 7 LUGARES O MAIOR DA CATEGORIA

Randoncorp e Stellantis lideram pedidos de patentes do setor automotivo

Em 2023 as indústrias do setor automotivo alcançaram boas colocações no topo do ranking de registros de patentes de invenções por empresas do setor privado localizadas no Brasil. O posto mais alto registrou empate da Stellantis, com 58 registros — terceira na lista geral que elenca cinquenta nomes —, e Randoncorp, com o mesmo número de depósitos, somando os 43 pleitos do Instituto Hercílio Randon os quinze do grupo de empresas. O pódio setorial foi fechado pela CNH Industrial, fabricante de máquinas agrícolas e de construção, que ocupou a sexta colocação geral, com quarenta pedidos. Na sequência vem a Bosch, em oitavo lugar na lista geral com 38 solicitações.

Toyota já produz do furgão Hiace na Argentina

A Toyota investiu US\$ 50 milhões para construir, em um ano, a linha de produção do furgão Hiace em seu complexo industrial de Zárate, na Argentina. Presente no mercado vizinho desde 2019, o utilitário era importado do Japão e a fabricação local começou em fevereiro passado. Este é o terceiro modelo produzido no local, junto com a picape Hilux, que inaugurou a fábrica, em 1997, e do SUV SW4, que entrou na linha em 2005. Com capacidade inicial para montar 4 mil unidades anuais do Hiace, o objetivo é chegar a 10 mil/ano no médio prazo, conforme progredir a integração de autopeças locais e forem abertos mercados de exportação. O veículo tem treze fornecedores argentinos, que somados aos brasileiros totalizam 110 fabricantes regionais de autopeças. Motor e eixo traseiro são fabricados em Zárate e compartilhados com a Hilux.



Divulgação/Toyota

Marcopolo apura lucro recorde em 2023

A encarroçadora de ônibus Marcopolo apurou lucro líquido recorde em 2023, somando R\$ 810,8 milhões, valor 85,6% maior do que o registrado em 2022, de acordo com balanço divulgado pela companhia no fim de fevereiro passado. O incremento foi puxado pelo aumento nas vendas de ônibus rodoviários, pela consolidação da linha G8 no mercado e pelo mix de entregas de produtos com maior valor agregado, como veículos urbanos articulados. O bom resultado se refletiu na expansão de 23,4% da receita líquida, que chegou a quase R\$ 6,7 bilhões. Deste total, R\$ 4 bilhões correspondem a negócios no Brasil e R\$ 2,6 bilhões a resultado de exportações e unidades no Exterior.



Divulgação/Marcopolo

Mercedes-Benz irá transferir produção de eixos dianteiros para a Suspensys

O processo de terceirização de algumas das atividades da fábrica de caminhões e ônibus da Mercedes-Benz em São Bernardo do Campo, SP, anunciado em 2022, ganhou um novo capítulo: a produção de eixos dianteiros será transferida para a Suspensys, do Grupo Randoncorp, a partir de 2025, com possível eliminação de duzentos a trezentos postos de trabalho na planta do ABC, segundo calcula o sindicato. A fabricante de eixos e suspensões para veículos comerciais, sediada em Caxias do Sul, RS, construirá uma unidade em Mogi Guaçu, SP, onde se ocupará da produção de componentes para a montadora. O valor a ser aportado ainda não foi divulgado. A localização foi escolhida porque a Castertech, outra empresa controlada da Randoncorp, adquiriu na cidade a Fundação Balancins, por R\$ 40 milhões, e prevê iniciar a operação no primeiro trimestre de 2025.

Porsche abre encomendas do Macan elétrico

No começo de março a Porsche deu início à pré-venda do novo SUV Macan no mercado brasileiro. Será o segundo modelo elétrico da marca vendido no Brasil, juntando-se ao esportivo Taycan. A versão Macan 4, com motor elétrico de 408 cv, pode ser encomendada por R\$ 580 mil, e o Macan Turbo, de 639 cv, sai por R\$ 770 mil. Ambos utilizam bateria de 100 kWh, com arquitetura de 800 V, permitindo recargas de 10% a 80% em 21 minutos em um eletroposto rápido.



Divulgação/Porsche

JLR renova modelos montados no Brasil



Divulgação/JLR

A JLR atualizou seus dois veículos montados no Brasil, em Itaiaia, RJ: o Range Rover Evoque e o Discovery Sport. O objetivo, com toque de modernidade minimalista no interior e algumas mudanças estéticas na carroceria, é vender 2 mil unidades dos dois modelos em 2024. O Evoque, direcionado a público mais jovem, tem apenas uma opção de motorização na versão Dynamic HSE, turboflex de 250 cavalos, está sendo vendido por R\$ 471,9 mil. Já o Discovery Sport tem duas motorizações disponíveis: a mesma turboflex por R\$ 434,5 mil ou diesel com sistema híbrido leve pelo preço de R\$ 466,5 mil.

Tiggo 7 Sport chega para ser SUV médio mais barato do mercado

A Caoa Chery apresentou, no fim de fevereiro, a nova versão de entrada do Tiggo 7, a Sport, que por R\$ 135 mil chega ao mercado como opção mais barata dentre os SUVs médios. Na comparação com os principais concorrentes — Jeep Compass, Ford Territory, Volkswagen Taos, Toyota Corolla Cross — o modelo Chery é, pelo menos, R\$ 35 mil mais barato. É a segunda versão Sport do portfólio



Divulgação/Caoa Chery

da Caoa Chery, que no ano passado lançou o Tiggo 5X Sport. Menos de um ano depois registrou aumento de 300% nas vendas do modelo.

Com o sucesso do SUV menor a empresa adotou receita parecida com o Tiggo 7, que tem motor 1.5 turboflex de 150 cv e câmbio automático CVT. A lista de itens de série inclui quadro de instrumentos digital, kit multimídia com tela de 10,2 polegadas e espelhamento para smartphones, ar-condicionado digital, rodas aro 18, bancos dianteiros elétricos e revestimento de couro, volante multifuncional.

Novo Mustang desembarca no Brasil

O novo Ford Mustang GT chegou ao Brasil em sua sétima geração, lançada globalmente em 2022, no Salão de Detroit, Estados Unidos. As primeiras unidades desembarcaram no fim de fevereiro no Porto de Vitória, ES. A versão que chega ao mercado brasileiro é a topo de linha GT Performance, equipada com o motor Coyote V8 mais rápido de todos os tempos. O lançamento do esportivo acontece no ano em que o modelo completa sessenta anos de mercado e a Ford pretende realizar diversas ações para explorar o tema.



Divulgação/Ford

Nova geração do BMW Série 5 chega em versão 100% elétrica



Divulgação/BMW

Dois motores elétricos integrados, um em cada eixo, garantem até 601 cv e brutais 820 Nm de torque instantâneo para o BMW i5 M60, novidade 100% elétrica da marca que estreia a oitava geração da Serie 5 no mercado brasileiro, onde começou a ser vendido por R\$ 759,9 mil. Chama a atenção o painel com duas telas, uma para o quadro de instrumentos e outra para o sistema de entretenimento. Amplo leque de sistemas de assistência de direção acompanham o sedã, que em alguns países onde é permitido é classificado como autônomo nível 3. Importado de Dingolfing, Alemanha, tem dez opções de cores e três de acabamento interno. Sua autonomia, certificada pelo Inmetro, é de 391 km.

Mitsubishi lança nova opção da L200 Triton



Divulgação/Mitsubishi

Com o acirramento da briga de mercado das picapes média a Mitsubishi lançou versão ,mais em conta da L200 Triton, a Sport Outdoor GLS, por R\$ 245,5 mil, ampliando o portfólio de versões do veículo no Brasil. Para-lamas, para-choques, grade dianteira, maçanetas das portas, retrovisores e rodas aro 18 são pintados em preto fosco, assim como o rack de teto e os estribos laterais. A lista de itens de série inclui sistema multimídia com tela de 7 polegadas sensível ao toque, ar-condicionado digital de duas zonas com saídas no teto, tração 4x4, ventilação dos bancos com ajuste de velocidade. O motor é o 2.4 turbodiesel de 190 cv com câmbio automático de seis marchas.

VWCO programa produção do e-Volksbus

Os primeiros e-Volksbus, chassi 100% elétricos da Volkswagen Caminhões e Ônibus, sairão das linhas de montagem de Resende, RJ, no segundo semestre. Desenvolvido pela engenharia local, o chassi terá opções desde micro-ônibus de 9 metros até superarticulados de 23 metros. O modelo ainda está em fase de protótipo, porém compartilha muitos componentes com o e-Delivery, caminhão 100% elétrico em produção desde 2021. Os primeiros testes com o e-Volksbus foram iniciados no ano passado. O primeiro protótipo tem capacidade de 22 toneladas e autonomia de 250 km. A VWCO corre para participar do processo de renovação de frota de prefeituras.



Divulgação/VWCO

Renault Oroch ganha nova versão

A linha da picape Renault Oroch tem nova versão para o mercado brasileiro, a Iconic, R\$ 127,8 mil, a mais cara das opções equipadas com câmbio manual de seis marchas e motor 1.6 SCe de 120 cv. Ela fica um degrau abaixo da Outsider, topo de linha com motor turbo e transmissão automática, por R\$ 151,8 mil. O interior da Oroch Iconic tem acabamento novo nos bancos e laterais das portas. Os itens de série incluem ar-condicionado digital e automático, sensor crepuscular e de chuva, câmara de ré e volante revestido em couro.



Divulgação/Renault

GM completa 65 anos em São José dos Campos

Inaugurada às margens da Rodovia Presidente Dutra, em 10 de março de 1959, pelo então presidente Juscelino Kubitschek, a fábrica da General Motors em São José dos Campos, SP, completou 65 anos de atividades, somando a produção de mais de 6 milhões de veículos e 30 milhões de motores e transmissões. O objetivo inicial era produzir motores para caminhões e depois começaram a ser fabricados os modelo Chevrolet

HD-6.503, de médio porte, e 3.104, leve. Posteriormente foi lançada a picape Chevrolet, conhecida como Marta Rocha, em referên-



Divulgação/GM

cia à composição de saia e blusa em branco e azul, a cor dos olhos da primeira Miss Brasil, eleita em 1954. No espaço de 2,7 milhões de m² de área total e 500 mil m² de área construída foi montada também uma fundição de peças para a produção dos motores. Hoje o complexo industrial composto por seis fábricas produz a picape S10 e o SUV Trailblazer, componentes, transmissões e motores, com cerca de 3,3 mil empregados.

BYD começa duplicação de centro de distribuição de peças no País

A BYD deu início ao plano de dobrar o tamanho do seu centro de distribuição de peças em Cariacica, ES, mantido em parceria com a empresa de logística GDL. As obras começaram na segunda quinzena de março para expandir, até o fim do ano, de 5 mil para 10 mil m² a área construída. O investimento, cujo valor não foi revelado, será todo da BYD. O centro hoje tem capacidade de armazenagem para 370 mil a 400 mil peças, mas após as obras passará para mais de 700 mil. O movimento ocorre no mo-

mento em que clientes reclamam do atendimento pós-vendas: relatos apontam para demora acima do esperado para a substituição de peças básicas como pneus, tampa



Divulgação/BYD

do porta-malas, capô e para-choques. O recebimento de peças da China já aumentou: está em torno de 3 mil a 4 mil unidades/dia, e o quadro de funcionários em Cariacica subiu para cinquenta pessoas. Até o fim do ano a expectativa é de chegar a 150, acompanhando o ritmo elevado de vendas projetado para 2024. Negociações estão em andamento com fornecedores locais para uma possível antecipação de nacionalização de alguns componentes antes do início da produção em Camaçari, BA.

Bajaj começa em breve produção nacional em Manaus



Divulgação/Bajaj

Perto de iniciar sua produção nacional, a Bajaj, fabricante indiana de motocicletas, é a nova associada da Abraciclo, entidade que representa as fabricantes instaladas no PIM, Polo Industrial de Manaus, AM. A empresa está construindo fábrica na Zona Franca com capacidade para produzir 20 mil unidades por ano, com operação prevista para começar em maio. É a primeira unidade da Bajaj fora da Índia. A empresa opera no Brasil desde 2022 com três modelos importados.



Divulgação/Toyota



TOYOTA: RAFAEL CHANG + EVANDRO MAGGIO + MASASHIRO INOUE

Desde 1º de março a Toyota tem novas lideranças no Brasil e na América Latina e Caribe. Após cinco anos no cargo o CEO para a região, o japonês Masahiro Inoue, ou Massa, foi escalado para a presidência da Daihatsu, marca de veículos populares

do grupo. Em seu lugar ficou Rafael Chang, que desde 2017 era o presidente da Toyota do Brasil. O executivo peruano acumula mais de trinta anos de experiência na empresa. Para substituir Chang foi promovido Evandro Maggio, primeiro brasileiro a subir ao posto em mais de seis décadas de história da fabricante no Brasil. Ele ocupava a diretoria regional de pesquisa e desenvolvimento e compras. Antes passou por diversas posições nas áreas comercial, recursos humanos e na Lexus Internacional, no Japão.



Divulgação/GM

GENERAL MOTORS: GUILHERME ARRUDA

Com mais de duas décadas de experiência Guilherme Arruda foi escolhido para ser o novo diretor sênior de marketing da General Motors América do Sul. O executivo, que assumiu o posto no início de março, se reporta a diretora executiva de marketing da GM América do Sul, Chris Rego, e responderá pelas áreas de conteúdo, eventos, mídia, branding, CRM e plataformas digitais. O principal desafio de Arruda será conduzir o estabelecimento de plano de fortalecimento de marca Chevrolet conectada com desempenho e tecnologia. Nos últimos doze anos ele trabalhou no Google, onde liderou planos de negócios em diferentes setores, como bens de consumo, tecnologia, varejo, automotivo e agências de publicidade. Anteriormente passou por empresas como Terra e Riot.



Divulgação/GWM



GWM: OSWALDO RAMOS + LUIS FERNANDO GUIDORZI

No início de março Oswaldo Ramos deixou a GWM, onde ocupava desde 2021 a função de CCO, chefe comercial. Também deixou a empresa Luis Fernando Guidorzi, que trabalhava diretamente com Ramos e era o chefe de marketing. A companhia não informou, no comunicado, os motivos da saída dos executivos, que mexeu no organograma dos principais cargos executivos da empresa no Brasil. O de Ramos será extinto. A área comercial será conduzida

por Alexandre Oliveira, chefe de vendas e desenvolvimento de rede, que passará a cuidar da comercialização, distribuição dos veículos e do relacionamento com a rede. André Leite segue como chefe de produto, mas acumulará as áreas de marketing e desenvolvimento de produto. Daniel Conte, chefe de pós-venda, é o responsável pela gestão dos processos de serviços, distribuição de peças e atendimento ao cliente. Todos respondem diretamente a James Yang, CEO da GWM Americas e presidente da GWM Brasil.



Divulgação/Mahle

MAHLE: EVANDRO TOZATI

Desde 1º de março o chefe de vendas e marketing da Mahle América do Sul e Central, Evandro Tozati, passou a responder também pela gerência geral do aftermarket nesta mesma região. Em um primeiro momento Tozati acumulará, interinamente, sua antiga e nova funções. Com 25 anos de experiência no mercado de reposição e desde 2020 no grupo o executivo é formado em engenharia industrial mecânica pela Universidade Metodista de Piracicaba e possui MBA em marketing pela ESPM.



Divulgação/Ford



FORD: DANIEL JUSTO + MARTÍN GALDEANO

O argentino Martín Galdeano assumiu, em fevereiro, a presidência da Ford América do Sul, sucedendo a Daniel Justo, que foi transferido para a matriz da empresa, nos Estados Unidos. Justo já estava no escritório central da Ford desde o início do ano para assumir suas novas atribuições como CFO, chefe financeiro, da Ford Blue, divisão concentrada no desenvolvimento dos negócios de modelos que utilizam motores a combustão interna.

Galdeano ocupa a presidência da Ford Argentina desde 2020 e ingressou na companhia em 2000. Passou por diversas funções em diferentes áreas, incluindo duas passagens pela operação brasileira, de 2005 a 2007 e depois de 2008 a 2009. Acumula também experiência em funções na companhia em Detroit e Londres. De novembro de 2022 até o fim de 2023 Galdeano presidiu a Adefa, associação das fabricantes da Argentina.



Divulgação/MB

BANCO METRCEDES-BENZ: LEONARDO PICCINI

Leonardo Piccini é o novo CEO do Banco Mercedes-Benz do Brasil. Ele é o primeiro brasileiro a ocupar a posição na instituição, operando desde 1996 no País. Ele sucede a Hilke Janssen, então a primeira mulher a sentar na cadeira, que agora assume o cargo de CTO, chief transformation officer, na Daimler Truck Financial Services North America. Piccini iniciou sua carreira na tesouraria da Mercedes-Benz do Brasil como estagiário, em 1994. Ele se formou em economia pela PUC-SP e se pós-graduou em mercado de capitais pela USP. Em 2013 o executivo foi transferido à tesouraria da matriz, na Alemanha. Em 2017 tornou-se CFO, chefe financeiro, da Mercedes-Benz Argentina e, em 2019, CFO da Daimler India. Em 2021 foi promovido a chefe de tesouraria internacional e passou a gerenciar todas as operações das Américas e Ásia.



Divulgação/Honda

HONDA SERVIÇOS FINANCEIROS: RODRIGO GONDO

A partir de 1º de abril a Honda Serviços Financeiros terá um novo presidente: Rodrigo Gondo, 51 anos, atual vice-presidente da instituição. Ele sucederá a Marcos Zaven Fermanian, 63 anos, que ocupou a cadeira de 2017 a 2024, e encerrará ciclo de 37 anos na empresa. Graduado em administração pela Universidade Mackenzie e com MBA em mercado de capitais pela USP, Rodrigo Gondo será o responsável pelas operações do Banco Honda, Consórcio Honda e Seguros Honda. Gondo começou a trabalhar na Honda em 2005 como gerente da área financeira e controladoria e, de 2007 a 2012, teve sua primeira passagem pela Honda Serviços Financeiros. Ele também foi gerente geral da área financeira e controladoria da Honda South America e desde 2017 ocupava sua posição atual.



Divulgação/HPE

HPE: LEOPOLDO DINIZ

A partir de março a HPE Automotores, que representa Mitsubishi e Suzuki no País, tem novo diretor financeiro: Leopoldo Diniz, que assume o cargo sucedendo a Everson Bispo, que ocupou a cadeira por quase oito anos e somava mais de três décadas na companhia. Diniz, que trabalhou anteriormente como diretor financeiro regional na Denso South America, fabricante de autopeças japonesa, e também passou por multinacionais italiana, finlandesa e estadunidense, além de empresas brasileiras, é formado em administração pela PUC-MG e pós-graduado em finanças pela FGV.



Divulgação/Michelin

MICHELIN: HERVÉ LE GAVRIAN

A Michelin anunciou um novo CEO para a América do Sul: Hervé Le Gavrian assumiu o posto no começo de março. Um dos compromissos do executivo, é com a governança socioambiental (ESG) na região, promovendo mudanças positivas para o futuro. Gavrian tem mais de trinta anos de experiência nas áreas financeira, comercial e industrial. Já trabalhou na operação brasileira na década de 1990, quando foi gerente de projetos, participando do desenvolvimento e do estabelecimento de mais de quarenta fábricas por toda a América do Sul.



Divulgação/Bridgestone



BRIDGESTONE: LUCILA DEL GRANDE + ODUVALDO VIANA

No início de fevereiro brasileira Lucila del Grande foi nomeada vice-presidente de recursos humanos da Bridgestone Latin America & Americas. Com vinte anos de casa a executiva, que já respondia pela área de RH na América Latina, a partir de agora agregará às suas funções a gestão de pessoal nas operações da fabricante de pneus nos Estados Unidos e no Canadá. A mudança está alinhada à criação da Bridgestone West, nova estrutura

organizacional que abrange a atividade da empresa nas Américas e EMEA, sigla que compreende os países da Europa, Oriente Médio e África. Outra alteração na área de recursos humanos foi a nomeação de Carlos Alberto Rodrigues Júnior, diretor de RH da Bridgestone Brasil, há catorze anos na empresa, para assumir a região América Latina do Sul. Ambos os profissionais seguem baseados no Brasil.

Já a área de marketing da Bridgestone América Latina tem um novo diretor desde o início de março: Oduvaldo Viana assumiu as funções, depois de atuar como diretor de vendas de pneus de passeio no Brasil. Antes da Bridgestone o executivo construiu carreira passando por Nestlé, Natura e Mars.



Divulgação/Sumitomo



SUMITOMO/DUNLOP: RODRIGO ALONSO + FÁBIO TORRES

O diretor de vendas, reposição e marketing da Sumitomo Rubber do Brasil, Rodrigo Alonso, teve suas atribuições ampliadas este ano. O executivo agora acumula também a direção da área de vendas de equipamentos originais, de fornecimento de pneus diretamente às fabricantes de veículos. De acordo com a companhia a liderança de Alonso, que integra a equipe brasileira há oito anos, deverá introduzir inovações a fim de promover maior

competitividade aos pneus das marcas Dunlop, Falken e Sumitomo, todos produzidos na fábrica do grupo em Fazenda Rio Grande, região metropolitana de Curitiba, PR, inaugurada em 2013. É a primeira vez que um profissional brasileiro assume o posto. Para prover apoio a Alonso o gerente de vendas Fábio Torres foi promovido a gerente sênior de vendas e marketing. Há sete anos na empresa o profissional expandirá seu leque de atuação ao assumir a execução dos planos de mercado.

COMPROMISSO PARA VOCÊ CHEGAR LONGE!



**PERFORMANCE
e DESEMPENHO**
para superar desafios,
garantindo mais
segurança e eficiência
em qualquer solo.



PROMETEON

“O País estável e com futuro recebe mais investimentos.
É mais uma grande empresa crescendo em nosso país.”

Luiz Inácio Lula da Silva, presidente da República, em reunião no Palácio do Planalto, em fevereiro, com representantes da Hyundai, incluindo o CEO global Euisun Chung, que informou o plano de investir US\$ 1,1 bilhão na operação brasileira da empresa até 2032.

A fase pode ser repetida várias vezes para outros investimentos que estão sendo anunciados.

“O mundo está sofrendo uma fragmentação. E uma tendência de regionalização. Então a mobilidade limpa tem várias visões, o que não necessariamente é uma boa coisa para nós, porque somos uma empresa global e temos de oferecer todas as tecnologias para cada uma dessas regiões.”

Carlos Tavares, CEO global do Grupo Stellantis, reclamando dos investimentos que a empresa precisa fazer para atender todos os mercados onde atua, quando esteve no Brasil, no início de março, para anunciar o investimento de R\$ 30 bilhões nas operações brasileiras,

com foco na combinação dos biocombustíveis brasileiros com a eletrificação.

“Estamos tentando promover o maior uso do veículo e menos foco na propriedade. Isto envolve minicarros como o nosso Duo, quadriciclo elétrico para duas pessoas, e o utilitário Bento, que são parte de um esforço maior para constantemente reduzir a pegada de carbono de cada um e, ao mesmo tempo, tomar menos espaço nas cidades.”

Sophie Blanc, responsável por serviços de mobilidade da Mobilize, do Grupo Renault.

“Deveria ser crime ter carro elétrico no Brasil. O veículo anda com uma bateria enorme que precisa de muita energia. Aqui, a maior parte da energia elétrica vem de fontes limpas, mas no resto do mundo, não. Isso precisa ser regulamentado pelo governo de forma inteligente. Temos de cuidar do nosso público. O etanol é muito limpo. E o Brasil deveria estar no palanque, cobrando o resto do mundo.”

Maurílio Biagi Filho, presidente da Maubisa, holding que cuida dos negócios da família Amorim Biagi, de Ribeirão Preto, SP, ligada ao agronegócio incluindo usinas de cana, em entrevista ao NeoFeed. O empresário participou da implementação do Proálcool e é também presidente de honra da Agrishow.

2,9%

Crescimento oficial do PIB brasileiro em 2023, que somou R\$ 10,9 trilhões, segundo dados divulgados pelo IBGE no início de março. Na divisão por setores a indústria cresceu 1,6%, a agropecuária 15,1% e o setor de serviços 2,4%.

7%

Participação recorde dos veículos eletrificados nas vendas do primeiro bimestre de 2024, com 22,5 mil emplacamentos de carros híbridos, híbridos plug-in e elétricos, segundo números divulgados pela Anfavea no início de março.

8,7 mil

Média diária de emplacamentos em dezenove dias úteis de fevereiro passado. De acordo com a Anfavea é a maior média mensal registrada desde antes da pandemia, em fevereiro de 2020, quando superava 11 mil/dia.

R\$ 95,3 bi

Ciclos de investimento em curso no Brasil, desde 2021 até 2032, divulgados nos últimos anos por onze fabricantes de veículos com operações industriais no País, segundo levantamento do MDIC com dados até o início de março.

FÓRUM AUTODATA PERSPECTIVAS

CAMINHÕES

EVENTO GRATUITO



25 de Abril
EVENTO ONLINE

O BRASIL SE DESTACA NO CENÁRIO GLOBAL PELO SEU ROBUSTO SETOR DE TRANSPORTE, SUSTENTADO POR UMA DAS MAIORES FROTAS DE CAMINHÕES DO MUNDO.

GARANTA SUA PARTICIPAÇÃO GRATUITA AGORA!

Informações/inscrições:  (11) 93372 1801 | seminarios@autodata.com.br | www.autodata.com.br

AUTODATA
• SEMINÁRIOS •

